

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PERUBAHAN
TEMPAT KONSER SECARA SEPIHAK
(Studi Kasus Pada Acara *Forever Young Day6 in Jakarta 2025*)**

(SKRIPSI)

Oleh

**BELLA JUSTICIA SOLIHIN
NPM 2212011536**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PERUBAHAN TEMPAT KONSER SECARA SEPIHAK (Studi Kasus Pada Acara *Forever Young Day6 in Jakarta 2025*)

Oleh:
BELLA JUSTICIA SOLIHIN

Perkembangan industri hiburan global, khususnya fenomena *Korean Wave (Hallyu)*, mendorong meningkatnya penyelenggaraan konser musik internasional di Indonesia, termasuk konser *DAY6 WORLD TOUR [FOREVER YOUNG] in Jakarta 2025* yang diselenggarakan oleh promotor Mecimapro. Konser yang semula dijadwalkan di Jakarta International Stadium (JIS) berkapasitas sekitar 82.000 penonton dipindahkan secara sepihak ke Stadion Madya Gelora Bung Karno yang hanya berkapasitas sekitar 9.000 penonton, tanpa opsi pengembalian dana bagi konsumen. Penelitian ini membahas tanggung jawab promotor terhadap konsumen dan upaya perlindungan konsumen atas perubahan tempat konser secara sepihak pada acara *Forever Young Day6 in Jakarta 2025*.

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual dan pendekatan kasus. Bahan hukum yang digunakan meliputi bahan hukum primer berupa KUHPerduta dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan klausula baku tiket, bahan hukum lainnya berupa dokumentasi digital terkait kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan, sedangkan analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif.

Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa promotor sebagai pelaku usaha bertanggung jawab atas perubahan tempat konser secara sepihak berdasarkan wanprestasi karena perubahan lokasi merupakan perubahan substansial terhadap prestasi. Tanggung jawab tersebut berupa pemberian kompensasi atau pengembalian dana kepada konsumen karena perubahan yang tidak terpenuhi sebagaimana yang dijanjikan saat penjualan tiket dan klausula baku yang membatasi pengembalian dana hanya pada pembatalan konser batal demi hukum. Upaya perlindungan konsumen dapat dilakukan secara preventif, meliputi kewajiban transparansi informasi, pembatasan klausula baku, serta secara represif yang tersedia mekanisme non-litigasi, litigasi, dan gugatan perwakilan kelompok (*class action*), serta peran negara dan penerapan ketentuan UUPK untuk menjamin pemenuhan hak-hak konsumen.

Kata kunci: perlindungan konsumen, wanprestasi, promotor konser, perubahan tempat konser.

ABSTRACT

CONSUMER PROTECTION AGAINST UNILATERAL CHANGES OF CONCERT VENUES

(A Case Study of the Forever Young DAY6 Concert in Jakarta 2025)

By:

BELLA JUSTICIA SOLIHIN

The growth of the global entertainment industry, particularly the Korean Wave (Hallyu) phenomenon, has driven an increase in international music concerts held in Indonesia, including the DAY6 WORLD TOUR [FOREVER YOUNG] in Jakarta 2025, organized by promoter Mecimapro. The concert, originally scheduled at Jakarta International Stadium (JIS) with a capacity of approximately 82,000 spectators, was unilaterally relocated to Stadion Madya Gelora Bung Karno, which holds only around 9,000 spectators, with no refund option offered to consumers. This study examines the promoter's liability toward consumers and the available consumer protection measures in response to the unilateral venue change at the Forever Young DAY6 in Jakarta 2025 event.

This study employs a normative juridical method with statutory, conceptual, and case-based approaches. The legal materials used include primary legal materials in the form of the Civil Code and Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection (UUPK), standard ticket clauses, and other legal materials in the form of digital documentation related to the case. Data were collected through library research, while analysis was conducted using a descriptive qualitative approach.

The results and discussion indicate that the promoter, as a business actor, bears responsibility for the unilateral venue change on the grounds of breach of contract, as the relocation constitutes a substantial alteration of the agreed performance. Such responsibility takes the form of compensation or refunds to consumers, given that the change was not in accordance with what was promised at the time of ticket sale, and that standard clauses restricting refunds solely to concert cancellations are null and void by operation of law. Consumer protection efforts may be pursued preventively — encompassing obligations of information transparency and restrictions on standard clauses — as well as repressively, through available non-litigation mechanisms, litigation, and class action suits, along with the role of the state and the enforcement of UUPK provisions to ensure the fulfillment of consumer rights.

Keywords: *consumer protection, breach of contract, concert promoter, venue change, consumer, dispute.*

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PERUBAHAN
TEMPAT KONSER SECARA SEPIHAK
(Studi Kasus Pada Acara *Forever Young Day6 in Jakarta 2025*)**

Oleh:

**BELLA JUSTICIA SOLIHIN
NPM 2212011536**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUKUM**

Pada

**Bagian Hukum Keperdataan
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul : PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
PERUBAHAN TEMPAT KONSER SECARA
SEPIHAK (Studi Kasus Pada Acara *Forever Young*
Day6 in Jakarta 2025)

Nama Mahasiswa : **Bella Justicia Sofihin**


Nomor Pokok Mahasiswa : 2212011536


Bagian : Hukum Keperdataan

Fakultas : Hukum

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Dianne Eka Rusmawati, S.H., M.Hum.
NIP 197903252009122001


Siti Nurhasanah, S.H., M.H.
NIP 197102111998022001

2. Ketua Bagian Hukum Keperdataan


Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H.
NIP 197404132005011001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji
Ketua

: **Dianne Eka Rusmawati, S.H., M.Hum**

Sekretaris/Anggota

: **Siti Nurhasanah, S.H., M.H.**

Penguji Utama

: **Elly Nurlaili, S.H., M.H.**

2. Dekan Fakultas Hukum

Dr. M. Fakhri, S.H., M.S.

NIP 196412181988031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Mei 2026



Three handwritten signatures in black ink. The first signature is at the top right, the second is in the middle right, and the third is at the bottom right. Each signature is positioned next to its respective name in the list of examiners.

PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Bella Justicia Solihin

NPM : 2212011536

Jurusan : Perdata

Fakultas : Hukum

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PERUBAHAN TEMPAT KONSER SECARA SEPIHAK (Studi Kasus Pada Acara *Forever Young Day6 in Jakarta 2025*)”** adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan hasil plagiat sebagaimana telah diatur dalam Pasal 19 Ayat (5) dan Pasal 50 Peraturan Rektor Universitas Lampung Nomor 12 Tahun 2025.

Bandar Lampung, Mei 2026



Bella Justicia Solihin

NPM 2212011536

RIWAYAT HIDUP



Bernama lengkap Bella Justicia Solihin, penulis dilahirkan di Jakarta pada tanggal 15 September 2004. Penulis merupakan anak kedua dari 3 (tiga) bersaudara dari pasangan Bapak Muhammad Solihin Humaidy, S.H., M.H. dan Ibu Dian Leli Umiyati, S.H., M.Pd. Penulis mengawali pendidikan di Taman Kanak-Kanak Miftahul Jannah, Tangerang, kemudian melanjutkan ke jenjang Sekolah Dasar IT Al-Istiqomah, Tangerang, lalu melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Kelapa Dua, Tangerang, dan Sekolah Menengah Atas Negeri 23 Jakarta Barat, DKI Jakarta. Pada tahun 2022, penulis terdaftar sebagai mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Lampung melalui seleksi penerimaan Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Pada masa perkuliahannya, penulis aktif mengikuti kegiatan wajib belajar di kampusnya dan juga aktif dalam kegiatan organisasi kemahasiswaan di tingkat universitas dalam AIESEC *in* Unila selama dua tahun. Penulis menjabat sebagai *Program Staff of AIESEC Future Leaders* dan menjadi *Program Team Leader of AIESEC Future Leaders*, lalu mengikuti proyek sebagai *Organizing Committee Vice President Brand Marketing of Youth for Krakatoa*. Selain aktif dalam kegiatan organisasi, Penulis juga mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata selama 40 hari ditempatkan di Desa Way Wakak, Kecamatan Abung Barat, Lampung Utara. Penulis memberikan penyuluhan “Sosialisasi Anti Jebakan Digital” sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat sebagai mahasiswa Hukum Universitas Lampung.

MOTTO

"The rights of every man are diminished when the rights of one man are threatened."

(John F. Kennedy)

"There is just one promise, there's no doubt it will come to an end, and once it's over, for what feels like forever, you'll finally get to rest."

(Resident Playbook, A Race)

"Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release."

(Taylor Swift)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, kekuatan dan kesehatan yang telah diberikan, sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, saya persembahkan skripsi kepada:

Ibunda tercinta Dian Leli Umiyati, S.H., M.Pd.

&

Ayahanda tersayang Muhammad Solihin Humaidy, S.H., M.H.

Kedua orang tuaku yang memberikan segala kasih sayang, cinta, doa, pengorbanan, dukungan serta motivasi yang menyertai setiap langkah penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Kepada Bunda, sosok perempuan paling kuat dan hebat dalam hidup penulis, yang tak pernah lelah berusaha menjadi lebih baik bagi anak-anaknya serta selalu menyimpan harapan baik untuk setiap langkah anaknya, pelukan Bunda selalu menjadi tempat pulang yang paling hangat dan dukungan yang Bunda sampaikan dan lakukan menjadi kekuatan yang tak tergantikan. Kepada Ayah, terima kasih atas kepercayaan yang begitu besar kepada penulis serta setiap usaha yang sering kali dilakukan dalam diam demi keluarga. Semoga penulis mampu menjalani hidup dengan baik, sepadan dengan harapan dan nama yang telah Ayah berikan.

SANWACANA

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah -Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PERUBAHAN TEMPAT KONSER SECARA SEPIHAK (Studi Kasus Pada Acara *Forever Young Day6 in Jakarta 2025*)**”, yang diajukan untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Penulis telah mendapat banyak bantuan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak yang sangat berharga bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Muhammad Fakih, S.H., M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
2. Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H., selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Universitas Lampung;
3. Mohammad Wendy Trijaya, S.H., M.Hum., selaku Sekretaris Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Lampung;
4. Dianne Eka Rusmawati, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing 1, terima kasih atas kesabaran dan kesediaannya meluangkan waktu di sela-sela kesibukannya untuk memberikan bimbingan serta saran dan berbagai kritik dalam proses penyelesaian skripsi ini;
5. Siti Nurhasanah, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing 2, terima kasih telah bersabar dan bersedia memberi waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini;
6. Elly Nurlaili, S.H., M.H., selaku Dosen Pembahas 1, terima kasih atas waktu, masukan dan kritik yang membangun selama penulisan skripsi ini;
7. Harsa Wahyu Ramadhan, S.H., M.H., selaku Dosen Pembahas 2, terima kasih atas waktu, masukan dan kritik yang membangun selama penulisan skripsi ini;

8. Siti Khoiriah, S.H.I, M.H., selaku Dosen Pembimbing Akademik, terima kasih telah membantu membimbing penulis selama perkuliahan;
9. Seluruh dosen dan karyawan yang bertugas di Fakultas Hukum Universitas Lampung, khususnya Dosen Bagian Hukum Keperdataan yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi saya;
10. Muhammad Solihin Humaidy, S.H., M.H., dan Dian Leli Umiyati, S.H., M.Pd., kedua orang tuaku tersayang, terima kasih selalu percaya kepada Ica, setiap pencapaian Ica tidak akan pernah lepas dari doa, cinta dan dukungan Ayah dan Bunda.
11. Fira Maurina Solihin, S.IP., dan Nulla Dellectia Solihin, kakak dan adik perempuan saya tercinta, *thank you for always being there, for support, laughter and endless encouragement*, semoga Ica bisa jadi adik yang sekeren Kak Fira dan menjadi kakak yang dapat Nulla banggakan.
12. Sahabatku selama kuliah, Keisya Laila Rahma, S.H., yang dengan setia menemani setiap langkah saya dari awal menjadi mahasiswa baru hingga proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan, kebersamaan dan ketulusan yang selalu menguatkan di setiap fase yang saya lalui;
13. Estetik, teman-teman sejak awal kuliah sampai dengan hari ini, Disya, Asa, Jihan, Nadia dan Davina. Terima kasih telah menjadi tempat yang hangat di tempat baru ini. Berkat kalian, penulis tidak merasakan *homesickness* saat jauh dari rumah;
14. Teman-teman grup ‘tolong’, Fira, Embun, Callista, Daffa, Farros, Vito, Audrey, terima kasih telah selalu menghadirkan tawa dan keceriaan, sehingga setiap kebersamaan terasa lebih ringan dan hangat;
15. Cantika Aprilia Hasanah, terima kasih telah menjadi teman penulis untuk waktu yang panjang. Meski selalu berpisah jarak yang jauh, dukungan dan semangat selalu terasa dekat;
16. Nathania Shakira, teman penulis sedari SD, SMP, SMA dan Kuliah walaupun kita tidak sepenuhnya selalu bersama-sama setiap saat tapi terima kasih telah menjadi *my low maintance friend* yang menemani di setiap *journey* penulis;

17. 2BTopper, Belia, Caca, Gati dan Ditto. Terima kasih telah menemani perjalanan penulis selama menjadi program *team leader* dalam berbagi sedih dan tawa selama menjalani proses tumbuh bersama;
18. Keluarga besar AIESEC *in* Universitas Lampung: Pamelobee, ABCDF, Metanoyeah, 2BTopper, Krakatoa Svartha dan Naratura atas kenangan, tantangan dan tawa yang menemani selama masa perkuliahan yang menjadi proses pengembangan diri penulis;
19. Teman-teman KKN, Deni, Aldriyan, Rinda, Ima, Rinda, Jul dan Vivi yang telah menjalani suka duka selama 40 hari bersama. Terima kasih atas segala kenangan berkesan dan dukungannya selama proses penulisan skripsi;
20. Serta pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan menyemangati penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Namun demikian, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan kegunaan dan manfaat bagi berbagai pihak, khususnya dalam mendukung pengembangan ilmu hukum secara umum.

