

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, industri hiburan, khususnya musik, mengalami perkembangan yang sangat pesat, seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi digital. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada cara masyarakat mengakses dan menikmati hiburan, tetapi juga turut mengubah lanskap ekonomi kreatif nasional. Salah satu aspek yang mengalami transformasi signifikan adalah sistem distribusi tiket untuk konser dan pertunjukan musik lainnya. Jika sebelumnya tiket dijual secara langsung melalui outlet resmi di lokasi acara, kini metode penjualan telah beralih ke sistem daring (*online*) yang memanfaatkan berbagai platform digital.

Transformasi ini memberikan kemudahan akses bagi konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan memungkinkan efisiensi dalam proses distribusi. Namun demikian, perubahan ini juga melahirkan tantangan baru, seperti terbatasnya kuota tiket, gangguan teknis pada sistem pemesanan daring, serta munculnya praktik-praktik yang berpotensi merugikan konsumen (Putri & Hadjon, 2021). Merespons fenomena tingginya permintaan tiket dalam waktu singkat, muncul praktik jasa titip tiket yang dijalankan oleh pihak ketiga. Pihak ketiga dalam hal ini merujuk pada individu atau kelompok yang tidak memiliki keterlibatan langsung dengan penyelenggaraan konser, tetapi mengambil peran sebagai perantara dalam proses pembelian tiket.

Dalam praktiknya, pihak ketiga ini kerap membeli tiket dalam jumlah besar dari platform resmi dan kemudian menjual kembali kepada konsumen

yang gagal memperoleh tiket dengan harga yang lebih tinggi. Fenomena ini dikenal juga sebagai scalping atau penjualan tiket sekunder (Juni, 2006). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pihak ketiga adalah individu atau kelompok yang tidak memiliki hubungan langsung dengan perjanjian pokok, namun dalam konteks ini mereka mengambil peran sebagai penghubung transaksi jual beli tiket (Sinaga, 2023).

Praktik jasa titip tiket mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, terutama dalam konteks penyelenggaraan konser-konser berskala besar, seperti konser internasional di kota-kota besar di Indonesia. Dalam situasi di mana tiket resmi terjual habis dalam waktu yang sangat singkat, banyak konsumen yang beralih menggunakan jasa titip sebagai alternatif untuk memperoleh tiket. Kondisi ini menciptakan peluang pasar yang dimanfaatkan oleh pelaku jasa titip tiket, baik secara individu maupun dalam bentuk kelompok terorganisir, untuk menyediakan akses terhadap tiket yang telah mereka beli lebih awal. Meskipun di satu sisi memberikan solusi bagi konsumen, praktik ini juga menyimpan potensi risiko hukum yang signifikan, terutama dalam hal perlindungan konsumen.

Salah satu risiko utama dari praktik jasa titip tiket adalah tingginya potensi terjadinya penipuan. Banyak kasus di mana konsumen membeli tiket melalui jasa titip, namun tiket yang diterima ternyata palsu, tidak valid, atau bahkan tidak pernah dikirimkan sama sekali. Karakteristik transaksi yang dilakukan secara daring melalui media sosial atau platform informal, tanpa jaminan hukum atau kontrak resmi, memperbesar kerentanan konsumen

terhadap tindak kejahatan. Hal ini dapat dilihat dalam kasus penipuan jasa titip tiket konser Coldplay di Jakarta pada tahun 2023.

Selain itu kasus penipuan konsumen juga terjadi di Kanada, dialami oleh seorang perempuan asal Ontario bernama Rosanna. Ia bermaksud membeli tiket konser penyanyi *country* Morgan Wallen melalui *Facebook Marketplace* karena harga di situs resmi *Ticketmaster* terlalu mahal. Penjual menawarkan empat tiket seharga 200 dolar Kanada per tiket, dan Rosanna mentransfer uang sebesar 800 dolar Kanada melalui e-transfer. Namun, setelah pembayaran dilakukan, penjual menghilang dan akun iklannya dihapus.

Upaya Rosanna untuk membatalkan transaksi ditolak oleh pihak TD Bank karena dana telah otomatis diterima. Pihak bank menegaskan bahwa tidak ada langkah pencegahan yang dapat dilakukan karena transaksi dilakukan secara sukarela oleh konsumen. Kasus ini menunjukkan lemahnya perlindungan konsumen dalam transaksi digital, terutama di platform media sosial yang tidak memiliki sistem verifikasi penjual yang memadai.

