

Perlindungan Konsumen atas Masalah Penukaran E-ticket Konser SEVENTEEN di Jakarta

Azra Amelia Hendarto, Andry Setiawan

Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

Corresponding Author: azraamelia16@students.unnes.ac.id

ISSN 2964-3848

QRCBN 62-6861-0144-710

ABSTRAK

Penelitian ini diarahkan untuk memahami bentuk tanggung jawab hukum promotor terhadap permasalahan yang timbul dalam proses penukaran *e-ticket* pada konser SEVENTEEN di Jakarta serta menganalisis bagaimana hukum perlindungan konsumen menjamin perlindungan bagi konsumen atas kerugian yang dialami. Penelitian ini menggunakan metode non-doktrinal (empiris) dan pendekatan kualitatif dengan data primer diperoleh melalui wawancara daring terhadap konsumen yang mengikuti proses penukaran *e-ticket*, serta data sekunder dari peraturan perundang-undangan, literatur hukum, artikel berita, dan dokumen digital seperti tangkapan layar keluhan konsumen di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promotor dibebani tanggung jawab hukum atas kerugian konsumen. Permasalahan yang ditemukan meliputi informasi penukaran yang tidak jelas, lokasi penukaran yang jauh, antrean panjang yang tidak aman, waktu tunggu yang lama, pengabaian perlindungan data pribadi dalam surat kuasa, hingga insiden kecelakaan akibat antrean yang tidak terkelola. Permasalahan tersebut menunjukkan dugaan pelanggaran terhadap ketentuan dalam Undang-Undang

Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan pendekatan tanggung jawab mutlak, promotor tetap dapat dimintai pertanggungjawaban hukum meskipun tanpa kesalahan langsung, selama kerugian timbul akibat cacat layanan yang diselenggarakan.

Kata kunci: e-ticket, konser musik, perlindungan konsumen.

PENDAHULUAN

Musik dan pertunjukan musik merupakan salah satu elemen paling dinamis dalam dunia hiburan. Dengan munculnya platform digital, distribusi musik tidak lagi terbatas pada media fisik berupa siaran tradisional atau pertunjukan musik secara langsung saja, tetapi dapat diakses secara *on-demand*. Musik menempati posisi sentral sebagai media ekspresi dan sarana komunikasi yang mampu menjembatani beragam lapisan sosial¹. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa pertunjukan langsung atau yang biasa disebut konser memberikan pengalaman yang lebih berarti bagi penggemar. Konser musik dapat terselenggara dengan adanya kontribusi pihak-pihak yang berperan penting demi menjamin kelancaran dan kesuksesan acara. Pihak-pihak utama seperti promotor, manajemen artis, serta *event organizer* bertugas mengatur proses perencanaan, koordinasi, hingga pelaksanaan konser secara menyeluruh. Setiap pihak bekerja sama dengan penyedia jasa teknis, seperti sistem tata suara, pencahayaan, dan pembangunan panggung, guna menghadirkan pengalaman terbaik bagi para penonton. Pemerintah juga berperan penting dalam pelaksanaan konser musik, khususnya pemerintah daerah serta instansi terkait yang berperan dalam pengurusan perizinan, pengamanan acara, dan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.

Dukungan logistik dalam konser juga ditopang oleh partisipasi aktif masyarakat lokal dan UMKM yang

memberikan dampak positif terhadap ekonomi setempat. *Event organizer* bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan, mulai dari perencanaan, koordinasi antar divisi, hingga pelaksanaan evaluasi pasca acara. Efektivitas komunikasi organisasi di lingkungan *event organizer* menjadi kunci penting untuk memastikan konser berjalan lancar dan tepat waktu². Di sisi lain, promotor konser memiliki posisi strategis dalam menghadirkan artis atau grup musik nasional dan internasional. Tugas mereka mencakup menjalin kemitraan dengan manajemen artis, serta memastikan seluruh kebutuhan seperti logistik, akomodasi, hingga promosi berskala besar dapat terpenuhi. Selain itu, promotor juga menanggung beban risiko keuangan yang cukup besar, mengingat mereka umumnya menjadi pihak yang mengeluarkan dana awal untuk membayar artis, menyewa lokasi acara, dan menjalankan strategi pemasaran.

Konser musik yang baik membutuhkan perencanaan yang matang dan sistematis agar konser berjalan secara optimal. Dalam pelaksanaannya, konser musik melibatkan dua pihak yang saling bergantung satu dengan yang lain, ialah promotor berposisi sebagai pelaku usaha dan pembeli tiket berposisi sebagai konsumen. Hubungan antara keduanya merupakan interaksi bisnis yang bersifat transaksional³. Kegiatan transaksional antara promotor dan konsumen terjadi saat konsumen membeli tiket yang dijual oleh promotor. Meskipun antusias masyarakat terhadap konser musik mengalami peningkatan, namun proses pembelian tiket masih menghadapi kendala akibat penggunaan metode konvensional. Sistem pemesanan yang masih dilakukan secara manual dengan tiket fisik dinilai kurang efektif dan efisien, para calon penonton diharuskan datang langsung ke agen penjualan tiket⁴. Selain itu calon pembeli tiket tidak mengetahui di mana ia akan duduk atau berdiri saat menonton konser musik tersebut. Berangkat dari permasalahan tersebut, sistem penjualan tiket akhirnya berubah menjadi lebih efektif dan efisien, yakni dengan

memanfaatkan platform digital. *E-ticketing* atau tiket elektronik adalah tiket digital yang pemesanan dan pembayaran tiketnya dilakukan melalui web atau aplikasi secara daring, dimana sistem ini mempermudah masyarakat dalam melakukan pembelian tiket untuk beragam jenis acara, salah satunya konser musik.