Bandar Lampung, Mei 2026
Penulis

Bella Justicia Solihin

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
MENYETUJUI.....	iv
MENGESAHKAN.....	v
PERNYATAAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
MOTTO.....	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
SANWACANA.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Perjanjian dan Hubungan Hukum.....	8
2.1.1. Pengertian Perjanjian.....	8
2.1.2. Asas-Asas dalam Perjanjian.....	9
2.1.3. Syarat Sah Perjanjian.....	11
2.1.4. Hubungan Hukum.....	12
2.1.5. Unsur- Unsur Hubungan Hukum.....	13
2.2. Pelaku Usaha dan Konsumen.....	14
2.2.1. Pengertian Pelaku Usaha.....	14
2.2.2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	15
2.2.3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	17
2.2.4. Pengertian Konsumen.....	21

2.2.5.	Hak dan Kewajiban Konsumen.....	22
2.3.	Tinjauan tentang Perlindungan Konsumen	24
2.3.1.	Pengertian Perlindungan Konsumen.....	24
2.3.2.	Tujuan dan Asas Perlindungan Konsumen	25
2.3.3.	Bentuk Perlindungan Konsumen	26
2.4.	Tinjauan tentang Penyelenggaraan Konser Musik.....	36
2.4.1.	Pengertian dan Karakteristik Konser Musik sebagai Jasa Hiburan	36
2.4.2.	Promotor Konser sebagai Pelaku Usaha Penyelenggara	38
2.4.3.	Tempat Konser sebagai Unsur Perjanjian.....	38
2.4.4.	Tiket Konser sebagai Bukti Perjanjian dan Dasar Hak Konsumen	39
2.5.	Kerangka Pikir	41
III.	METODE PENELITIAN.....	43
3.1.	Jenis Penelitian.....	43
3.2.	Pendekatan Penelitian	43
3.3.	Sumber dan Bahan Data.....	44
3.4.	Pengumpulan Data	45
3.5.	Analisis Data.....	45
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1.	Duduk Perkara Perubahan Tempat secara Sepihak pada Acara <i>Forever Young Day6 in Jakarta 2025</i>	46
4.2.	Tanggung Jawab Promotor Konser terhadap Konsumen pada Acara <i>Forever Young DAY6 in Jakarta 2025</i>	50
4.2.1.	Perubahan Tempat Konser sebagai Tindakan Sepihak dalam Pejanjian Jual Beli Tiket	50
4.2.2.	Dasar Tanggung Jawab Promotor terhadap Konsumen.....	52
4.2.3.	Pemulihan Hak Konsumen berdasarkan Tanggung Jawab Promotor	54
4.3.	Upaya Perlindungan Konsumen terhadap Perubahan Tempat Konser Secara Sepihak pada Acara <i>Forever Young DAY6 in Jakarta 2025</i>	56
4.3.1.	Perlindungan Hukum Preventif terhadap Perubahan Tempat Secara Sepihak	56

4.3.2.	Perlindungan Hukum Represif terhadap Perubahan Tempat Secara Sepihak	60
4.3.3.	Peran Negara dalam Upaya Penegakan Perlindungan Konsumen terhadap Perubahan Tempat Konser Secara Sepihak.....	71
V.	PENUTUP.....	76
5.	Kesimpulan dan Saran	76
5.1.	Kesimpulan	76
5.2.	Saran	77
	DAFTAR PUSTAKA	78
	LAMPIRAN	

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri hiburan Korea Selatan telah berkembang pesat dalam dua dekade terakhir dan menjelma menjadi salah satu kekuatan budaya global. Fenomena ini dikenal luas sebagai *Hallyu* atau *Korean Wave*, yaitu penyebaran musik, drama, film, hingga budaya dan gaya hidup Korea Selatan ke berbagai belahan dunia. Di antara semua sektor tersebut, musik populer Korea atau K-pop muncul sebagai ujung tombak yang mendorong ekspansi global industri hiburan Korea. *Time Magazine* bahkan menyebut K-pop sebagai ekspor terbesar Korea Selatan pada tahun 2012¹ Kesuksesan K-pop merupakan hasil dari kombinasi kebijakan pemerintah Korea Selatan yang mendukung industri kreatif melalui deregulasi, strategi pemasaran lintas negara, dan pemanfaatan teknologi digital untuk menjangkau audiens global.² Konser musik K-pop pun menjadi komoditas global yang bernilai tinggi, digelar di banyak negara besar seperti Jepang, China, Amerika hingga Indonesia.

Perkembangan K-pop di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dalam sepuluh tahun terakhir. Indonesia kini menjadi salah satu pasar terbesar bagi industri hiburan Korea di kawasan Asia Tenggara. Hal ini terlihat dari semakin seringnya konser K-pop yang diselenggarakan di Indonesia, serta antusiasme tinggi masyarakat yang rela mengantre berjam-jam hingga membeli tiket dalam hitungan menit setelah penjualan dibuka. Menurut data dari *Korean Foundation for International Cultural Exchange* (KOFICE), Indonesia termasuk dalam lima besar negara dengan jumlah penggemar K-pop terbesar di dunia.³ Fenomena ini menunjukkan K-pop bukan hanya sekedar hiburan, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup dan konsumsi budaya masyarakat Indonesia.

¹ JungBong Choi dan Roald Maliangkay, *K-Pop: The International Rise of the Korean Music Industry*, Routledge, 2015, hlm. 1.

² *Ibid.*, hlm. 3–5.

³ Zaini, Z. (2023). *Globalisasi musik populer Korea (K-pop) dalam konteks industri budaya*. *Multikultura*, Vol.2 No.3, hlm. 380.

Meningkatnya minat pada konser K-pop di Indonesia mendorong munculnya berbagai promotor lokal dan internasional yang bersaing untuk menjadi jembatan antara idola K-pop dan penggemarnya. Konser musik menjadi salah satu bentuk dari kegiatan ekonomi kreatif berbasis jasa, di mana terjadi transaksi hukum antara promotor sebagai pelaku usaha jasa hiburan dan penonton sebagai konsumen.⁴ Promotor sebagai pelaku usaha berusaha mewujudkan konser impian para penggemar K-Pop. Sayangnya banyak penggemar yang merupakan konsumen merasa dirugikan ketika konser berlaku.

Salah satu promotor konser K-Pop yang terkenal di Indonesia yaitu, Mecimapro yang pertama kali didirikan pada 2015 di bawah naungan PT. Melania Citra Permata. Fransiska Melani merupakan pendiri dan *project director* dari perusahaan promotor konser satu ini.⁵ Sejak awal berdiri, Mecimapro dikenal sebagai promotor yang aktif membawa berbagai artis K-pop ternama ke Indonesia, tujuan utamanya adalah memperkenalkan budaya Korea, khususnya melalui konser, *fanmeeting* dan sebagainya. Popularitas Mecimapro membuat setiap pengumuman konser yang dibawanya selalu disambut antusias oleh penggemar. Salah satu konser yang menarik perhatian publik adalah penyelenggaraan konser *DAY6 WORLD TOUR [FOREVER YOUNG] IN JAKARTA 2025* yang dibawa oleh promotor Mecimapro.

Grup band asal Korea Selatan *Day6*, yang dikenal dengan aliran musik *pop rock*, menggelar konser di Indonesia sebagai bagian dari rangkaian tur dunia mereka di tahun 2025. Konser tersebut bertajuk *DAY6 WORLD TOUR [FOREVER YOUNG] in JAKARTA 2025*, dan dijadwalkan berlangsung pada 3 Mei 2025 di Jakarta International Stadium (JIS). Penyelenggaraan konser ini menjadi salah satu bentuk antusiasme promotor dalam menjawab tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap musik Korea Selatan. Tiket konser dijual dalam beberapa kategori dengan rentang harga mulai dari Rp850.000,00 hingga Rp3.400.000,00, disesuaikan dengan pembagian area penonton yang berbeda. Melalui kegiatan ini promotor

⁴ Najwa Vira Nabila, *Tindak Pidana Penipuan Oleh Promotor Penyelenggara Konser (Studi Kasus Konser We All Are One)*, Media Hukum Indonesia (MHI) Vol.2 No.3 (2024), hlm.467.

⁵ Idntime.com, *Profil Mecimapro, Promotor Konser Korea yang Sering Jadi Sorotan*, terdapat dalam <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/sierra-citra/profil-mecimapro>, diakses pada 30 Mei 2025.

konser berperan sebagai pelaku usaha di bidang jasa hiburan yang menawarkan layanan berupa pengalaman pertunjukan musik kepada konsumen.

Konser ini menuai perhatian dan kontroversi besar ketika promotor melakukan perubahan lokasi konser secara sepihak dari Jakarta International Stadium (JIS), sebuah stadion *indoor* berskala internasional, ke Stadion Madya Gelora Bung Karno tanpa pemberitahuan memadai dan tanpa opsi pengembalian dana (*refund*). Perubahan tersebut diumumkan pada 21 Maret 2025, hanya 30 hari sebelum konser berlangsung. Keputusan ini mengecewakan banyak penonton karena Stadion Madya (*outdoor*) jauh lebih kecil daripada JIS (*indoor*) dan memiliki tata letak yang berbeda. JIS mempunyai kapasitas sekitar 82.000 orang, sedangkan Stadion Madya hanya dapat menampung sekitar 9.000 penonton.⁶ Perubahan tempat secara sepihak ini tidak ada penyesuaian harga tiket maupun perubahan fasilitas yang sesuai dari promotor. Bahkan, menjelang konser, sistem tempat duduk untuk kategori tertentu (*Yellow* dan *Green*) diubah dari standing menjadi seating tanpa pemberitahuan jelas. Promotor lalu berdalih bahwa dalam *terms & conditions* yang berlaku, *refund* hanya diberikan jika konser dibatalkan, sedangkan dalam hal ini konser tetap berlangsung di tanggal dan waktu yang sama, meskipun di lokasi yang berbeda.

Perubahan tempat konser secara sepihak ini menimbulkan reaksi keras dari konsumen, khususnya komunitas penggemar, yaitu *MyDay* Berserikat. *MyDay* Berserikat merupakan komunitas non-profit yang dibentuk secara mandiri oleh penggemar *Day6* in Indonesia sebagai respons langsung atas perubahan tempat konser yang dinilai merugikan konsumen secara massal. komunitas ini tidak memiliki afiliasi resmi dengan manajemen *Day6* maupun pihak promotor, melainkan murni bergerak atas dasar solidaritas sesama konsumen yang mengalami kerugian akibat tindakan sepihak promotor.

⁶ The Jakarta Post. (2025, May 9). *Govt summons organizer Mecima Pro following chaotic Day6 concert*, terdapat dalam <https://www.thejakartapost.com/indonesia/2025/05/09/govt-summons-organizer-mecima-pro-following-chaotic-day6-concert.html>, diakses pada 28 Agustus 2025.

MyDay berserikat sebagai perwakilan konsumen melakukan sejumlah langkah advokasi yang sistematis dan terorganisir. Seperti, menghimpun data korban secara independen dari seluruh konsumen yang dirugikan, yang kemudian menjadi dasar data yang digunakan dalam seluruh proses pengaduan resmi. Kedua, menjadi perwakilan resmi konsumen dalam mediasi bersama lembaga perlindungan konsumen serta menjadi sumber dokumentasi primer atas perkembangan kasus secara *real time* melalui kanal media sosial resmi mereka. Lalu menyusun dan mendistribusikan petisi *online* yang berhasil mengumpulkan dukungan publik secara luas dan memperkuat tekanan terhadap promotor.

Para konsumen yang menilai promotor melakukan pelanggaran terhadap hak konsumen. Mereka menuntut pengembalian dana (*refund*) penuh atau pelaksanaan konser di lokasi yang dijanjikan. Namun, respons promotor dalam menanggapi keluhan konsumen tidak proporsional dan justru menuding adanya penyebaran informasi bohong. Ketegangan ini memicu gelombang protes publik yang meluas, mulai dari petisi *online* hingga pengaduan resmi ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Tekanan publik yang semakin besar mendorong promotor untuk membuka opsi *refund* pada 2 April 2025, namun pelaksanaannya tidak berjalan transparan maupun adil. Konsumen yang membeli tiket melalui mitra penjualan seperti Tiket.com memperoleh pengembalian dana lebih cepat dan penuh, sementara pembeli dari MCP *Membership* dan *MECIMASHOP* mengalami keterlambatan dan pemotongan dana tanpa penjelasan resmi. Perbedaan perlakuan ini menunjukkan adanya ketidakkonsistenan dalam pemenuhan kewajiban pelaku usaha terhadap seluruh konsumennya.