Ketika tiket resmi habis dalam waktu singkat, banyak pihak menawarkan tiket melalui media sosial dengan klaim keaslian. Namun, sejumlah konsumen yang melakukan transaksi melalui jasa titip tersebut justru tidak memperoleh tiket, atau mendapatkan tiket palsu, sehingga mengalami kerugian finansial yang signifikan (Ananda, 2024). Risiko lain yang juga patut diperhatikan adalah praktik *mark-up* harga yang dilakukan secara tidak transparan. Konsumen sering kali tidak mendapatkan informasi awal mengenai berapa harga asli tiket, biaya jasa titip, dan komponen tambahan lainnya (Idelia et al., 2023). Situasi ini dapat mengarah pada pemanfaatan celah informasi untuk

kepentingan sepihak oleh pelaku jasa titip. Selain itu, sebagian pelaku jasa titip tidak memiliki itikad baik dalam menjamin keamanan transaksi atau melakukan pengembalian dana jika tiket tidak diterima.

Ketiadaan perjanjian tertulis atau bukti transaksi yang sah semakin menyulitkan konsumen untuk menuntut pertanggungjawaban. Permasalahan hukum dalam praktik jasa titip tiket semakin kompleks karena belum adanya regulasi khusus yang secara eksplisit mengatur mekanisme transaksi ini, termasuk standar informasi yang wajib disampaikan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Ketika transaksi dilakukan di luar platform resmi, tidak ada mekanisme verifikasi, identifikasi, atau jaminan bahwa pelaku usaha menjalankan kewajiban hukum sebagaimana mestinya.

Konsumen berada dalam posisi yang lemah karena tidak memiliki dasar hukum yang kuat untuk mengajukan keberatan atau tuntutan hukum apabila terjadi wanprestasi. Minimnya mekanisme perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi informal ini menjadikan mereka sangat rentan terhadap berbagai bentuk penyimpangan. Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) memberikan dasar hukum yang penting untuk menjamin hak-hak konsumen.

Salah satu hak fundamental yang diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK adalah hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak atas informasi ini menjadi sangat relevan dalam konteks jasa titip tiket, karena dalam praktiknya, pelaku jasa titip sering kali tidak menyampaikan informasi yang lengkap, akurat,

atau tidak menyesatkan. Konsumen kerap kali tidak mengetahui status tiket, harga asli, waktu penyerahan, atau keabsahan tiket yang dibeli, sehingga berada dalam posisi yang tidak setara dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha.

Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur dalam Pasal 4 huruf c UUPK memiliki peran strategis dalam menjaga keseimbangan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Namun, norma hukum ini seringkali dianggap bersifat kabur (*vague norm*) karena tidak merinci secara eksplisit mengenai batasan dan parameter dari informasi seperti apa yang dimaksud dengan "benar", "jelas", dan "jujur". Ketidakjelasan ini memberikan ruang interpretasi yang luas bagi pelaku usaha, termasuk dalam praktik jasa titip tiket, untuk mengaburkan fakta atau menyederhanakan informasi demi menarik kepercayaan konsumen.

Dalam praktiknya, tidak jarang pihak ketiga menutupi informasi penting yang seharusnya diketahui oleh konsumen, seperti keterbatasan garansi keaslian tiket atau kebijakan pengembalian dana (Choirunnisa et al., 2023). Di sisi lain, sebagian besar konsumen tidak memiliki pemahaman yang memadai mengenai hak-haknya dalam transaksi elektronik atau jasa informal. Minimnya literasi hukum di kalangan masyarakat, khususnya dalam menghadapi transaksi berbasis media sosial, turut memperburuk situasi.

Konsumen menjadi tidak tahu bagaimana membuktikan pelanggaran, ke mana harus melapor, atau bagaimana mengakses mekanisme penyelesaian sengketa apabila terjadi kerugian. Hal ini menyebabkan pelaporan atas penipuan jasa titip tiket menjadi tidak optimal. Padahal, secara normatif, UUPK seharusnya dapat menjadi dasar hukum yang kuat dalam menjamin kepastian hukum bagi konsumen, termasuk dalam hal memperoleh informasi yang benar,

jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c. Di tengah kondisi tersebut, peran negara menjadi sangat penting untuk hadir melalui penguatan regulasi, sosialisasi perlindungan konsumen, dan pembentukan sistem pelaporan terpadu bagi kasus penipuan digital.

Pemerintah bersama dengan lembaga pengawas konsumen seperti BPKN perlu membangun mekanisme yang dapat mengawasi praktik transaksi digital informal agar tetap selaras dengan prinsip-prinsip keadilan dan kepastian hukum. Selain itu, literasi digital masyarakat juga perlu ditingkatkan agar konsumen dapat mengenali potensi risiko sejak awal dan melakukan tindakan pencegahan secara mandiri. Meskipun pengaturan normatif sudah ada, ketidakterincian norma mengenai parameter informasi yang dimaksud masih menjadi permasalahan. Ketidakjelasan tersebut membuka peluang interpretasi sepihak oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab.