Promotor bertanggung jawab atas keamanan dan kenyamanan pembeli tiket selama proses penukaran tiket digital. Pada umumnya tiket yang sudah dibeli secara digital masih perlu untuk ditukarkan menjadi tiket fisik atau tanda pengenal yang dapat berupa gelang berisikan informasi terkait bagian mana yang akan ditempati oleh pembeli tiket. Permasalahan terkait antrean yang muncul saat masih menggunakan sistem tiket konvensional, kembali muncul meskipun telah menggunakan sistem tiket digital. Pada proses penukaran tiket digital menjadi tiket fisik sebagai tanda pengenal pada konser musik sering kali memunculkan antrean panjang akibat tempat penukaran yang tidak memadai, petugas yang kurang menguasai sistem, serta kendala teknis lainnya. *Crowd management* yang tidak dapat mengganggu kenyamanan dan keamanan pembeli, bahkan menimbulkan risiko keselamatan. Kasus nyata terjadi pada Konser “*SEVENTEEN (Right Here) World Tour in Jakarta*” yang diselenggarakan di Lotte Shopping Avenue, Kuningan, Jakarta pada Kamis, 6 Februari 2025. Antrean penukaran tiket mengular hingga area *basement* parkir tanpa manajemen antrean yang layak, fasilitas dasar seperti ruang tunggu nyaman dan konsumsi tidak disediakan, hingga seorang penonton tertabrak mobil. Kelalaian promotor dalam mengantisipasi lonjakan pengunjung dan menyediakan sistem antrean yang memadai telah mencederai hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan sebagaimana tercantum pada Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Penelitian ini memiliki relevansi yang signifikan terhadap keseluruhan ruang lingkup hukum perdata, khususnya dalam

ranah hukum perlindungan konsumen dan perikatan yang timbul dari perjanjian. Dalam konteks transaksi *e-ticket* konser musik, hubungan hukum antara konsumen dan promotor pada dasarnya merupakan hubungan perdata yang dilandasi oleh perjanjian elektronik. Permasalahan yang timbul akibat kegagalan atau ketidaksesuaian dalam proses penukaran tiket mencerminkan pentingnya kepastian hukum, itikad baik, serta pemenuhan hak dan kewajiban para pihak sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 dan 1338 KUH Perdata. Selain itu, aspek tanggung jawab hukum atas kerugian yang dialami konsumen juga menyentuh ranah pertanggungjawaban perdata, baik berdasarkan asas kesalahan maupun pertanggungjawaban mutlak, sehingga penelitian ini turut berkontribusi dalam memperkaya pemahaman terhadap dinamika hubungan hukum keperdataan dalam era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Konseptual

Hukum Perlindungan Konsumen

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan istilah konsumen sebagai: “(1) pengguna barang hasil produksi seperti bahan pakaian, makanan, dan sebagainya, yang kepentingannya juga perlu diperhatikan; (2) penerima informasi dari iklan; dan (3) pengguna jasa seperti pelanggan dan lainnya”. Menurut *Black’s Law Dictionary*, “konsumen merujuk pada individu yang membeli barang atau jasa untuk kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga tanpa ada tujuan untuk menjual kembali barang atau jasa tersebut”. Dalam Pasal 1 ayat 2 UUPK, dijelaskan bahwa “konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, pihak lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak dimaksudkan untuk diperjualbelikan”. Secara umum, konsumen dipahami

sebagai pihak terakhir yang menggunakan suatu produk dan/atau jasa.

Az. Nasution mengklasifikasikan konsumen menjadi beberapa kelompok berdasarkan kriteria tertentu. Pertama, konsumen yang membeli barang dan/atau jasa untuk memenuhi tujuan tertentu yang disebut sebagai konsumen secara umum. Kedua, konsumen yang memperoleh barang dan/atau jasa untuk tujuan komersial, yang sebagai konsumen antara. Konsumen antara menggunakan barang dan/atau jasa tersebut sebagai bahan baku, penunjang, bagian dari proses produksi, atau untuk didistribusikan kembali dalam kegiatan perdagangan. Ketiga, konsumen yang secara langsung memanfaatkan barang dan/atau jasa tersebut guna memenuhi kebutuhan hidup pribadi, keluarga, atau rumah tangganya, tanpa maksud untuk menjual kembali yang disebut sebagai konsumen akhir⁵.

Konsumen akhir umumnya memperoleh barang dan/atau jasa dari pasar konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumtif dalam lingkup rumah tangga. Barang dan jasa jenis ini sering disebut sebagai produk konsumen karena penggunaannya ditujukan langsung bagi pemenuhan kebutuhan individu maupun keluarga dalam kehidupan sehari-hari⁶. Dengan demikian penonton atau pembeli tiket konser dapat dikategorikan sebagai konsumen akhir, hal tersebut karena ia memperoleh tiket sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan pribadi dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan emosional dan memenuhi kebutuhan hiburan, tanpa tujuan untuk diperjualbelikan kembali

Posisi konsumen dalam transaksi tidak dapat dipisahkan dari peran pelaku usaha sebagai pihak yang menyediakan produk atau jasa. Menurut KBBI, pelaku usaha memiliki pengertian sebagai “badan usaha atau perseorangan yang melakukan usaha dan/atau kegiatan pada bidang tertentu”. Pelaku usaha dapat berupa individu maupun badan usaha yang memproduksi barang dan mendistribusikannya kepada

masyarakat untuk tujuan komersial. selain itu, pelaku usaha juga dapat menawarkan jasa atau layanan tertentu sesuai dengan bidang usaha yang dijalankan⁷. Az. Nasution membagi pelaku usaha ke dalam tiga kategori, yaitu: (1) pihak yang menyediakan dana bagi para produsen barang dan/atau penyedia jasa; (2) pihak yang memproduksi atau menciptakan barang dan/atau memberikan layanan jasa; dan (3) pihak yang mendistribusikan barang dan/atau jasa kepada konsumen⁸.