Selain persoalan pengembalian dana, berbagai bentuk perlakuan buruk (*mistreatment*) juga terjadi sepanjang proses penyelenggaraan konser akibat dampak lanjutan dari manajemen promotor tidak profesional setelah perubahan sepihak. Gangguan sistem pembayaran, keterlambatan pengiriman *e-ticket* dan pembagian nomor kursi yang tidak merata terjadi sejak awal proses. Pada hari

pelaksanaan, fasilitas yang dijanjikan saat mediasi dengan BPKN tidak terpenuhi seperti *shuttle bus* yang disediakan datang terlambat hampir tidak beroperasi, tenda penampungan bocor, kabel listrik tergenang air, hingga makanan ringan kadaluarsa. Beberapa penonton bahkan tidak menerima perlengkapan konser yang dijanjikan. Kondisi ini tidak hanya menimbulkan ketidaknyamanan, tetapi juga mengancam keselamatan penonton sebagai konsumen jasa hiburan.

Berdasarkan data independen dari komunitas *MyDay Berserikat*, total nilai *refund* yang diproses mencapai sekitar Rp4.702.050.000,00, mencakup 1.739 tiket dari 1.102 konsumen. Pengaduan telah disampaikan ke berbagai lembaga seperti BPKN, YLKI, Kementerian Perdagangan (Kemendag), dan Kementerian Pariwisata (Kemenpar). Rangkaian permasalahan ini bermula dari perubahan tempat secara sepihak yang menimbulkan efek domino terhadap hak-hak konsumen dan memperlihatkan lemahnya tanggung jawab hukum promotor dalam menjalankan kewajiban perjanjian jasa hiburan.

Fakta-fakta tersebut menunjukkan adanya indikasi wanprestasi oleh promotor sebagai pelaku usaha jasa hiburan, serta pelanggaran terhadap prinsip perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK). Hubungan hukum antara promotor dan penonton bersifat tidak seimbang karena konsumen dipaksa tunduk pada klausula baku yang berpotensi eksploitatif tanpa ruang negosiasi.

Berdasarkan kronologi dan fakta di atas, diperlukan kajian hukum terhadap tanggung jawab promotor konser atas perubahan tempat secara sepihak serta analisis terhadap keabsahan klausula baku dalam transaksi jual beli tiket konser. Penelitian ini juga penting untuk meninjau bentuk perlindungan hukum yang layak bagi konsumen jasa hiburan dalam konteks penyelenggaraan konser internasional yang semakin marak di Indonesia. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan kajian hukum terhadap kasus ini yang dituangkan dalam skripsi berjudul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PERUBAHAN TEMPAT KONSER SECARA SEPIHAK (Studi Kasus Pada Acara *Forever Young Day6 in Jakarta 2025*)”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, dapat dirumuskan beberapa isu hukum yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana tanggung jawab promotor konser terhadap konsumen atas perubahan tempat konser acara sepihak pada acara *Forever Young Day6 in Jakarta 2025*?
2. Bagaimana upaya perlindungan konsumen terhadap perubahan tempat konser secara sepihak pada acara *Forever Young Day6 in Jakarta 2025*?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini ditentukan berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, sehingga penelitian difokuskan pada bidang Hukum Perdata, khususnya Hukum Perlindungan Konsumen serta aspek Hukum Perjanjian yang melekat pada hubungan hukum antara promotor konser dan konsumen melalui perjanjian jual beli tiket. Objek penelitian dibatasi pada tanggung jawab promotor konser terhadap konsumen dalam penyelenggaraan konser musik, dengan studi kasus perubahan tempat konser *Day6* oleh promotor Mecimapro, sehingga analisis diarahkan pada tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen beserta mekanisme perlindungan konsumen yang relevan.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis beberapa permasalahan hukum yang muncul, yaitu:

1. Menganalisis tanggung jawab promotor konser terhadap konsumen atas tindakan perubahan tempat secara sepihak, dengan studi kasus konser *Forever Young Day6 in Jakarta 2025*.
2. Menganalisis upaya perlindungan konsumen dalam penyelenggaraan konser musik di Indonesia dan mengevaluasi sejauh mana mekanisme perlindungan konsumen dapat memberikan kepastian dan keadilan bagi konsumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan kajian hukum mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam penyelenggaraan jasa hiburan, khususnya dalam perspektif hukum perlindungan konsumen.

2. Secara Praktis

Penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman konsumen mengenai hak-haknya dalam perjanjian pembelian tiket konser serta mendorong kesadaran hukum. Hasil penelitian juga dapat menjadi evaluasi bagi promotor konser dan pelaku usaha hiburan agar lebih transparan, akuntabel, dan bertanggung jawab terhadap konsumen.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perjanjian dan Hubungan Hukum

2.1.1. Pengertian Perjanjian

Hukum perjanjian adalah bagian dari hukum perdata yang mengatur tentang hak dan kewajiban yang timbul dari perjanjian yang dibuat oleh para pihak. Secara umum, perjanjian merupakan suatu kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang sepakat untuk melakukan atau menghindari suatu tindakan tertentu dan kesepakatan tersebut memiliki kekuatan hukum.⁷ Dalam definisi yang lebih luas, hukum perjanjian mencakup aturan yang mengatur pembentukan, pelaksanaan, serta pengakhiran perjanjian, termasuk di dalam akibat hukum yang timbul apabila salah satu pihak tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana yang telah disepakati bersama.

Pengertian perjanjian menurut Subekti adalah “Suatu peristiwa di mana seseorang berjanji kepada orang lain, atau di mana dua orang saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.”⁸ Sedangkan menurut Salim HS, hukum kontrak adalah “Keseluruhan dari kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum.”⁹ Definisi tersebut mendukung pendapat Van Dunne, yaitu ‘Perjanjian merupakan semua hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum’.¹⁰ Lalu dalam, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata) mendefinisikan perjanjian dalam Pasal 1313 sebagai suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

⁷ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Cetakan ke-21, (Jakarta: Intermasa, 2005), hlm. 1.

⁸ Aneka Perjanjian Subekti, *Hukum Perjanjian*, Cetakan 19, (Jakarta: Intermasa), 2001

⁹ Salim H.S., *HUKUM KONTRAK Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm 4.

¹⁰ *Ibid*

2.1.2. Asas-Asas dalam Perjanjian

Dalam hukum perdata Indonesia, perjanjian didasarkan pada sejumlah asas pokok yang menjadi dasar terbentuknya dan berlakunya perjanjian. Menurut Henry P. Panggabean, pemahaman terhadap asas-asas tersebut penting untuk menafsirkan ketentuan mengenai keabsahan perjanjian. Hukum perjanjian di Indonesia bersifat terbuka, sehingga para pihak bebas menentukan isi dan bentuk perjanjian sepanjang tidak bertentangan dengan hukum, ketertiban umum atau kesusilaan. Selain itu, hukum perjanjian bersifat pelengkap, artinya ketentuan dalam KUH Perdata berlaku jika hal tertentu tidak diatur oleh para pihak. Asas-asas yang ada dalam perjanjian meliputi:

1. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak diambil berdasarkan ketentuan yang tercantum pada Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, yang berbunyi “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.” Artinya, selama para pihak mencapai kesepakatan, mereka terikat secara hukum oleh ketentuan-ketentuan yang mereka buat sendiri, dengan syarat tidak melanggar ketentuan hukum yang berlaku.¹¹ Asas kebebasan berkontrak adalah suatu asas yang memberikan kebebasan kepada para pihak untuk:

- a. Membuat atau tidak membuat perjanjian,
- b. Mengadakan perjanjian dengan siapa pun,
- c. Menentukan isi perjanjian, pelaksanaan, dan persyaratannya,
- d. Menentukan bentuknya perjanjian, yaitu tertulis atau lisan.¹²

Asas kebebasan berkontrak (*vrijheid van contract*) memberikan keleluasaan kepada para pihak untuk menentukan isi perjanjian sepanjang tidak bertentangan dengan hukum, ketertiban umum, dan kesusilaan sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata. Namun demikian, kebebasan tersebut dibatasi oleh kewajiban melaksanakan perjanjian dengan itikad baik sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata: “Persetujuan-persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.”

¹¹ Dora Tiara dan Kiki Yulinda, *Hukum Perjanjian* (Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara), 2024, hlm 56.

¹² Salim H.S., *Op.Cit.*, hlm 9.

2. Asas Konsensualisme

Asas konsensualisme dapat disimpulkan dalam Pasal 1320 ayat (1) KUHperdata. Dalam pasal itu ditentukan bahwa salah satu syarat sahnya perjanjian adalah dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak.¹³ Asas konsensualisme atau *consensus* ini memiliki bentuk yang dianggap sah oleh KUHPerdata. Bentuk perjanjian jual beli secara online juga memiliki bentuk yang tertulis.¹⁴

3. Asas *Pacta Sunt Servanda*

Asas *pacta sunt servanda* adalah prinsip dalam hukum kontrak yang menegaskan bahwa setiap kesepakatan yang telah disepakati dan ditandatangani oleh para pihak bersifat mengikat, sehingga tidak dapat dibatalkan atau diabaikan tanpa alasan yang sah menurut hukum. Selain itu, ketentuan tambahan mengenai keabsahan suatu kontrak juga dapat ditentukan dalam peraturan nasional maupun internasional yang bersifat mengikat atau wajib dipatuhi (*mandatory*).¹⁵ Asas *pacta sunt servanda* disimpulkan dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata, yang berbunyi: “Perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang”. Oleh karena itu, asas ini merupakan asas di mana hakim atau pihak ketiga harus menghormati substansi kontrak yang dibuat oleh para pihak.¹⁶ Dengan demikian, isi perjanjian tidak hanya bersifat moral atau sosial, tetapi juga mengikat secara hukum dan menjadi dasar kewajiban para pihak untuk melaksanakannya sesuai kesepakatan.

4. Asas Itikad Baik (*Goede Trouw*)

Asas itikad baik awalnya dikenal dalam hukum perdata yang diatur dalam *Staatsblad* No. 23 Tahun 1847 tentang *Burgerlijk Wetboek voor* Indonesia atau dikenal dengan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (BW/KUHPer). Menurut Hutabarat, itikad baik sendiri dibagi secara subjektif atau disebut *goedertrouw* yang berarti kejujuran sikap batin dan secara objektif disebut *redelijkheid/reasonableness* yang berarti pertimbangan akal dan *equity*.

¹³ *Ibid*, hlm 10.

¹⁴ Ni Putu Ayu Bunga Sasmita dan I Wayan Novy Purwanto, *Penerapan Asas Konsensualisme dalam Perjanjian Jual Beli Online*, Jurnal Kertha Semaya Vol. 8, No. 8 (2020), hlm 1143.

¹⁵ Siti Habsari, *Pra-Kontraktual dalam Hukum Perjanjian* (Yogyakarta: Deepublish), 2019, hlm 100.

¹⁶ Salim, H.S., S.H., M.S., *Op.Cit.*, hlm 10.

Dalam konteks hukum kontrak, Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata secara jelas menyatakan bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Meskipun dalam struktur pasal norma ini ditempatkan di bagian akhir, menurut Hallevy, secara prinsip justru memiliki peran sebagai prinsip utama yang membimbing prinsip-prinsip lain di bawahnya atau yang disebut sebagai *supra principle*. Hal ini membedakan asas itikad baik dari asas-asas lain yang tercantum dalam Pasal 1338 ayat (1) dan (2) KUH Perdata, seperti asas *pacta sunt servanda*, asas kebebasan berkontrak, dan asas konsensualisme.¹⁷

2.1.3. Syarat Sah Perjanjian

Berdasarkan asas- asas yang sudah dijelaskan sebelumnya, suatu perjanjian diberikan pilihan yang luas dengan adanya kebebasan berkontrak, tapi pastinya tetap diperlukan batasan ataupun syarat-syarat yang harus dipenuhi agar suatu perjanjian dinyatakan sah menurut hukum. Syarat-syarat tersebut diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, bahwa suatu perjanjian dinyatakan sah apabila memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Adanya kesepakatan antar pihak

Syarat sepakat dimaksudkan bahwa para pihak yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, tanpa paksaan, penipuan dan kekhilafan yang dapat mempengaruhi kehendak salah satu pihak dalam mengikat diri pada perjanjian. Apa yang telah disetujui oleh pihak yang satu, juga disetujui oleh pihak yang lain.¹⁸

2. Adanya kecakapan dari para pihak

Adanya kecakapan dari para pihak yang terlibat adalah kemampuan untuk melakukan perbuatan hukum atau perbuatan yang akan menimbulkan akibat hukum yang timbul dari perbuatannya. Berarti, orang-orang yang akan mengadakan perjanjian haruslah orang-orang cakap yang ditentukan oleh undang-undang.¹⁹

3. Perjanjian membahas suatu pokok persoalan tertentu

¹⁷ Noho, *Hukum Kontrak Asas Keseimbangan dalam Kerja Sama Build Operate Transfer (BOT) Bidang Pasar*, 2022.