Dalam konteks transaksi jasa titip tiket, hal ini dapat berimplikasi pada kerugian konsumen yang tidak dapat mengakses informasi secara penuh atau disesatkan oleh pernyataan yang tidak akurat. Oleh karena itu, dibutuhkan penafsiran hukum yang lebih mendalam terhadap ketentuan Pasal 4 huruf c UUPK untuk menjabarkan batasan yuridis mengenai informasi yang "benar", "jelas", dan "jujur". Penafsiran ini penting untuk memperkuat perlindungan hukum konsumen serta memberikan kepastian hukum dalam praktik jual beli tiket yang melibatkan pihak ketiga.

Dengan memperhatikan kompleksitas permasalahan yang timbul dalam praktik jasa titip tiket konser di Indonesia, penting untuk mengkaji ulang posisi hukum dari pihak-pihak yang terlibat, serta mengevaluasi sejauh mana

norma perlindungan konsumen dapat diterapkan secara efektif dalam konteks transaksi digital dan informal. Berdasarkan pemaparan tersebut maka peneliti tertarik untuk mengangkat dan menganalisa lebih lanjut dalam karya tulis yang berjudul “**PERBANDINGAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA JASA TITIP TIKET BERDASARKAN PASAL 4 HURUF C UNDANG – UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DENGAN NEGARA AMERIKA SERIKAT**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Maraknya praktik jasa titip tiket konser oleh pihak ketiga di luar platform resmi.
2. Minimnya pemahaman konsumen terhadap hak-haknya dalam transaksi online terutama jasa titip tiket online.
3. Transaksi jasa titip tiket yang bersifat online dan anonim meningkatkan risiko penipuan.
4. Penerapan Pasal 4 huruf c UUPK belum optimal akibat kaburnya konsep informasi yang benar, jelas, dan jujur.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam suatu permasalahan, haruslah berpedoman pada batasan yang jelas untuk menjamin fokus penelitian tetap mengarah pada tujuan utama. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang telah dijelaskan, guna mempermudah dan memperdalam analisis, penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini pada kajian yuridis terhadap perlindungan

konsumen dalam praktik jasa titip tiket konser oleh pihak ketiga secara daring, khususnya dalam hal pemenuhan hak atas informasi sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 huruf c UUPK.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti, maka muncul beberapa permasalahan yang ada. Agar penelitian tidak terlalu luas pembahasannya dan terfokus, maka peneliti memiliki beberapa permasalahan yang akan dibahas:

1. Bagaimana pengaturan hukum terkait jasa titip tiket konser di Indonesia?
2. Bagaimana perbandingan konsep informasi yang benar, jelas, dan jujur dalam Pasal 4 huruf c UUPK dengan regulasi di Amerika Serikat?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan peneliti dalam latar belakang permasalahan dan rumusan masalah, penelitian ini memiliki 2 (dua) jenis tujuan, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus, yang akan dijabarkan sebagai berikut:

1.5.1 Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jasa titip tiket, dengan fokus pada penerapan ketentuan Pasal 4 huruf c UUPK, khususnya terkait pemenuhan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur.

1.5.2 Tujuan Khusus

- a. Mengidentifikasi dan mengkaji pengaturan hukum yang berlaku terkait praktik jasa titip tiket konser di Indonesia, termasuk dasar hukum dan ruang lingkup perlindungan konsumen.
- b. Mengetahui dan menganalisis ketidakjelasan (norma kabur) dalam Pasal 4 huruf c UUPK terkait konsep informasi yang benar, jelas, dan jujur.
- c. Membandingkan penerapan konsep informasi yang benar, jelas, dan jujur dalam sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia dengan pendekatan hukum di Amerika Serikat.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian bermanfaat bagi semua orang yang terlibat, tidak hanya bagi peneliti itu sendiri. Dengan demikian manfaat yang diharapkan dari penelitian karya tulis ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini, diharapkan dapat membantu memberikan kontribusi akademis dalam mengkaji kekaburan norma pada Pasal 4 huruf c UUPK terkait konsep informasi yang benar, jelas, dan jujur.
- b. Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memperkaya kajian hukum perdata tentang hubungan konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi informal.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian serupa, terutama yang berkaitan dengan perlindungan konsumen di sektor non-formal serta meningkatkan pemahaman tentang penerapan UUPK dalam kasus-kasus aktual seperti penipuan tiket konser.

b. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pembuat kebijakan, apparat penegak hukum, serta lembaga perlindungan konsumen di Indonesia untuk menilai efektivitas Regulasi yang berlaku.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran hukum konsumen tentang hak mereka atas informasi yang transparan dalam transaksi jasa titip tiket.