Pembagian pelaku usaha menurut Az. Nasution menunjukkan bahwa produsen dan konsumen akan saling berinteraksi dalam skema penyediaan barang dan/atau jasa. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen berpotensi menghadapi risiko dalam proses transaksi barang dan/atau jasa tersebut, dengan demikian maka perlindungan konsumen perlu diperhatikan. Perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”, sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perlindungan konsumen memiliki definisi “segala upaya untuk melindungi dan memastikan hak-hak konsumen dalam bertransaksi atau menggunakan produk dan jasa”. Menurut Business English Dictionary, perlindungan konsumen diartikan sebagai “melindungi konsumen dari pedagang yang tidak adil atau yang melakukan tindakan ilegal.” Sementara itu, Black’s Law Dictionary mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai “undang-undang yang melindungi konsumen dalam penggunaan barang dan jasa.” Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen merupakan upaya perlindungan yang diberikan kepada konsumen terhadap praktik pelaku usaha dalam kegiatan bisnis.

Bentuk perlindungan konsumen di Indonesia secara hukum telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang disahkan oleh

pemerintah pada tanggal 20 April 1999. Undang-undang ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai hak dan kewajiban mereka dalam melakukan hubungan hukum dengan pelaku usaha. Sebagaimana dijelaskan dalam bagian konsiderans, regulasi ini bertujuan untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen dengan memperkuat pengetahuan, kepedulian, serta kemampuan mereka dalam menjaga diri. Lebih lanjut, undang-undang ini juga berfungsi mendorong pelaku usaha agar bertindak secara bertanggung jawab dalam menjalankan aktivitas usahanya⁹.

Perkembangan *E-ticket* dalam Konser Musik di Indonesia

Tiket merupakan bukti keikutsertaan atau hak akses yang sah bagi pemegangnya untuk mengikuti suatu acara atau mendapatkan layanan tertentu. Secara tradisional, tiket dicetak dalam bentuk kertas dan mengandung informasi penting seperti tanggal, waktu, lokasi, dan nomor identifikasi unik yang digunakan sebagai mekanisme verifikasi saat acara berlangsung. Namun, seiring berkembangnya teknologi informasi, sistem tiket berbasis kertas mulai tergantikan oleh tiket elektronik atau *e-ticket*. *E-ticket* merupakan bukti digital dalam bentuk file atau kode yang dapat disimpan pada berbagai perangkat berbasis elektronik elektronik, termasuk ponsel, tablet, dan komputer. Selain kemudahan pembelian, sistem ini dapat mengurangi risiko tiket hilang, tiket rusak, dan lain-lain. Bukti digital ini dapat diperlihatkan kepada penyedia layanan atau petugas sebagai tanda validasi saat mengakses layanan yang telah dipesan¹⁰.

E-ticketing dalam konteks konser musik telah menggantikan sistem konvensional dengan mekanisme berbasis kode digital yang dapat dipindai untuk mengonfirmasi akses ke suatu acara¹¹. Penggunaan *E-ticketing* berkembang lebih pesat sejak pandemi *Covid-19*

yang memaksa industri hiburan beradaptasi dengan platform digital, termasuk penyelenggaraan konser secara daring atau dikenal sebagai *livestreaming*, hal ini memaksa tiket sepenuhnya dijual secara elektronik. Dalam *E-ticketing*, kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) menjadi faktor utama dalam menentukan pengalaman pengguna. Kualitas layanan tersebut mencakup beberapa aspek, seperti keandalan (*reliability*), keamanan transaksi (*security*), serta kemudahan penggunaan (*ease of use*). Keandalan sistem berkaitan dengan kemampuan platform untuk memastikan bahwa transaksi berjalan lancar tanpa gangguan teknis, keamanan transaksi berfokus pada perlindungan data pribadi dan finansial pengguna agar tidak terjadi penyalahgunaan, kemudahan penggunaan mengacu pada desain antarmuka yang intuitif sehingga memudahkan konsumen dalam mengakses dan menggunakan layanan *E-ticketing* tanpa mengalami hambatan teknis yang berarti¹².

Landasan Teori

Teori Perlindungan Hukum

Teori ini membahas perlindungan hukum bagi masyarakat dalam kerangka Hukum Administrasi Negara atau Hukum Pemerintahan, mencakup konsep, prinsip, sarana, serta bentuk perlindungan hukum itu sendiri. Dalam konteks hukum administrasi, perlindungan hukum dimaknai sebagai jaminan atas penghormatan hak-hak warga negara dalam proses penyelenggaraan pelayanan publik, khususnya yang berkaitan dengan tindakan pemerintahan. Pelaksanaan tindakan tersebut harus berlandaskan prinsip negara hukum. Dalam literatur hukum Belanda, istilah perlindungan hukum terhadap masyarakat dikenal sebagai *rechtsbescherming van de burgers tegen de overheid* yang dimaknai sebagai jaminan terhadap hak-hak masyarakat dari tindakan hukum pemerintah (*bestuursrechtelijke handelingen*) yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan maupun dengan asas-asas umum pemerintahan yang baik

(*algemene beginselen van behoorlijk bestuur*) atau AAUPB. Konsep ini merupakan wujud dari upaya menegakkan prinsip-prinsip umum pemerintahan yang baik (*The General Principles Of Good Governance*)¹³.