¹⁸ R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta, 2004, hlm. 339.

¹⁹ Salim HS, S.H., M.S., *Op.Cit*, hlm 33.

Syarat ini mengatur bahwa setiap perjanjian yang dibuat harus jelas mengenai apa yang diperjanjikan, apa yang menjadi jenis perjanjian, serta objek perjanjian yang harus dapat ditentukan atau setidaknya tidaknya dapat dihitung secara pasti.²⁰ Dalam transaksi jual beli daring, syarat ini sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata dianggap terpenuhi saat pembeli menyetujui tawaran barang dan harga dari penjual, sehingga objek dan prestasi para pihak menjadi jelas, sebaliknya, tanpa persetujuan tersebut tidak terbentuk kesepakatan. Akibat hukumnya, transaksi jual beli daring tersebut menjadi batal demi hukum atau dianggap tidak pernah terjadi.²¹

4. Perjanjian hanya mengandung klausa halal

Syarat sahnya perjanjian yang dimaksud dengan mengandung klausa halal adalah menurut hukum yaitu tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

Syarat-syarat tersebut atas syarat subjektif dan objektif, di mana syarat subjektif meliputi kesepakatan dan kecakapan para pihak. Sementara itu, syarat objektif mencakup hal-hal terkait objek perjanjian dan kehalalan isi perjanjian, di mana apabila syarat ini tidak dipenuhi, maka perjanjian dinyatakan batal demi hukum.²²

2.1.4. Hubungan Hukum

Hubungan hukum merujuk pada ikatan antara dua atau lebih subjek hukum yang diatur dan mendapatkan pengakuan dari hukum. Menurut Soeroso, hubungan hukum adalah hubungan yang terjadi antara dua subjek hukum atau lebih, di mana hak di satu pihak berhadapan dengan kewajiban di pihak lain dan sebaliknya.²³ Hubungan ini bersifat timbal balik, karena setiap pihak yang terlibat memiliki hak dan kewajiban satu sama lain. Lebih lanjut, Sudikno Mertokusumo mendefinisikan hubungan hukum sebagai suatu hubungan yang timbul antara dua subjek hukum atau lebih yang oleh hukum diberikan akibat hukum tertentu.²⁴ Akibat hukum yang

²⁰ Laksamana Varelineo Zeustan Hartono dan Paramita Prananingtyas, *Aspek Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online*, Jurnal Notarius, Vol. 16 No. 3 (2023), hlm. 1364.

²¹ *Ibid*

²² *Ibid.*, hlm 1371.

²³ R. Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika), 2011, hlm 269.

²⁴ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2010), hlm. 55.

dimaksud dapat berupa lahirnya hak dan kewajiban, beralihnya hak dan kewajiban, maupun hapusnya hak dan kewajiban di antara para pihak.

Hubungan hukum dapat bersumber dari dua hal sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1233 KUHPerdara, yaitu dari perjanjian (*overeenkomst*) dan dari undang-undang (*wet*). Hubungan hukum yang lahir dari perjanjian memberikan para pihak kebebasan untuk menentukan isi hak dan kewajiban mereka dalam batas-batas yang diperkenankan oleh hukum, ketertiban umum dan kesusilaan.

2.1.5. Unsur- Unsur Hubungan Hukum

Menurut Satrio, suatu hubungan hukum terdiri dari tiga unsur yang harus terpenuhi secara bersamaan, yaitu adanya subjek hukum, objek hukum dan peristiwa hukum.²⁵ Pertama, subjek hukum (*rechtssubject*), yaitu segala sesuatu yang dapat menjadi pendukung hak dan kewajiban. Subjek hukum dapat berupa orang perseorangan (*natuurlijke persoon*) maupun badan hukum (*rechtspersoon*). Orang perseorangan menjadi subjek hukum sejak ia lahir hingga meninggal dunia, sedangkan badan hukum diakui sebagai subjek hukum sejak mendapat pengesahan dari pejabat yang berwenang.

Kedua, objek hukum (*rechtsobject*), yaitu segala sesuatu yang menjadi sasaran pengaturan hukum dan terhadapnya hak dan kewajiban berlaku. Objek hukum dapat berupa benda (*zaak*) maupun prestasi, termasuk di dalamnya hak-hak yang mempunyai nilai ekonomi. Pada perjanjian jual beli jasa, objek hukumnya adalah prestasi atau kinerja yang wajib diberikan oleh pihak yang berutang kepada pihak yang berpiutang.

Ketiga, peristiwa hukum (*rechtsfeiten*), yaitu peristiwa kemasyarakatan yang akibatnya diatur oleh hukum. Peristiwa hukum dibedakan atas perbuatan hukum (*rechtshandeling*) dan peristiwa lain yang bukan perbuatan manusia, namun diatur oleh hukum. Perbuatan hukum sendiri terbagi atas perbuatan hukum sepihak dan perbuatan hukum bilateral, di mana perjanjian merupakan perbuatan hukum bilateral karena memerlukan kehendak dua pihak.

²⁵ J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995), hlm. 12.

2.2. Pelaku Usaha dan Konsumen

2.2.1. Pengertian Pelaku Usaha

Secara luas, pelaku usaha diartikan sebagai setiap orang atau badan hukum yang menjalankan kegiatan produksi dan/atau penyediaan barang dan jasa untuk diperdagangkan. Pengertian tersebut mencakup seluruh pihak yang terlibat dalam distribusi barang dan jasa, mulai dari produsen, grosir, leveransir dan pengecer profesional yang secara langsung maupun tidak langsung menyalurkan barang dan jasa ke konsumen.²⁶ Sebagai pelaku usaha, bertanggung jawab atas dampak negatif atau kerugian yang timbul akibat aktivitas usahanya terhadap konsumen.²⁷

Pasal UUPK pun dijelaskan mengenai pengertian pelaku usaha yang termuat dalam Pasal 1 angka (3), yang menyatakan: “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. Mengacu pada UUPK, Pelaku usaha terdapat dua jenis yaitu pelaku usaha di bidang jasa dan barang. Pengertian mengenai jasa dijelaskan dalam Pasal 1 angka (5) UUPK yang berbunyi: “Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.”

Menurut Kotler, jasa adalah segala tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, dalam hal ini misalnya penjual dengan pembeli, dan pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu sehingga jasa tersebut tidak dapat dilihat. Kotler juga menyatakan bahwa jasa umumnya dibedakan berdasarkan 4 karakteristik utama, yaitu:

²⁶ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 14–15.

²⁷ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen: Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak* (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004), hlm. 34.

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat *intangible* sehingga tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan digunakan. Akibatnya, konsumen sulit menilai kualitas jasa sebelum benar-benar mengalami sendiri.

2. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa memiliki sifat yang proses pemasarannya melibatkan interaksi langsung antara penyedia jasa dan pelanggan. Kedua pihak saling memengaruhi hasil akhir dari jasa tersebut.

3. Variabilitas (*Variability*)

Jasa cenderung bervariasi karena outputnya tidak standar. Bentuk, kualitas dan jenis jasa bisa berbeda-beda tergantung pada siapa yang menyediakannya, kapan dan di mana jasa itu dihasilkan.

4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Jasa adalah komoditas yang tidak bertahan lama dan tidak bisa disimpan. Jika tidak digunakan pada saatnya, jasa tersebut akan hilang begitu saja.²⁸

Lebih lanjut, Berry menjelaskan 3 karakteristik mengenai jasa, yaitu:

1. Lebih bersifat tidak berwujud daripada berwujud (*More intangible than tangible*)
2. Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*Simultaneous production and consumption*)
3. Kurang memiliki standar dan kesamaan (*less standardized and uniform*).²⁹

2.2.2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 UUPK, yang menyebutkan bahwa:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan.atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

²⁸ Nining Catur Pawestriningtyas, Suharyono, & Iman Suyadi. (2016). *Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah (Survei pada nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Universitas Brawijaya, hlm 39.

²⁹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cet. ke-9, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 243.

- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak-hak pelaku usaha dimaksudkan untuk menciptakan kenyamanan berusaha bagi para pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen.³⁰ Lalu, pada Pasal 7 dijelaskan tentang kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha merupakan konsekuensi dari hak-hak konsumen. Jika diperhatikan, kewajiban pelaku usaha merupakan manifestasi hak-hak konsumen di sisi lain untuk menciptakan “budaya” tanggung jawab pada diri para pelaku usaha.³¹ Oleh karena itu, pemenuhan kewajiban tersebut tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga menjadi indikator kepatuhan hukum yang menentukan kepercayaan konsumen serta keberlangsungan kegiatan usaha.

³⁰ *Ibid*, hlm 60.

³¹ *Ibid*, hlm 61.

2.2.3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Secara umum, tanggung jawab berarti kewajiban seseorang untuk menanggung segala akibat dari perbuatannya, baik secara moral maupun hukum. Menurut Subekti, tanggung jawab merupakan bentuk kewajiban untuk menanggung kerugian apabila terdapat suatu kejadian di luar kesalahan salah satu pihak yang terdapat suatu hal dalam perjanjian.³² Lalu, menurut Hans Kelsen, tanggung jawab hukum (*legal responsibility*) adalah ketika seseorang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu atau ia memikul tanggung jawab yang berarti bertanggung jawab atas suatu sanksi apabila perbuatannya bertentangan dengan hukum.³³ Tanggung jawab hukum dalam KUHPerdara dapat timbul dari dua sumber utama:

1. Tanggung Jawab karena Wanprestasi

Berdasarkan Pasal 1243 KUHPerdara, wanprestasi terjadi apabila salah satu pihak tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana diperjanjikan. Dalam hubungan pelaku usaha dan konsumen, perikatan umumnya lahir dari perjanjian jual beli barang dan jasa. Apabila tuntutan ganti kerugian didasarkan pada wanprestasi, maka terlebih dahulu tergugat dan penggugat terikat perjanjian. Dengan demikian, pihak ketiga (bukan sebagai pihak dalam perjanjian) yang dirugikan tidak dapat menuntut ganti kerugian dengan alasan wanprestasi.

Menurut Subekti, wanprestasi adalah keadaan di mana debitur tidak memenuhi janjinya, baik sama sekali, tidak tepat waktu, atau tidak sesuai dengan isi perjanjian. Menurut M. Yahya Harahap, wanprestasi yaitu, “pelaksanaan kewajiban yang tidak tepat pada waktunya atau dilakukan tidak menurut selayaknya.”³⁴ Wanprestasi disebabkan oleh adanya kesalahan, kelalaian, dan kesengajaan. Yang dimaksud dengan adanya “kesalahan”, harus dipenuhi syarat-syarat, yaitu sebagai berikut:

- a. Perbuatan yang dilakukan harus dapat dihindarkan;

³² R. Subekti, *Pokok-pokok Hukum Perdata* (Jakarta: Intermasa, 2003), hlm. 144.

³³ Hans Kelsen, *Teori Umum Tentang Hukum dan Negara*, Terj. Raisul Mutaqien (Bandung: Nuansa dan Nusamedia, 2016), hlm. 140.

³⁴ M. Yahya Harahap, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1986. hlm 60.

- b. Perbuatan tersebut dapat dipersalahkan kepada si pembuat, yaitu bahwa ia dapat menduga tentang akibatnya.³⁵

Dasar hukum mengenai wanprestasi terdapat dalam Pasal 1239 dan Pasal 1243 KUHPerdota. Pasal 1239 menyatakan bahwa setiap perikatan untuk memberikan sesuatu atau berbuat sesuatu harus dipenuhi dengan itikad baik. Apabila kewajiban tersebut tidak dilaksanakan, maka dapat menimbulkan tanggung jawab ganti rugi. Menurut Setiawan, dalam praktik sering dijumpai ingkar janji dalam hukum perdata. Ada tiga bentuk ingkar janji: (a) tidak memenuhi prestasi sama sekali; (b) terlambat memenuhi prestasi; (c) memenuhi prestasi secara tidak baik.³⁶

Debitur yang tidak memenuhi prestasi tepat waktu dapat dikategorikan ke dalam dua keadaan. Apabila debitur sama sekali tidak mampu melaksanakan prestasi, maka hal tersebut dianggap tidak memenuhi prestasi. Namun, apabila masih terdapat kemungkinan prestasi tersebut dipenuhi, maka kondisi tersebut digolongkan sebagai keterlambatan. Jika prestasi tidak sesuai, maka dianggap terlambat memenuhi prestasi secara tidak baik³⁷

2. Tanggung Jawab karena Perbuatan Melawan Hukum (PMH)

Selain lahir dari perjanjian, tanggung jawab hukum juga dapat timbul karena adanya perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdota yang menyatakan: “Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk mengganti kerugian tersebut.” Berdasarkan ketentuan tersebut, PMH merupakan salah satu dasar timbulnya tanggung jawab hukum yang bersifat non-kontraktual, yaitu tanggung jawab yang muncul bukan karena adanya perjanjian, melainkan karena seseorang melakukan tindakan yang melanggar hak atau kewajiban hukum pihak lain. Suatu perbuatan dapat dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum apabila memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

1. Adanya perbuatan melanggar hukum, yaitu tindakan yang bertentangan dengan undang-undang, hak orang lain, kesusilaan atau kepatutan.

³⁵ *Ibid*

³⁶ Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, (Bandung: Binacipta), 1978, hlm 18.

³⁷ Dewi Kartini, *Karakteristik Wanprestasi dan Penipuan dalam Hukum Perjanjian* (Malang: Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, 2019), hlm 81.

2. Adanya kesalahan (*schuld*) dari pelaku, baik dalam bentuk kesengajaan (*dolus*) maupun kelalaian (*culpa*).
3. Adanya kerugian (*schade*) yang dialami oleh pihak lain akibat perbuatan tersebut.
4. Adanya hubungan kausal (*causal verband*) antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul.

Dalam kasus pelanggaran hak konsumen diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab tersebut dibebankan kepada pihak yang terkait. Tanggung jawab dalam perjanjian secara khusus bagi pelaku usaha terhadap konsumen terdapat beberapa prinsip tersebut sebagai berikut:³⁸

- a. Tanggung jawab atas dasar kesalahan (*liability based on fault*)

Dalam Pasal 1365 KUHPerdara berbunyi “Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena kesalahannya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.” Prinsip tanggung jawab ini merupakan dasar dalam hukum yang mensyaratkan bahwa pertanggungjawaban atas suatu peristiwa hanya dapat dilakukan apabila terdapat kesalahan (*schuld*) yang bisa dibuktikan dari perbuatannya yang menimbulkan kerugian. Dalam Pasal 1365 dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, agar seseorang dapat dimintai tanggung jawab, harus terpenuhi 4 unsur utama: adanya perbuatan (*handeling*), adanya kerugian (*schade*), adanya hubungan sebab-akibat antara kesalahan dan kerugian (*causal verband*), dan adanya kesalahan (*schuld*).³⁹

- b. Praduga selalu bertanggungjawab (*presumption of liability*)

Prinsip tanggung jawab ini merupakan bagian dari prinsip hukum yang menetapkan bahwa apabila seseorang diminta untuk mempertanggungjawabkan suatu keadaan, maka orang tersebut memiliki kewajiban untuk membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah.

- c. Praduga selalu tidak bertanggungjawab (*presumption of nonliability*).

³⁸ La Ode Muhamad Ali Fahmi, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Ilmiah Dunia Hukum Vol. 1, No. 2 (2023), hlm 852.

³⁹ Fransiska Novita Eleanora, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen* (Bojonegoro: Madza Media, 2023), hlm 25.

d. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*)

Prinsip ini diartikan sebagai ketentuan bahwa apabila pihak tergugat terbukti bersalah dalam suatu situasi, namun kesalahan tersebut terjadi karena keadaan memaksa (*force majeure*), maka pihak tersebut tidak dapat dimintai pertanggungjawaban. Keadaan memaksa sendiri merupakan situasi yang berada di luar kendali atau kemampuan manusia untuk diperkirakan, seperti kejadian akibat bencana alam.

Menurut R.C. Hoerber, prinsip ini mutlak diterapkan karena:

1. Konsumen tidak dalam proses yang menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks
2. Diasumsikan produsen lebih dapat mengantisipasi jika sewaktu-waktu ada gugatan atas kesalahannya
3. Prinsip ini lebih memaksa agar produsen atau pelaku usaha lebih hati-hati
4. Sehingga prinsip ini digunakan untuk menjerat pelaku usaha, khususnya produsen barang yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen yang biasa disebut dengan *product liability* (wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkannya).⁴⁰

Gugatan *product liability* dapat dilakukan berdasarkan 3 (tiga) hal, yaitu: (1) Melanggar jaminan misalnya khasiat yang timbul tidak sesuai dengan janji yang tertera dalam kemasan produk; (2) Ada unsur kelalaian; (3) Menerapkan tanggung jawab mutlak

e. Pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*)

Prinsip ini merupakan suatu prinsip yang dibuat oleh pihak pelaku usaha sehingga dapat dikatakan prinsip ini sangat menguntungkan pihak pelaku usaha memberikan suatu pertanggungjawaban terhadap suatu keadaan namun tanggung jawab tersebut telah dibatasi ataupun memiliki ketentuan tersendiri yang dibuat oleh pihak pelaku usaha.

Selain tanggung jawab berdasarkan ketentuan KUHPerdara terdapat pula tanggung jawab khusus yang diatur dalam UUPK. Tanggung jawab pelaku usaha atas produk yang merugikan konsumen merupakan hal penting dalam hukum perlindungan

⁴⁰ *Ibid*, hlm 26.

konsumen. Tanggung jawab mengenai pelaku usaha diatur dalam Pasal 19 UUPK yang menyatakan:

“(1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

(2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

(3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

(4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.

(5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.”

Berdasarkan pasal ini, maka tanggung jawab pelaku usaha tidak terbatas pada produk cacat, tetapi mencakup seluruh kerugian konsumen.

2.2.4. Pengertian Konsumen

Konsep konsumen merupakan pilar utama dalam studi perlindungan hukum dan ekonomi. Secara fundamental, istilah konsumen berasal dari Bahasa Belanda ‘*Konsument*’. Para ahli hukum sepakat bahwa arti konsumen adalah “Pemakai akhir dari benda dan jasa” (*Uiteindenlijke Gebruiker van Goederen en Diensten*)⁴¹ Menurut Az. Nasution, pengertian konsumen adalah “Setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang atau jasa untuk suatu kegunaan tertentu”⁴²

Menurut Pasal 1 angka (2) UUPK, yang dimaksud dengan konsumen adalah “Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup dan tidak

⁴¹ Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku (Standar)*, dalam BPHN, *Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Binacipta, 1986, hlm. 57.

⁴² Az.Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995, hlm. 69.

untuk diperdagangkan”. Definisi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak terbatas pada individu yang membeli suatu produk, tetapi juga mencakup siapa pun yang menggunakan barang atau jasa tersebut, selama penggunaannya bukan untuk tujuan komersial atau diperjualbelikan kembali. Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dari suatu produk sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.

Agar tidak terjadi kekeliruan dalam penggunaan istilah “konsumen” yang dapat menyimpang dari makna sebenarnya, maka pengertian konsumen dapat diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk, yaitu:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali/ komersial
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang alami (*naturlijke persoon*) yang mendapatkan barang dan/atau jasa, yang digunakan untuk kebutuhan hidup pribadinya, dan keluarganya dan/atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali.⁴³

2.2.5. Hak dan Kewajiban Konsumen

Sebagai konsumen, kita memiliki hak-hak dasar yang perlu dilindungi agar tidak dirugikan dalam kegiatan transaksi atau penggunaan barang dan jasa. Hak-hak ini penting karena memberikan perlindungan terhadap konsumen dari praktik usaha yang merugikan serta memastikan konsumen bisa membuat keputusan dengan informasi yang cukup dan aman.

Hak-hak konsumen bersumber dari hak-hak dasar umum yang dikemukakan oleh Presiden AS John F. Kennedy di depan Kongres AS dalam “Deklarasi Hak Konsumen” (*Declaration of Consumer Rights*). Deklarasi tersebut selanjutnya menghasilkan empat hak dasar konsumen yang meliputi hak-hak sebagai berikut:

⁴³ Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), hlm. 9.

- a. *The right to safe products*, hak untuk mendapatkan produk yang aman;
- b. *The right to be informed about products*, hak untuk mendapatkan informasi tentang produk;
- c. *The right to definite choices on selecting products*, hak untuk memilih produk yang dikehendaki;
- d. *To be heard regarding consumer interests*, hak untuk didengar pendapat/keluhannya.⁴⁴

Keempat hak dasar tersebut kemudian dijabarkan lebih lanjut dalam ketentuan hukum nasional, salah satunya melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal 4 UUPK, dijelaskan secara rinci apa saja hak-hak konsumen yang dilindungi secara hukum di Indonesia. Hak konsumen menurut UUPK Pasal 4 adalah:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selanjutnya, dengan adanya hak yang harus diterima konsumen, ada juga kewajiban konsumen yang harus dijalankan untuk mendapatkan haknya, mengenai kewajiban konsumen juga dibahas di UUPK Pasal 5, yaitu:

⁴⁴ Yessy Kusumadewi dan Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah, 2022), hlm. 54.

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban-kewajiban tersebut bertujuan mendorong peran aktif konsumen dalam mewujudkan hubungan hukum yang seimbang, dengan beritikad baik, konsumen melindungi kepentingannya sekaligus menciptakan kepastian hukum agar haknya dapat ditegakkan.

2.3. Tinjauan tentang Perlindungan Konsumen

2.3.1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Secara umum, konsumen berada dalam posisi yang relatif lebih lemah daripada pelaku usaha, terlebih karena keterbatasan dalam hal informasi, keterampilan, dan sumber daya.⁴⁵ Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan berbagai tindakan hukum yang bertujuan menjaga hak-hak konsumen dalam kegiatan jual beli barang atau jasa, sekaligus menjamin konsumen tidak mengalami kerugian akibat tindak pelaku usaha. Di Indonesia, hal ini diatur dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen. Pengertian mengenai perlindungan konsumen juga telah didefinisikan dengan adanya Pasal 1 angka (1) UUPK yang berbunyi: “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Pengertian ini diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi kepentingan perlindungan konsumen.⁴⁶

⁴⁵ Dinda Nabila Rizky dan Andhika Wardhana, *Perlindungan Konsumen Terhadap Penipuan Penjualan Tiket Konser Secara Online Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, *Fair Law: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum* Vol. 2, No. 1 (2024), hlm. 188.

⁴⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: RajaGrafindo Persada, 2024), hlm. 1.

Perlindungan hukum konsumen dapat diartikan sebagai salah satu aksi pemerintah dalam memberikan perlindungan kepada konsumen yang dirugikan oleh mereka yang memberikan kerugian.⁴⁷ Menurut Mochtar Kusumaatmadja, Hukum konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk barang dan/jasa, antara penyedia dan penggunaannya, dalam penggunaan bermasyarakat. AZ. Nasution juga berpendapat bahwa perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen di dalam pergaulan hidup.

2.3.2. Tujuan dan Asas Perlindungan Konsumen

Pada Pasal 2 UUPK menyebutkan “perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan serta keseimbangan, kemanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Di dalam penjelasan Pasal 2 UUPK juga disebutkan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Mengenai tujuan dari perlindungan konsumen dijelaskan pada Pasal 3 UUPK, antara lain:

⁴⁷ Fahira, Muhamad. *Tanggung Jawab Penyelenggara Atas Pembatalan Konser Musik Di Masa Pandemi (Studi Di Kota Mataram)*. Phd Diss., Universitas Mataram, (2023).

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Hak konsumen yang berlaku dan diakui saat ini berakar dari Resolusi PBB No. 39/248 Tahun 1985 tentang perlindungan konsumen, yang kemudian diimplementasikan di Indonesia melalui UUPK. Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*) juga merumuskan berbagai kepentingan konsumen yang perlu dilindungi, yang meliputi:

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
- b. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;
- c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
- d. Pendidikan konsumen;
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
- f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.⁴⁸

2.3.3. Bentuk Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum terhadap konsumen pada dasarnya bertujuan untuk memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum dalam kegiatan konsumsi barang dan jasa. Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum dapat dibedakan

⁴⁸ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), 2001, hlm. 27-28.

menjadi dua bentuk utama, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.⁴⁹

1. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum preventif adalah bentuk perlindungan yang diberikan sebelum terjadi pelanggaran atau sengketa, dengan tujuan mencegah timbulnya kerugian bagi konsumen. Perlindungan preventif memiliki tujuan untuk menjaga dan melindungi hak seseorang agar tidak terjadi pelanggaran oleh pihak lain atau pihak ketiga yang bertindak secara melawan hukum.⁵⁰ Melalui mekanisme preventif, konsumen diberikan jaminan berupa pengaturan yang mengharuskan pelaku usaha menjalankan kegiatan usahanya secara jujur, transparan dan bertanggung jawab sehingga potensi kerugian bagi konsumen dapat diminimalisir sejak awal.

Dalam sistem hukum Indonesia, perlindungan konsumen secara preventif diatur dalam UUPK. Ketentuan tersebut tercermin dalam pengaturan mengenai hak dan kewajiban konsumen serta hak dan kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 4 sampai Pasal 7 UUPK. Pengaturan ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan dalam hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha sehingga kedua belah pihak memiliki pedoman yang jelas dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa.

Selain itu, perlindungan preventif juga diwujudkan melalui larangan bagi pelaku usaha untuk mencantumkan klausula baku yang merugikan konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 18 UUPK yang berbunyi:

“(1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat dan/atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila;

- a. Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
- b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak menyerahkan kembali barang yang dibeli konsumen;
- c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;

⁴⁹ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia*, (Surabaya: PT Bina Ilmu), 1987.

⁵⁰ Sakirman, Ahmad Syarifudin, Monalisa, & Desta Adinda Rahmadhani, *Perlindungan Hak Konsumen terhadap Maraknya Monopoli Bisnis*, *Siyasah: Jurnal Hukum Tata Negara*, Vol. 1, No. 1, 2022, hlm. 17.

- d. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
- e. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
- f. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa;
- g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
- h. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli konsumen secara angsuran.

(2) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau sulit dimengerti

(3) Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.

(4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang ini.”