Philipus M. Hadjon menyatakan bahwa perlindungan hukum di Indonesia seharusnya dipahami sebagai wujud kesadaran untuk menjaga dan menghormati harkat serta martabat manusia yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Negara Hukum Pancasila. Philipus mengklasifikasikan perlindungan hukum bagi rakyat dalam 2 (dua) macam, yakni:

1. Perlindungan hukum represif artinya hukum dihadirkan sebagai upaya pencegahan terhadap tindakan pelanggaran hukum dengan aturan hukum yang bersifat normatif; dan Perlindungan hukum preventif artinya hukum sebagai penyelesaian bila terjadi sengketa, termasuk penanganannya di lembaga peradilan¹⁴.

Teori perlindungan hukum merupakan salah satu teori dasar dalam hukum yang bertujuan untuk memberikan jaminan kepada individu atau kelompok agar hak-haknya terlindungi dari perbuatan yang melanggar hukum. Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, perlindungan hukum menjadi sarana penting bagi konsumen untuk mendapatkan keadilan ketika terjadi pelanggaran hak atas produk atau jasa yang dikonsumsi. Implementasi teori perlindungan hukum dalam sistem peraturan perundang-undangan di Indonesia tercermin dalam berbagai instrumen hukum yang memberikan jaminan atas hak-hak konsumen, khususnya dalam konteks transaksi elektronik. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan bentuk nyata dari perlindungan hukum preventif dan represif, yang mengatur hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, terdapat pula didalamnya mekanisme penyelesaian sengketa. Dalam

ranah digital, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta perubahannya juga memperkuat perlindungan hukum dengan memberikan landasan terhadap keabsahan transaksi elektronik serta perlindungan terhadap data dan informasi pribadi konsumen. Selain itu, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi menegaskan kewajiban penyelenggara sistem elektronik untuk menjaga kerahasiaan dan keamanan data pribadi konsumen. Keseluruhan regulasi ini menunjukkan bahwa teori perlindungan hukum tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga diaktualisasikan dalam kerangka hukum positif Indonesia guna memberikan kepastian, keadilan, dan perlindungan yang efektif bagi masyarakat.

Teori Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability*).

Konsep tanggung jawab hukum (*legal liability*) berkaitan dengan konsep kewajiban hukum. Dalam konsep tersebut seseorang dikatakan bertanggung jawab secara hukum terhadap perbuatan tertentu apabila ia dapat dikenai sanksi atas perbuatan yang bertentangan dengan hukum. Umumnya, sanksi dikenakan kepada pelaku karena perbuatannya sendiri yang menimbulkan tanggung jawab hukum. Dalam hal ini, pihak yang memikul tanggung jawab dan pihak yang memiliki kewajiban hukum adalah orang yang sama. Menurut teori tradisional, pertanggung jawaban dibedakan menjadi dua macam, yaitu pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan (*based on fault*) dan pertanggungjawaban mutlak (*absolut responsibility*). Dalam hukum modern dikenal pula bentuk lain dari kesalahan, yaitu kesalahan yang dilakukan tanpa maksud atau perencanaan atau disebut kealpaan (*negligance*)¹⁵.

Hukum perdata membagi tanggung jawab berdasarkan asal perbuatannya, yaitu tanggung jawab hukum akibat pelanggaran kontrak, dalam hal ini perjanjian haruslah terlebih dahulu menciptakan hak dan kewajiban para pihak

yang bersangkutan, dan tanggung jawab akibat perbuatan melawan hukum (*onrechmatigedaad*)¹⁶. Dalam konteks perlindungan konsumen, teori tanggung jawab hukum tersebut mendapatkan penegasan dan pengaturan lebih lanjut melalui Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini secara spesifik mengatur hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Pasal 4 UUPK menjabarkan hak-hak dasar konsumen, termasuk hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, serta hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sejalan dengan itu, Pasal 7 UUPK membebaskan kewajiban kepada pelaku usaha, seperti promotor konser, untuk beritikad baik, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta memberikan ganti rugi atas kerugian yang diderita konsumen. Pelanggaran terhadap kewajiban ini dapat menjadi dasar bagi konsumen untuk menuntut tanggung jawab hukum promotor¹⁷.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode non-doktrinal (empiris) dengan pendekatan kualitatif untuk memahami perlindungan hukum terhadap konsumen dalam proses penukaran *e-ticket* pada konser “*SEVENTEEN (Right Here) World Tour in Jakarta*”. Data primer diperoleh melalui wawancara daring dengan konsumen yang mengikuti proses penukaran *e- ticket*, menggunakan media seperti *WhatsApp*, *Direct Message Instagram*, *Direct Message X*, dan *Google Meet*. Data sekunder diperoleh dari peraturan perundang-undangan, literatur hukum, artikel berita, serta dokumen digital seperti tangkapan layar unggahan media sosial terkait keluhan konsumen.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi- terstruktur, studi dokumen, dan observasi media

sosial. Validitas data diuji dengan menggunakan triangulasi metode dan triangulasi sumber untuk memastikan konsistensi dan keabsahan informasi yang diperoleh¹⁸. Hasil penelitian dianalisis dengan membandingkan temuan lapangan terhadap teori perlindungan konsumen dan ketentuan hukum yang relevan.