Ketentuan tersebut bertujuan untuk mencegah terjadi penyalahgunaan posisi dominan pelaku usaha yang dapat menimbulkan ketidakseimbangan dalam hubungan dengan konsumen.

2. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif adalah perlindungan yang diberikan setelah terjadinya pelanggaran atau sengketa, dengan tujuan memulihkan hak-hak konsumen yang telah dilanggar serta memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran. Dalam sistem hukum di Indonesia, perlindungan hukum represif diatur ketentuan Pasal 45 ayat (1) UUPK yang menyediakan dua pilihan penyelesaian sengketa, yaitu melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antar konsumen dan pelaku usaha (non-litigasi) atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum (litigasi). Pemilihan jalur penyelesaian tersebut bersifat alternatif, sesuai dengan prinsip efisiensi dan kemudahan akses bagi pihak yang dirugikan.⁵¹ Selain melalui mekanisme penyelesaian sengketa secara langsung, perlindungan hukum represif dalam bidang perlindungan

⁵¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 228.

konsumen juga melibatkan peran berbagai lembaga yang berfungsi menerima pengaduan, memberikan advokasi, serta memfasilitasi penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.

a. Peran Lembaga Perlindungan Konsumen dalam Penyelesaian Sengketa

Salah satu lembaga yang diatur secara khusus dalam UUPK adalah Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang berperan memberikan masukan serta pertimbangan kepada pemerintah dalam rangka pengembangan perlindungan konsumen di Indonesia. BPKN berkedudukan di ibu kota negara Republik Indonesia dan bertanggungjawab kepada presiden. Sesuai dengan fungsinya maka BPKN mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
4. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
7. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.⁵²

Melalui tugas-tugas tersebut, BPKN berperan strategis sebagai jembatan antara masyarakat konsumen dan pemerintah dalam menciptakan ekosistem perdagangan yang adil dan transparan. Keberadaannya diharapkan mampu mendorong terwujudnya perlindungan konsumen yang komprehensif sehingga hak konsumen di Indonesia dapat terlindungi secara optimal.

Selain BPKN, ada juga Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Dalam Pasal 44 ayat (1) UUPK berbunyi: “Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat. Pada Pasal 44 ayat (3) dijelaskan tugas LPKSM, meliputi:

⁵² Yessy Kusumadewi dan Grace Sharon, *Op.Cit*, hlm 150.

- a. Menyebar informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
- c. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
- e. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.”

Dalam praktiknya, salah satu lembaga yang dikenal luas dalam bidang perlindungan konsumen adalah Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). YLKI merupakan organisasi non-pemerintah yang berdiri sebagai yayasan independen dan secara substantif menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam ketentuan LPKSM. Oleh karena itu, YLKI merupakan salah satu lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang berperan dalam memberikan perlindungan dan advokasi terhadap hak-hak konsumen di Indonesia. Keberadaan lembaga semacam ini diakui dalam sistem perlindungan konsumen sebagai pihak yang dapat membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya ketika terjadi sengketa dengan pelaku usaha.

b. Penyelesaian Sengketa di luar pengadilan (Non-Litigasi)

Sebagai alternatif, UUPK juga menyatakan dalam Pasal 45 ayat (2) bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan di luar pengadilan, baik melalui mediasi, arbitrase, konsiliasi, maupun melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK dibentuk untuk memberikan akses penyelesaian sengketa yang lebih sederhana, cepat, dan murah bagi konsumen. BPSK memiliki kewenangan untuk memeriksa, memutus, dan menetapkan ganti rugi dalam sengketa konsumen dengan sifat keputusan yang mengikat, serta dapat dimintakan eksekusinya melalui pengadilan negeri.

Berdasarkan Pasal 52 UUPK “Tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa meliputi:

- a. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi, arbitrase, atau konsiliasi.
- b. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen.
- c. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku.

- d. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang ini.
- e. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- f. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen.
- g. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- h. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang ini.
- i. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf (g) dan (h), yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen.
- j. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan.
- k. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen.
- l. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- m. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.”

Selain itu, penyelesaian non-litigasi dijelaskan dalam Pasal 47 UUPK, yaitu: “Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk “menjamin” tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.” Bentuk jaminan yang dimaksud dalam hal ini berupa pernyataan tertulis yang menerangkan bahwa tidak akan terulang kembali perbuatan yang telah merugikan konsumen. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan atau yang lebih dikenal dengan *Alternative Dispute Resolution* (ADR) dapat ditempuh dengan berbagai cara. ADR tersebut dapat berupa arbitrase, mediasi, konsiliasi, *minitrial*, *summary jury trial*, *settlement conference* serta bentuk lainnya.⁵³

Walaupun ada berbagai cara yang dapat ditempuh untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan, yang biasa dijalankan di Indonesia hanya arbitrase, konsiliasi dan mediasi sebagaimana sudah ditentukan dalam Pasal 52 huruf (a) di atas.

⁵³ Yahya Harahap, *Beberapa Tinjauan Mengenai Sistem Peradilan dan Penyelesaian Sengketa*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997), hlm 186

1. Arbitrase

Arbitrase adalah cara penyelesaian suatu sengketa peradata di luar pengadilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat oleh para pihak yang bersengketa. Penyelesaian melalui arbitrase sendiri telah dibentuk Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI), berdasarkan Surat Keputusan Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Nomor. SKEP/152/DPH/1977. BANI bersifat otonom atau tidak boleh dicampuri oleh kekuasaan lain sebagai badan arbitrase dalam sengketa-sengketa perdata yang timbul mengenai soal perdagangan, industri dan keuangan baik itu nasional maupun internasional. Penyelesaian sengketa melalui peradilan arbitrase ini dapat dilakukan oleh para pihak yang bersengketa, jika para pihak tersebut mencantumkan klausula arbitrase dalam perjanjian yang menjadi pokok sengketa atau mengadakan perjanjian arbitrase setelah timbulnya sengketa.⁵⁴

2. Konsiliasi

Konsiliasi adalah salah satu alternatif penyelesaian sengketa yang juga bisa ditempuh di luar pengadilan, yang dikatakan sebagai: *an independent person (conciliator) brings the parties together and encourages a mutually acceptable resolution of the dispute by facilitating communication between the parties.*⁵⁵ Mekanisme ini memiliki kesamaan dengan arbitrase, karena juga melibatkan pihak ketiga yang berperan membantu para pihak dalam menilai dan memberikan pandangan terhadap sengketa yang sedang dihadapi. Konsiliator menyampaikan rekomendasi mengenai penyelesaian sengketa setelah mendengarkan keterangan dari para pihak yang berselisih. Namun, berbeda dengan arbitrase yang bersifat mengikat secara hukum, hasil yang diberikan oleh konsiliator dalam konsiliasi tidak memiliki kekuatan mengikat, sehingga para pihak tetap memiliki kebebasan untuk menerima ataupun menolak saran penyelesaian yang diajukan tersebut.

⁵⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm 253

⁵⁵ Lamuel W. Dowdy, *Prepared by Consumer Dispute Resolution Program Staff Attorneys*, Federal Trade Commission-Division of Product Reliability, Washington, D.C., hlm 5.

3. Mediasi

Mediasi sebagai salah satu alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan dan bisa dikatakan sebagai salah satu pilihan terbaik di antara sistem dan bentuk ADR yang ada. Mediasi merupakan cara penyelesaian sengketa yang fleksibel dan tidak mengikat serta melibatkan pihak ketiga yang netral yaitu mediator, untuk memudahkan negosiasi antara para pihak/membantu mereka dalam mencapai kompromi/kesepakatan.⁵⁶ Meskipun mediator tidak dapat memberikan putusan dalam proses mediasi, tetapi keterlibatan mediator ini dapat mengubah ataupun mempengaruhi dinamika negosiasi. Peran mediator ini menolong para pihak untuk mencapai jalan keluar dari persengketaan yang mereka hadapi, sehingga hasil penyelesaian dalam bentuk kompromi terletak sepenuhnya pada kesepakatan para pihak, dan kekuatannya tidak secara mutlak mengakhiri sengketa ataupun mengikat mutlak tetapi tergantung pada itikad baik para pihak untuk memenuhi hasil kesepakatan secara sukarela.⁵⁷

c. Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan (Litigasi)

Perlindungan hukum melalui penyelesaian sengketa secara litigasi merupakan upaya represif yang ditempuh melalui peradilan ketika mekanisme non-litigasi tidak memberikan hasil yang adil atau tidak dilaksanakan secara efektif oleh pelaku usaha. Penyelesaian litigasi dilakukan dengan mengajukan gugatan ke pengadilan negeri berdasarkan ketentuan umum hukum acara perdata guna memperoleh putusan hakim yang bersifat mengikat dan memiliki kekuatan eksekutorial. Dengan demikian, litigasi memberikan kepastian hukum yang tidak dapat diperoleh melalui mekanisme penyelesaian sengketa di luar pengadilan.⁵⁸

⁵⁶ Mulyana W. Kusuma, *Should Court-Annexed Alternative Dispute Resolution Mechanisms Mandatory?*, Jurnal Ilmiah Hukum Era Hukum, Nonor 1, (1994), hlm 5.

⁵⁷ Stephen B. Goldberg, *Dispute Resolution, Negotiation, Mediation and Other Process, Second Edition*, (Canada: Little, Brown & Company, 1992)

⁵⁸ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 1985), hlm. 121.

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan dijelaskan melalui ketentuan Pasal 48 UUPK: “Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memerhatikan ketentuan dalam Pasal 45 di atas.” Penunjukan Pasal 45 dalam hal ini dimaksudkan dalam ayat (4) yang menjelaskan bahwa penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan hanya dimungkinkan apabila:

- a. Para pihak belum memilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, atau
- b. Upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Penyelesaian sengketa secara litigasi juga berfungsi sebagai sarana perlindungan hak konsumen secara konstitusional. Melalui proses peradilan, konsumen memperoleh jaminan atas prinsip *equality before the law*, di mana kedudukan konsumen yang lemah secara ekonomi ditempatkan setara dengan pelaku usaha di hadapan hukum. Hakim tidak hanya menilai hubungan kontraktual para pihak, tetapi juga mempertimbangkan prinsip keadilan, kepatutan dan perlindungan terhadap pihak yang dirugikan, khususnya dalam sengketa yang melibatkan klausula baku dan ketidakseimbangan posisi tawar.⁵⁹

Litigasi tidak hanya fokus pdada penyelesaian sengketa individual, tetapi juga mempunyai fungsi preventif yang memperkuat kepastian dan perlindungan hak konsumen.⁶⁰ Namun demikian, penyelesaian sengketa secara litigasi memiliki keterbatasan antara proses yang relatif lama, biaya perkara yang tidak ringan, serta kompleksitas pembuktian yang seringkali memberatkan konsumen. Kondisi tersebut menyebabkan jalur litigasi dalam perlindungan konsumen umumnya diposisikan sebagai *ultimum remedium*, yaitu upaya terakhir yang ditempuh apabila penyelesaian non-litigasi tidak mampu terpenuhinya hak konsumen secara adil dan proporsional.⁶¹

⁵⁹ Sudikno Mertokusumo, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, (Yogyakarta: Liberty, 2014), hlm. 23–24.

⁶⁰ Shidarta, *Op.Cit*, hlm 87.

⁶¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 189.

d. Gugatan Perwakilan Kelompok (*Class Action*)

Selain mekanisme litigasi individual, bentuk perlindungan hukum represif bagi konsumen juga dapat ditempuh melalui gugatan perwakilan kelompok atau yang dikenal dengan istilah *class action*. Mekanisme ini lahir sebagai respons atas ketidakefisienan gugatan individual dalam sengketa yang melibatkan banyak pihak dengan kepentingan yang sama, sekaligus sebagai sarana mewujudkan akses keadilan yang merata bagi masyarakat luas. Pengaturan gugatan perwakilan kelompok dalam hukum Indonesia bersumber dari dua instrumen utama. Pertama, Pasal 46 ayat (1) huruf b UUPK yang menyatakan bahwa gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama. *Class action* dalam UUPK, yaitu suatu prosedur hukum yang memungkinkan banyak orang bergabung untuk menuntut ganti kerugian atau kompensasi lainnya di dalam suatu gugatan.⁶²

Kedua, Pasal 1 huruf (a) Peraturan Mahkamah Agung (PERMA) Nomor 1 Tahun 2002 tentang Acara Gugatan Perwakilan Kelompok yang berbunyi: “Gugatan Perwakilan Kelompok adalah suatu tata cara pengajuan gugatan, dalam mana satu orang atau lebih yang mewakili kelompok yang mengajukan gugatan untuk diri atau diri-diri mereka sendiri dan sekaligus mewakili kelompok orang yang jumlahnya banyak, yang memiliki kesamaan fakta atau dasar hukum antara wakil kelompok dan anggota kelompok dimaksud.” Pengaturan *class action* ke dalam hukum materiil Indonesia terinspirasi dari pengaturan *class action* di Amerika Serikat pada Pasal 23 *US Federal Rules of Civil Procedure* yang telah menentukan persyaratan, antara lain *numerosity, commonality, typicality, dan adequacy of representation*. Empat syarat inilah yang kemudian diadopsi dalam sistem hukum Indonesia melalui PERMA Nomor 1 Tahun 2002.⁶³

⁶² S. Sothi Rachagan, *Consumer Access to Justice, an Overview, in Developing Consumer Law in Asia*, IOCU Regional Office for Asia and the Pacific, Malaysia, hlm 207.

⁶³ I Ketut Tjukup et al., “Penyelesaian Sengketa Lingkungan Hidup Melalui Mekanisme Acara Gugatan Perwakilan Kelompok (*Class Action*)”, ADHAPER: Jurnal Hukum Acara Perdata 3, no.2 (2017), hlm 154.

Pasal 2 PERMA Nomor 1 Tahun 2002 mengatur bahwa gugatan dapat diajukan menggunakan prosedur *class action* apabila memenuhi beberapa syarat:

1. *Numerosity* (Jumlah Anggota yang Banyak). Pasal 2 huruf (a) PERMA Nomor 1 Tahun 2002 menyatakan bahwa jumlah anggota kelompok harus sedemikian banyak sehingga tidak efektif dan efisien apabila gugatan dilakukan secara sendiri-sendiri atau secara bersama-sama dalam satu gugatan. Tidak ditentukan batas minimal maupun maksimal jumlah anggota kelompok, namun untuk memenuhi prinsip ini, kelompok harus didefinisikan dengan rinci dan spesifik sehingga keberadaan anggotanya dapat dengan mudah diidentifikasi.
2. *Commonality* (Kesamaan Fakta atau Dasar Hukum). Pasal 2 huruf b PERMA Nomor 1 Tahun 2002 mensyaratkan adanya kesamaan fakta atau peristiwa dan kesamaan dasar hukum yang bersifat substansial antara wakil kelompok dan anggota kelompok, di mana wakil kelompok wajib menjelaskan adanya kesamaan tersebut dalam gugatannya.
3. *Typicality* (Kejenisan Tuntutan). Tuntutan bagi penggugat *class action* maupun pembelaan bagi tergugat *class action* dari seluruh anggota yang diwakili haruslah sejenis. Pada umumnya, jenis tuntutan yang dituntut adalah pembayaran ganti rugi kerugian.
4. *Adequacy of Representation* (Kejujuran dan Kesungguhan Wakil Kelompok). Pasal 2 huruf (c) menetapkan bahwa wakil kelompok harus memiliki kejujuran dan kesungguhan dalam melindungi kepentingan kelompok. Selain itu, Pasal 2 huruf (d) PERMA, hakim dapat menganjurkan kepada wakil kelompok untuk melakukan penggantian pengacara apabila melakukan tindakan bertentangan dengan kewajiban membela kepentingan anggota kelompok.

2.4. Tinjauan tentang Penyelenggaraan Konser Musik

2.4.1. Pengertian dan Karakteristik Konser Musik sebagai Jasa Hiburan

Konser musik adalah pertunjukan musik yang dilakukan secara langsung (*live performance*) oleh seorang musisi atau kelompok musik di hadapan penonton pada suatu tempat dan waktu tertentu. Berbeda dengan rekaman musik yang dapat dinikmati secara berulang, konser bersifat unik dan tidak dapat diulang karena berlangsung hanya sekali pada waktu dan tempat yang telah ditentukan. Hal ini

menjadikan konser sebagai produk jasa yang memiliki nilai eksklusif dan emosional yang tinggi bagi penonton. Pada perspektif manajemen acara, konser musik termasuk dalam kategori *planned special events*, yaitu peristiwa yang dirancang secara sengaja untuk memenuhi kebutuhan sosial, budaya atau komersial tertentu. Penyelenggaraan konser melibatkan serangkaian kegiatan kompleks yang mencakup perencanaan artistik, pengamanan lokasi (*venue*), logistic teknis, pemasaran, penjualan tiket hingga manajemen penonton pada hari pelaksanaan.

Penyelenggaraan konser dalam hukum perlindungan konsumen, termasuk dalam kategori jasa sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 1 angka (5) UUPK, yaitu setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Jasa konser ini tidak berwujud secara fisik, namun memiliki nilai ekonomi yang sangat bagi konsumen, yang tercermin dari harga tiket yang rela dibayar oleh konsumen.

Berdasarkan karakteristik jasa yang dikemukakan oleh Kotler, penyelenggaraan konser memiliki empat sifat khas jasa, yaitu: (1) tidak berwujud (*intangibility*) karena konser tidak dapat dilihat atau diraba sebelum dinikmati; (2) tidak terpisahkan (*inseparability*) karena produksi dan konsumsi berlangsung secara bersamaan sehingga kegagalan penyelenggaraan tidak dapat diperbaiki setelah fakta; (3) bervariasi (*variability*) berarti kualitas pengalaman menonton dapat berbeda tergantung pada faktor teknis seperti lokasi, kondisi tempat konser (*venue*), akustik dan faktor lainnya; serta (4) tidak dapat disimpan (*perishability*) karena konser yang tidak dapat dikonsumsi di lain waktu. Sifat-sifat inilah yang menjadikan pemilihan *venue* sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari nilai jasa konser itu sendiri.

Pelaku usaha jasa, penyelenggara konser tunduk pada Pasal 19 ayat (1) UUPK yang berbunyi: “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.” Tanggung jawab tersebut berarti bersifat mutlak dalam arti konsumen tidak perlu membuktikan adanya unsur kesalahan dari pihak penyelenggara, cukup dengan membuktikan bahwa jasa tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

2.4.2. Promotor Konser sebagai Pelaku Usaha Penyelenggara

Promotor konser adalah pihak yang mengorganisir, membiayai dan bertanggung jawab atas seluruh aspek penyelenggaraan konser musik. Dalam literatur manajemen acara, promotor didefinisikan sebagai entitas yang mengambil risiko finansial atas suatu pertunjukan dengan harapan mendapatkan keuntungan dari penjualan tiket dan/atau sponsor.⁶⁴ Promotor bertindak sebagai penghubung antara artis atau manajemen artis dengan penonton sekaligus berperan sebagai pelaku usaha yang menawarkan jasa hiburan kepada masyarakat. Sebagai pelaku usaha, promotor tunduk pada seluruh kewajiban yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, termasuk kewajiban untuk beritikad baik, memberikan informasi yang benar dan jelas mengenai jasa yang ditawarkan, menjamin kualitas jasa sesuai yang diperjanjikan, serta memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UUPK.

Tanggung jawab promotor sebagai pelaku usaha tidak hanya bersumber dari perjanjian yang bersifat dengan konsumen, tetapi juga dari ketentuan hukum yang bersifat memaksa (*dwingend recht*) dalam UUPK. Hal ini berarti promotor tidak dapat melepaskan diri dari kewajiban ganti rugi kepada konsumen hanya dengan mencantumkan klausula pembatasan tanggung jawab dalam syarat dan ketentuan, karena klausula semacam itu bertentangan dengan UUPK dan karenanya dinyatakan batal demi hukum.

2.4.3. Tempat Konser sebagai Unsur Perjanjian

Tempat konser atau *venue* adalah lokasi fisik di mana suatu pertunjukan musik diselenggarakan. Pemilihan tempat merupakan salah satu keputusan paling strategis dalam penyelenggaraan konser karena secara langsung menentukan kapasitas penonton, kualitas akustik, kondisi kenyamanan (*indoor* atau *outdoor*), tata letak area penonton, serta fasilitas penunjang yang tersedia. Setiap tempat memiliki karakteristik teknis dan fisik yang unik, termasuk kapasitas maksimum penonton,

⁶⁴ Donald Getz, *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*, (London: Routledge, 2020), hlm. 87).

sistem tata suara, sistem pencahayaan, jarak pandang terhadap panggung, kondisi, ketersediaan tempat parkir, toilet, jalur evakuasi serta aksesibilitas lokasi.

Pada sudut pandang manajemen risiko acara, kepastian ketersediaan tempat merupakan prasyarat utama sebelum penyelenggara dapat membuka penjualan tiket kepada publik. Penyelenggara yang profesional wajib terlebih dahulu memiliki perjanjian penggunaan tempat yang sah dan mengikat dengan pengelola tempat sebelum mempublikasikan informasi acara.⁶⁵ Kelalaian dalam memastikan kepastian penggunaan tempat sebelum penjualan tiket dibuka dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen apabila kemudian terjadi perubahan atau pemindahan lokasi. Jika dilihat dari hukum perjanjian, tempat konser bukan merupakan detail teknis yang dapat diubah sewaktu-waktu setelah perjanjian jual beli tiket terjadi karena merupakan bagian dari spesifikasi jasa yang menjadi isi dan dasar pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli tiket. Oleh karena itu, tempat atau *venue* harus dipandang sebagai unsur pokok dari perjanjian jual beli tiket konser.

2.4.4. Tiket Konser sebagai Bukti Perjanjian dan Dasar Hak Konsumen

Tiket konser adalah dokumen atau instrumen yang berfungsi sebagai bukti pembayaran sekaligus tanda hak atas suatu layanan jasa hiburan. Pada hukum perdata, tiket merupakan bukti adanya perjanjian jual beli jasa antara penyelenggara sebagai penjual dan penonton sebagai pembeli. Perjanjian jual beli sebagaimana diatur dalam Pasal 1457 KUHPperdata adalah suatu perjanjian di mana satu pihak mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu benda atau memberikan suatu prestasi dan pihak lain untuk membayar harga yang telah disepakati.

Transaksi pembelian tiket konser memenuhi syarat sah perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPperdata, yaitu (1) kesepakatan para pihak (*consensus*), yang terjadi ketika konsumen menyetujui untuk membeli tiket sesuai harga dan spesifikasi yang ditawarkan; (2) kecakapan para pihak (*bekwaamheid*); (3) suatu hal tertentu, yaitu jasa penyelenggaraan konser dengan spesifikasi yang jelas; serta (4) suatu sebab yang halal. Sebagai pihak yang telah melunasi kewajibannya dengan membayar

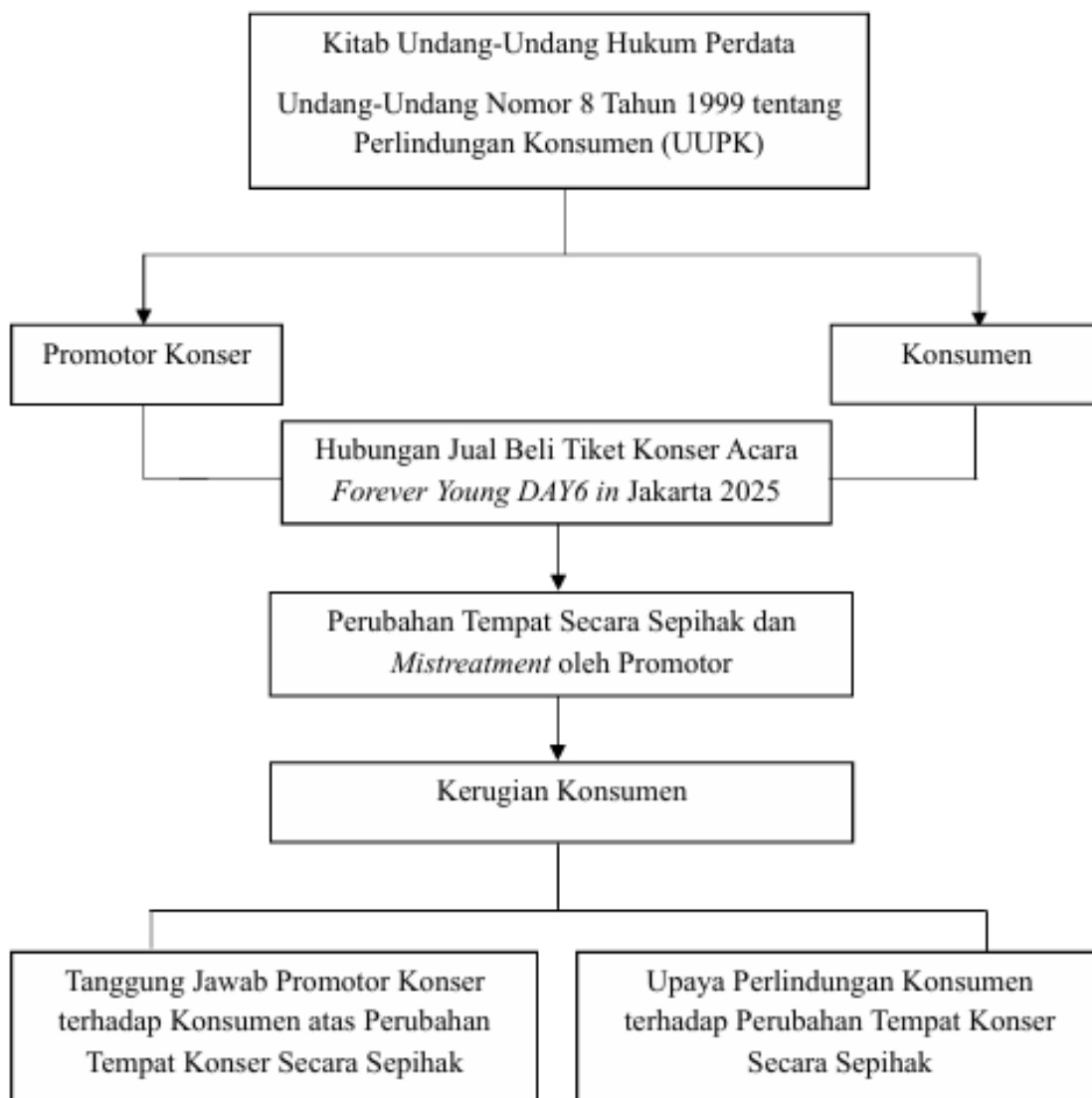
⁶⁵ Gleen AJ. *Bowlin et al, Events Management*, 3rd ed (London: Routledge, 2011) hlm 201-202.

harga tiket, konsumen berhak mendapatkan prestasi yang sesuai dengan spesifikasi yang diperjanjikan. Hak ini secara khusus dilindungi oleh Pasal 4 huruf (h) UUPK, yang menjamin hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Promotor sebagai penyelenggara konser pada praktiknya menggunakan klausula baku yang termuat dalam syarat dan ketentuan pembelian tiket. Klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen. Karena klausula baku dibuat tanpa negosiasi dengan konsumen, maka UUPK memberikan pembatasan tegas terhadap isi klausula tersebut. Berdasarkan Pasal 18 ayat (1) UUPK, pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang mengalihkan tanggung jawab kepada konsumen, memberi hak kepada pelaku usaha untuk menolak pengembalian yang dibayarkan konsumen atas jasa yang tidak sesuai atau memberikan hak kepada pelaku usaha untuk melakukan perubahan sepihak. Larangan ini bertujuan untuk menjaga hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen, mengingat konsumen berada pada posisi yang tidak seimbang dalam menentukan isi perjanjian.