PEMBAHASAN

Analisis Permasalahan Penukaran *E-ticket* Konser Berdasarkan Perspektif Konsumen

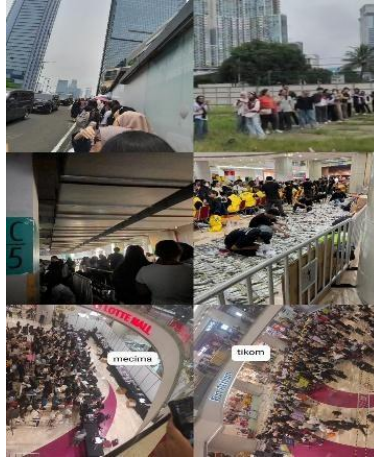
Berdasarkan hasil wawancara pembeli tiket konser yang hadir dalam konser “*SEVENTEEN (Right Here) World Tour in Jakarta*”, diperoleh gambaran empirik mengenai permasalahan yang timbul dalam proses penukaran *e-ticket*. Para responden terdiri dari beragam profesi dan rentang usia, mulai dari mahasiswa hingga karyawan swasta, dengan sebagian besar telah memiliki pengalaman sebelumnya dalam menghadiri konser lain. Sebagian besar responden membeli tiket konser SEVENTEEN melalui platform resmi seperti Mecimashop dan Tiket.com. Namun, informasi yang diberikan oleh pihak promotor terkait alur, waktu, dan lokasi penukaran tiket dinilai tidak konsisten dan berubah-ubah. Hal ini bersimpangan dengan teori perlindungan konsumen, salah satu prinsip utama tersebut adalah hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur, sebagaimana termaktub dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketidakjelasan informasi ini menyebabkan kerugian dalam bentuk waktu dan kenyamanan konsumen.

Lebih lanjut, kondisi di lokasi penukaran tiket juga harus mendapatkan perhatian. Terdapat responden yang menyatakan suasana kondusif, tetapi sebagian besar lainnya menyampaikan bahwa situasi di lokasi sangat tidak tertib, dengan antrean panjang hingga lebih dari 6 jam, kurangnya petunjuk, dan tidak adanya sistem antrean yang

jelas. Berdasarkan teori *legal liability*, promotor sebagai pelaku usaha, dalam kapasitasnya mereka bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan akibat penyelenggaraan yang tidak profesional. Tanggung jawab ini dapat berbentuk kompensasi, perbaikan layanan, hingga permintaan maaf resmi sebagai bentuk tanggung jawab hukum maupun moral. Dari segi penanganan masalah di lapangan, para responden mengungkapkan bahwa tidak tersedia bantuan atau solusi cepat dari pihak promotor. Bahkan ketika keluhan diajukan, tanggapan yang diterima tidak memadai, atau bahkan diabaikan. Ini menunjukkan lemahnya mekanisme penyelesaian sengketa konsumen yang seharusnya menjadi bagian integral dari perlindungan konsumen.

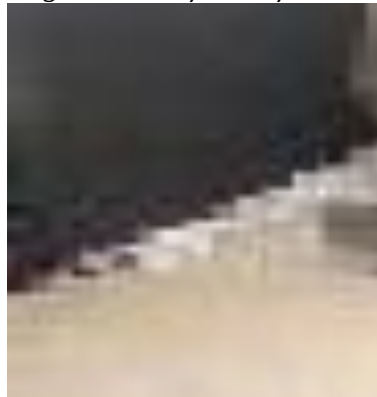
Beberapa responden juga menyampaikan kekhawatiran terhadap aspek keamanan data pribadi, terutama ketika proses pembelian tiket dan registrasi dilakukan melalui platform pihak ketiga tanpa adanya jaminan keamanan yang jelas. Hal ini bersinggungan dengan teori perlindungan data pribadi, yang menekankan pentingnya pengelolaan dan penyimpanan data pribadi secara aman oleh penyelenggara. Ketidadaan transparansi mengenai penggunaan data konsumen berpotensi melanggar prinsip-prinsip dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi. Menariknya, sebagian besar responden mengetahui keberadaan UUPK dan menyadari bahwa mereka memiliki hak-hak hukum. Namun, hanya sedikit yang mengetahui mekanisme pengaduan atau lembaga yang dapat membantu, seperti BPKN atau LPKSM. Hal ini menunjukkan adanya celah edukasi konsumen yang belum maksimal. Responden menyarankan agar ke depannya perlu ada upaya edukatif agar konsumen lebih sadar akan hak-haknya, serta promotor perlu melakukan evaluasi menyeluruh atas sistem penukaran tiket, termasuk *crowd management* dan sistem antrean. Dengan mengacu pada ketiga teori di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam

praktiknya masih terdapat pelanggaran terhadap prinsip-prinsip perlindungan konsumen, baik dari aspek informasi, tanggung jawab hukum, maupun perlindungan data pribadi. Hal ini menunjukkan perlunya penguatan regulasi dan peningkatan kesadaran, baik dari sisi pelaku usaha (promotor) maupun konsumen.



Gambar 1. Kekacauan dalam proses penukaran tiket konser SEVENTEEN di Jakarta, sebagaimana dibagikan oleh pengguna

X. Sumber Gambar Orangeminoritas (@orangeminoritas), X (dulu Twitter), 15 Mei 2025, <https://x.com/orangeminoritas/status/1886729779279200460>



Gambar 2. Dokumentasi kondisi penukaran tiket konser “SEVENTEEN (Right Here) World Tour in Jakarta”,

menunjukkan surat kuasa penonton yang diletakkan sembarangan oleh staf promotor. Sumber Gambar Leehyuckie (@leehyuckie), X, 18 Mei 2025, <https://x.com/leehyuckie/status/1886782812256424160>.

Tanggung Jawab Promotor Konser Terkait Kerugian yang Dialami Pengunjung Konser “SEVENTEEN (Right Here) World Tour in Jakarta” Selama Proses Penukaran *E-ticket*

Transaksi elektronik dalam pembelian *e-ticket* melalui platform digital penjualan tiket pada dasar sama dengan perjanjian jual beli yang diatur dengan hukum perjanjian. Transaksi jual beli yang dilakukan melalui media elektronik melahirkan suatu hubungan hukum yang bersifat mengikat antara pelaku usaha dan konsumen, sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 1313 KUHPerdara yang berbunyi “suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih.”, Pasal ini berkaitan dengan Pasal 1338 KUHPerdara yang berbunyi “Semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang- undang berlaku sebagai undang- undang bagi mereka yang membuatnya”. Kedua Pasal tersebut menjadi dasar lahirnya perjanjian dalam transaksi elektronik telah mengikat secara hukum bagi pembeli dan penyedia jasa, dalam hal ini promotor dan platform penjualan *e-ticket*. Transaksi elektronik dapat diakui sebagai perjanjian yang sah apabila memenuhi syarat-syarat sah perjanjian sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1320 KUHPer, yakni adanya “kata sepakat”, “para pihak cakap”, “suatu hal tertentu”, dan “sebab yang halal”.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan meningkatnya intensitas transaksi digital, hukum dituntut untuk terus menyesuaikan diri guna mengakomodasi dinamika tersebut. Saat ini, terdapat berbagai instrumen hukum yang mengatur mengenai transaksi digital, di antaranya adalah Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen (UUPK), Landasan yuridis yang mengatur penyelenggaraan serta perlindungan dalam transaksi elektronik di Indonesia meliputi Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 sebagai perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Ketentuan tersebut diperkuat dengan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Pengaturan lebih lanjut terkait perizinan berusaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan terhadap pelaku usaha dalam kegiatan perdagangan elektronik tercantum dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Adapun aspek perlindungan terhadap data pribadi dalam penyelenggaraan sistem elektronik diatur melalui Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016. Keseluruhan ketentuan hukum tersebut tidak hanya bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, tetapi juga menjamin kepastian hukum serta perlindungan bagi pelaku usaha dalam ekosistem transaksi digital.

Teori tanggung jawab hukum (*legal liability*) memungkinkan seseorang dapat dikenakan sanksi atas perbuatannya yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan, sehingga ia dianggap bertanggung jawab secara hukum. Pertanggung jawaban tersebut dapat dilakukan secara perdata, pidana, maupun administratif sesuai dengan perbuatan dan akibatnya. Menurut Hans Kelsen, tanggung jawab dibedakan menjadi dua, yaitu tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*based on fault*) dan tanggung jawab mutlak (*absolut responsibility*)¹⁹. Dalam hukum perdata, terdapat istilah tanggung jawab atas dasar risiko, yakni apabila seseorang memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab bukan karena ia melakukan kesalahan, namun karena ia mengambil risiko dalam kedudukan

hukumnya yang mengakibatkan ia berkewajiban untuk bertanggung jawab²⁰ .

Kewajiban pelaku usaha dalam konteks perlindungan konsumen muncul karena kelalaian pelaku usaha yang mengakibatkan kerugian konsumen. Konsumen yang haknya dicerai oleh pelaku usaha dapat menempuh beberapa upaya untuk menuntut pertanggung jawaban pelaku usaha, seperti mengajukan permasalahannya ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau melalui jalur litigasi melalui pengadilan umum. Namun, perlu diperhatikan bahwa upaya tersebut dilakukan apabila konsumen telah meminta pertanggungjawaban secara langsung kepada pelaku usaha, namun tidak mendapatkan tanggapan apapun dari pelaku usaha²¹ .

Kasus proses penukaran *e-ticket* menjadi tiket fisik pada konser “*SEVENTEEN (Righ Here) World Tour in Jakarta*” dapat dikaji menggunakan teori tanggung jawab hukum (*legal liability*). Promotor bertanggung jawab penuh untuk menanggung kerugian yang dialami konsumen. Dalam proses penukaran *e-ticket* terjadi permasalahan seperti informasi terkait penukaran *e-ticket* yang tidak jelas dan berubah- ubah, lokasi penukaran *e-ticket* yang jauh dari *venue* konser, antrean mengular yang tidak aman dan nyaman, proses mengantre yang memakan waktu lama, panitia penukaran *e-ticket* tidak memperhatikan perlindungan data pribadi yang terdapat pada surat kuasa, hingga mengakibatkan seorang konsumen tertabrak mobil karena antrean yang mengular hingga ke basement parkir, dan tidak menanggapi keluhan dan pendapat para konsumen selama proses penukaran *e-ticket*. Permasalahan- permasalahan tersebut diduga telah melanggar beberapa ketentuan dalam Undang- Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yakni:

Pertama, tindak menyimpang dari Pasal 4 huruf a, c, dan d yang mengatur tentang hak konsumen untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam

menggunakan jasa, memperoleh informasi yang benar dan mudah dipahami, serta didengar pendapat dan keluhannya. Dalam praktiknya, banyak konsumen mengeluhkan minimnya informasi mengenai waktu dan prosedur penukaran *e-ticket*, serta tidak adanya respons yang cepat dan tanggap dari penyelenggara terhadap aduan yang masuk. Implikasi dari hal ini bahwa hak-hak dasar konsumen, yang menjadi fokus dalam Pasal tersebut belum bisa direalisasikan.

Kedua, terdapat potensi pelanggaran terhadap Pasal 7 huruf a, b, dan c, yang mengharuskan pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan usahanya dengan itikad baik, memberikan keterangan yang benar, mudah dipahami, dan jujur, serta menjamin mutu jasa yang ditawarkan. Dalam kasus ini, penyelenggara konser dinilai tidak menjalankan prinsip itikad baik karena tidak memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi dan informasi awal. Bahkan, terdapat laporan bahwa informasi mengenai penukaran tiket berubah-ubah dan tidak konsisten di berbagai kanal, sehingga menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen.

Ketiga, berdasarkan Pasal 8 ayat (1) huruf f, pelaku usaha dilarang memproduksi atau mengkomersilkan barang dan/atau jasa yang tidak menyertakan informasi yang benar dan jelas. Jika prosedur penukaran *e-ticket* tidak dijelaskan secara rinci sejak awal, atau justru menyesatkan, maka tindakan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran terhadap larangan tersebut.

Keempat, Pasal 19 ayat (1) menegaskan bahwa pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan kompensasi berupa ganti rugi kepada konsumen yang menderita kerugian akibat konsumsi barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks ini, jika konsumen mengalami kerugian berupa keterlambatan masuk konser, tidak mendapatkan tempat sesuai kelas tiket, atau bahkan tidak bisa masuk sama sekali, maka pihak penyelenggara

memiliki kewajiban hukum untuk memberikan ganti rugi secara proporsional.

Kelima, dalam Pasal 45 ayat (1) UUPK, konsumen diproteksi haknya untuk mengajukan gugatan sebagai kompensasi atas kerugian yang mereka alami, dengan opsi penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau melalui jalur litigasi pada pengadilan. Namun, dalam kasus ini tidak ditemukan adanya mekanisme pengaduan atau penyelesaian sengketa yang jelas dari pihak penyelenggara konser. Hal ini menyebabkan konsumen tidak memiliki saluran yang efektif untuk menyalurkan keluhan atau menuntut haknya.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa penyelenggara konser berpotensi melanggar beberapa ketentuan penting dalam UUPK yang secara spesifik mengatur tentang hak-hak yang dimiliki konsumen, tanggung jawab pelaku usaha, larangan terhadap praktik-praktik yang merugikan konsumen, serta bentuk pertanggungjawaban dan penyelesaian sengketa. Hal ini memperkuat argumentasi bahwa penyelenggara konser secara hukum dapat dimintai pertanggungjawaban atas permasalahan yang timbul dalam proses penukaran *e-ticket*.

Perlindungan Konsumen Terhadap Permasalahan yang Timbul Dalam Proses Penukaran *E-ticketing* Pada Konser “SEVENTEEN (Right Here) World Tour in Jakarta”

Hubungan hukum hadir dalam perjanjian perdagangan secara elektronik yang menyebabkan pelaku usaha dan konsumen masing-masing memiliki hak dan kewajiban yang diatur oleh peraturan perundang-undangan. Pasal 1 angka 1 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan definisi “perlindungan konsumen sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Pasal tersebut memberikan kepastian hukum untuk menjamin

perlindungan konsumen dalam proses jual beli, termasuk dalam bidang jasa hiburan. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tertuang hak dan kewajiban konsumen yang diatur pada Pasal 4 dan Pasal 5, sedangkan hak dan kewajiban pelaku usaha diatur pada Pasal 6 dan Pasal 7.

Ketentuan dalam Pasal 4 huruf a menjelaskan bahwa konsumen memiliki hak fundamental untuk mendapatkan kondisi aman, nyaman, dan terhindar dari bahaya saat mengonsumsi barang dan/atau jasa. Hak tersebut memberikan artian bahwa konsumen berhak mendapatkan perlindungan dari segala jenis bahaya yang mengancam keselamatan, jiwa, dan harta bendanya selama mengonsumsi barang dan/atau jasa tersebut. Menurut KBBI arti kata “selamat” ialah “terbebas dari bahaya, tidak mendapat gangguan, kerusakan, dan sebagainya”. Dengan demikian maka pelaku usaha diberikan kewajiban untuk mengupayakan terjaminannya produk atau layanan yang mereka sediakan tidak menyebabkan risiko apapun bagi konsumen yang menggunakannya²², sebagaimana termaktub dalam Pasal 7 UUPK yang mengatur bahwa produk atau layanan yang diberikan tidak membahayakan konsumennya, baik secara fisik, psikis, maupun data pribadi.

Transaksi pembelian tiket konser secara elektronik termasuk ke dalam kategori perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE), yang tunduk pada ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dalam hal ini, Dalam kapasitasnya sebagai penyelenggara *E-ticketing*, promotor wajib menjamin bahwa seluruh proses pelayanan mulai dari pembelian tiket, penukaran *e-ticket* menjadi tiket fisik, hingga pelaksanaan konser berlangsung aman, nyaman, dan tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Perlindungan terhadap keamanan, kenyamanan, keselamatan konsumen ini berkaitan pada proses penukaran *e-ticket* dalam konser “SEVENTEEN (*Right Here*) World

Tour in Jakarta". Sebagai pihak yang menyediakan layanan jasa, promotor berkewajiban mewujudkan keamanan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen, dalam hal ini adalah pembeli tiket²³, mulai dari proses transaksi pembelian tiket, penukaran *e-ticket* menjadi tiket fisik, hingga konser berakhir. Permasalahan sebagaimana disebutkan di atas seperti antrean yang mengular dan mengancam keselamatan pengantre, ketidakjelasan informasi, hingga ketidakperdulian panitia akan data pribadi konsumen yang tercantum dalam surat kuasa tentu saja dianggap telah melanggar Pasal 4 huruf a UUPK. Dalam pendekatan *strict liability* (tanggung jawab mutlak), promotor tetap dapat dimintai pertanggungjawaban hukum meskipun tanpa adanya kesalahan langsung, selama dapat dibuktikan bahwa kerugian timbul dari cacat layanan yang mereka selenggarakan.

SIMPULAN

Analisis hasil penelitian membawa pada kesimpulan bahwa promotor konser memiliki tanggung jawab hukum atas timbulnya permasalahan dalam proses penukaran *e-ticket* pada konser "*SEVENTEEN (Right Here) World Tour in Jakarta*". Permasalahan seperti ketidaksiapan sistem, minimnya informasi yang transparan, serta prosedur penukaran yang tidak jelas telah menimbulkan mencederai hak-hak konsumen yang seharusnya dilindungi sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tanggung jawab promotor bersifat mutlak (*strict liability*), yang berarti promotor tetap wajib mengganti kerugian meskipun tanpa pembuktian kesalahan secara langsung dari pihaknya. Selain itu, terdapat potensi pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi apabila terjadi penyalahgunaan atau kebocoran data konsumen dalam proses digitalisasi tiket. Situasi ini memperlihatkan urgensi perlindungan konsumen di ranah

hiburan, khususnya konser musik, masih perlu diperkuat, baik melalui penegakan hukum yang tegas terhadap pelaku usaha maupun pembenahan sistem layanan agar lebih transparan, aman, dan berorientasi pada kenyamanan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Areiza-Padilla, Jose Andres, and Tatiana Galindo-Becerra. "The Importance of E-Service Quality in the Livestreaming Music Concert Business." *Cogent Social Sciences* 8, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2051791>.

Asshiddiqie, Jimly, and M. Ali Safa'at. *teori hans kelsen tentang hukum*. 1st ed.

Jakarta: Sekretariat Jendral & Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi RI, 2006. www.mahkamahkonstitusi.go.id.

Atmadja, I Dewa Gede, and I Nyoman Putu Budiarta. *TEORI-TEORI HUKUM*. 1st ed.

Malang: Setara Press, 2018. www.intranspublishing.com.

Atmoko, Dwi, and Adhalia Septia Saputri. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Edited by Nur Azizah Rahma. 1st ed. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/read-book>.

Bambungan, Onang, Hendrik Pondaag, and Grace H Tampongangoy. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Kenyamanan Keamanan Dan Keselamatan Dalam Mengonsumsi Barang Atau Jasa." *Lex Privatum* 11, no. 1 (2023).

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/45760>.

Dewidianto, Resdia, Manalullaili, and Chairunnisah Putri Ayu Ningsih. "Peran Komunikasi Organisasi Dalam Event Organizer (Studi Pada Event Organizer Soundtrack Indonesia Kota Palembang)." *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital* 1 (2024): 1–10. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i4.277>.

Handayani, Fajar Nugroho, and Ahmad Raihan Harahap. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Edited by Fajar Nugroho Handayani and Ahmad Raihan Harahap. 1st ed. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021.

Ikhsani, Dio Viragus, and Diana Amir. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Atas Iklan Yang Menyesatkan Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Zaaken: Journal of Civil and Business Law* 3, no. 1 (February 14, 2022): 76–91. <https://doi.org/10.22437/zaaken.v3i1.14634>.

Is, Muhamad Sadi, Lia Hartika, Windi Arista, Harniwati, Santi Indriani, Edwin Yuliska, Irna, et al. *HUKUM PERDATA*. Edited by Ermanto Fahamsyah. Bali: Penerbit Intelektual Manifes Media, 2024.

Khuzipi, Melan Susanti, and Mari Rahmawati. "Sistem Informasi Pemesanan Tiket Konser Musik Theater Berbasis Website." *Bianglala Informasi* 9, no. 2 (2021): 2021.

Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Edited by Tarmizi. 1st ed.

Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Kusumadewi, Yessy, and Grace Sharon. *HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN*. Edited by Roslani Husein. 1st ed. Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah, 2022.

Lin, Yanna. "Exploring Future Management Trends in the Entertainment Industry: Convergence, Innovation and Sustainability." *EWA Publishing* 133 (January 3, 2024). <https://doi.org/10.54254/2754-1169/133/2025.19635>.

Muntasir, Ibnu, Galih Pramono, Euis Nurninawati, and Sugeng Santoso. "Perancangan Sistem *E-Ticket* Pelaporan Incident Berbasis Web Pada Pt. Aerofood Indonesia." *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*. Vol. 7, 2023.

Purnamasari, Hanifah, Neni Sri Imaniyati, and Makmur. "Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Tiket Dalam Konser Musik KV Fest Yang Diselenggarakan Oleh Promotor Festival Kultvizion Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Bandung*

Conference Series: Law Studies 3, no. 1 (January 25, 2023).
<https://doi.org/10.29313/bcsls.v3i1.4938>.

Sugiyono. *Metode Penelitian (Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif Dan Konstruktif)*. Bandung: Alfabeta, 2022.

Wamafma, Filep, Emi Salmah, Alex Chandra, Arief Nurjahjo, Yudha Sri Wulandari, Mery Lani Br Purba, and Esti Royani. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*. Edited by Lisnawati. Vol. 1. Banyumas: Penerbit Amerta Media, 2023.

Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Cetakan Ke-1. Jakarta: Kencana Predena Media Group, 2013.