Apabila suatu klausula baku dalam syarat dan ketentuan melanggar Pasal 18 ayat (1) dan (2) UUPK, maka berdasarkan Pasal 18 ayat (3) UUPK dinyatakan batal demi hukum, sehingga klausula baku yang batal tidak dapat dijadikan dasar hukum oleh pelaku usaha untuk mengindari kewajiban hukumnya kepada konsumen. Menurut Shidarta, perlindungan konsumen dalam perjanjian baku tidak hanya bersumber dari itikad baik para pihak, tetapi justru harus diperkuat melalui intervensi norma hukum yang bersifat memaksa. Dengan demikian, konsumen tetap harus terlindungi meskipun dalam perjanjian yang isinya telah ditentukan sepihak oleh pelaku usaha.

2.5. Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Pikir

Keterangan:

Kerangka berpikir penelitian ini dalam diagram tersebut dimulai dari dasar hukum yang menjadi landasan normatif, yaitu Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdato). Kedua dasar hukum ini mengatur mengenai hak dan kewajiban para pihak dalam perikatan serta perlindungan terhadap konsumen atas kerugian yang timbul dari hubungan hukum.

Dari dasar hukum tersebut, terbentuk hubungan hukum antara promotor konser dengan konsumen melalui mekanisme jual beli tiket konser. Hubungan ini menimbulkan hak dan kewajiban timbal balik, di mana konsumen berhak memperoleh pelayanan sesuai dengan perjanjian, sedangkan promotor berkewajiban menyelenggarakan konser sesuai dengan kesepakatan. Namun, dalam kasus Mecimapro, terjadi perubahan tempat secara sepihak serta adanya *mistreatment* yang dilakukan oleh promotor terhadap konsumen. Tindakan ini menimbulkan ketidakseimbangan dalam hubungan hukum, karena konsumen dirugikan akibat tidak terpenuhinya kewajiban promotor.

Kondisi tersebut melahirkan kerugian konsumen, yang dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

1. Kerugian Materil; misalnya kerugian biaya tiket yang tidak disesuaikan, transportasi, akomodasi, dan pengeluaran lainnya.
2. Kerugian Imateril; berupa kekecewaan, hilangnya ekspektasi, serta ketidaknyamanan yang dirasakan oleh konsumen.

Atas kerugian tersebut, timbul pertanyaan mengenai bagaimana pertanggungjawaban hukum promotor konser, serta kewajiban promotor untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen. Pada akhirnya, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang dapat ditempuh melalui jalur litigasi maupun non-litigasi.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian hukum yuridis normatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengkaji bahan-bahan pustaka atau data sekunder.⁶⁶ Penelitian ini difokuskan pada upaya mengkaji tanggung jawab hukum promotor konser terhadap konsumen berdasarkan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku, asas-asas hukum dan doktrin hukum yang relevan dengan menggunakan studi kasus konser *Day6* oleh Mecimapro di Jakarta 2025 sebagai contoh kasus. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menggambarkan atau menilai perilaku konsumen maupun promotor dari sudut pandang sosial, tetapi berupaya menelaah apakah tindakan promotor tersebut sesuai atau bertentangan dengan norma hukum yang ada.

3.2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa pendekatan hukum, yaitu:

1. Pendekatan Perundang-Undangan (*Statute Approach*)

Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menganalisis ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan peraturan lainnya yang relevan dengan topik.

2. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Pendekatan konseptual adalah jenis penelitian yang berlandaskan pada pandangan serta doktrin yang berkembang dalam bidang ilmu hukum.⁶⁷ Penulis menggunakan pendekatan ini untuk mengkaji teori-teori dan asas-asas hukum

⁶⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 12.

⁶⁷ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 187.

yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha.

3. Pendekatan Kasus (*Case Approach*)

Pendekatan kasus digunakan untuk menganalisis ilustrasi kasus aktual dalam pelaksanaan konser oleh promotor untuk menguji kesesuaian praktik di lapangan dengan norma hukum yang berlaku.

3.3. Sumber dan Bahan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder sebagai data utama. Data sekunder merupakan data yang didapat melalui studi kepustakaan dengan kekuatan hukum yang mengikat. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yaitu peraturan perundang-undangan yang berlaku dan menjadi dasar hukum dari pokok permasalahan yang dikaji:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 3) Klausula Baku Tiket Konser

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder (*secondary law material*) adalah bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, yakni buku-buku hukum, jurnal hukum, dan karya ilmiah hukum. Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini berupa buku-buku tentang perlindungan konsumen serta penelitian hukum yang membahas mengenai permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti *web*, kamus hukum, ensiklopedia, dan referensi penunjang lainnya. Termasuk dalam kategori ini adalah dokumentasi publik dari media massa daring seperti unggahan akun *MyDay Berserikat* dan akun *Mecimapro* sebagai promotor konser, yang

digunakan secara selektif untuk memperkuat pemahaman terhadap konteks permasalahan hukum.

3.4. Pengumpulan Data

Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi pustaka (*library research*), yaitu dengan menelusuri dan mengkaji berbagai bahan pustaka (bahan hukum primer, sekunder dan tersier). Selain itu, juga melakukan observasi terhadap dokumentasi digital, seperti kronologi kejadian, pernyataan publik, dan respons konsumen yang tersedia di media sosial serta media daring. Observasi ini tidak dilakukan secara sistematis seperti dalam penelitian empiris, melainkan digunakan secara selektif sebagai ilustrasi pendukung dalam pembahasan kasus.

3.5. Analisis Data

Semua bahan hukum yang sudah dikumpulkan akan dilakukan analisis secara deskriptif kualitatif, yaitu pembahasan yang mengacu kepada landasan teoritis terhadap bahan hukum yang didapat dan disusun secara sistematis mengenai fakta-fakta tertentu yang berkaitan dengan permasalahan yang terjadi dan kemudian dilanjutkan dengan perumusan bentuk kesimpulan.⁶⁸ Analisis data dilakukan dengan menelaah, menafsirkan serta menghubungkan ketentuan hukum positif seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dengan teori-teori hukum dan asas-asas yang berlaku.

Hasil analisis dijabarkan dalam bentuk uraian logis dan argumentatif, kemudian diakhiri dengan perumusan Kesimpulan yang menjawab rumusan masalah penelitian agar mampu memberikan gambaran normatif mengenai bentuk tanggung jawab hukum pelaku usaha jasa hiburan terhadap konsumen serta efektivitas perlindungan hukum yang diberikan.

⁶⁸ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad., *Op.Cit.*, Hlm 12.

Dalam posisi yang seharusnya, Kemenpar tidak cukup hanya memantau dampak terhadap citra, tetapi mengambil peran koordinatif yang aktif bersama Kemendag untuk menghadirkan solusi terintegrasi, mendorong promotor menghormati hak konsumen dan menjadikan kasus ini sebagai dasar evaluasi terhadap standar perizinan dan tata kelola penyelenggaraan konser internasional di Indonesia ke depannya. Fungsi Kemenpar sebagaimana Perpres Nomor 198 Tahun 2024 semestinya mencakup aspek tata kelola yang melindungi seluruh pihak yang terlibat, termasuk konsumen.

Secara keseluruhan, peran negara dalam perlindungan konsumen tidak hanya bersifat reaktif setelah terjadinya pelanggaran, tetapi juga preventif melalui pembentukan regulasi dan standar penyelenggaraan kegiatan usaha. Negara seharusnya menetapkan pedoman yang jelas terkait perubahan unsur esensial dalam perjanjian, kepada konsumen. Ketiadaan standar yang tegas berpotensi membuka ruang bagi pelaku usaha untuk melakukan perubahan sepihak dengan dalih keadaan tertentu, tanpa diikuti mekanisme perlindungan yang memadai bagi konsumen.

Selain itu, penegakan perlindungan konsumen oleh negara tidak dapat berhenti pada pengawasan dan penerimaan pengaduan. Pemerintah harus memiliki keberanian kelembagaan untuk menjatuhkan sanksi administratif secara tegas dan transparan terhadap pelaku usaha yang terbukti melanggar kewajibannya. Implementasi sanksi administratif sebagaimana dimungkinkan dalam Pasal 60 UUPK yang berbunyi: “(1) BPSK berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3) Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26; (2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).; (3) Tata cara penetapan sanksi administrative sebagaimana dimaksudkan pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.” Harus dijalankan secara konsisten agar memberikan kepastian hukum bagi konsumen sekaligus efek jera nyata bagi pelaku usaha lain di sektor yang sama. Tanpa penegakan konsisten, norma perlindungan konsumen hanya akan menjadi instrumen yang tersedia secara tertulis namun tidak mempunyai daya tekan yang cukup dalam praktik.

V. PENUTUP

5. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis mengenai Perlindungan Konsumen terhadap Perubahan Tempat Konser *Day6 WORLD TOUR [FOREVER YOUNG] in Jakarta 2025*, dapat penulis tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promotor konser Mecimapro bertanggung jawab secara hukum atas perubahan tempat konser *Forever Young DAY6 in Jakarta 2025* dari Jakarta International Stadium (JIS) ke Stadion Madya Gelora Bung Karno. Perubahan tersebut merupakan wanprestasi berdasarkan Pasal 1243 KUHPerdara karena tempat konser adalah unsur esensial perjanjian jual beli tiket yang menjadi dasar kesepakatan dan keputusan konsumen membeli tiket bukan hanya detail teknis. Alasan pemindahan akibat jadwal Liga 1 tidak memenuhi syarat *force majeure* karena bersifat terencana dan dapat diketahui lebih awal. Klausula baku yang diberikan promotor, baik klausula yang memberikan kewenangan perubahan sepihak maupun yang membatasi pengembalian dana yang melepaskan tanggung jawab promotor, batal demi hukum berdasarkan Pasal 18 ayat (3) UUPK. Oleh karena itu, Promotor wajib memberikan pengembalian dana penuh atau kompensasi setara kepada konsumen berdasarkan Pasal 19 UUPK.
2. Upaya perlindungan konsumen terhadap perubahan tempat konser secara sepihak tersedia secara normatif, namun belum efektif dalam praktik. Secara preventif, UUPK melarang klausula baku yang merugikan dan mewajibkan informasi yang jujur dan benar, tetapi lemahnya pengawasan pra-penjualan tiket membuat instrumen ini tidak berfungsi optimal. Secara represif, konsumen telah menempuh jalur pengaduan ke BPKN dan YLKI, namun kedua lembaga hanya berwenang memberikan rekomendasi tanpa kekuatan eksekutorial, sehingga pemulihan hak konsumen bergantung pada itikad baik promotor. Jalur litigasi tersedia sebagai *ultimum remedium*, namun tidak praktis mengingat nilai

kerugian per konsumen yang relatif kecil dibandingkan dengan biaya berperkara. Mekanisme gugatan perwakilan kelompok (*class action*) secara normative memenuhi syarat untuk diterapkan dalam kasus ini, namun sulit ditempuh karena keterbatasan pengetahuan hukum konsumen, kesulitan koordinasi dan tekanan untuk penyelesaian yang cepat.

5.2. Saran

1. Kepada promotor konser sebagai pelaku usaha jasa hiburan: Sebelum membuka penjualan tiket, promotor wajib memastikan ketersediaan dan kelayakan tempat acara melalui perjanjian penggunaan tempat yang mengikat secara hukum, termasuk memverifikasi jadwal penggunaan tempat dari seluruh pihak yang berkepentingan. Jika perubahan substansial tidak dapat dihindari, maka promotor harus menyediakan mekanisme pengembalian dana penuh melalui tempat yang sama dengan pengembalian tiket, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak pengumuman perubahan. Promotor juga sebaiknya menghapus klausula baku yang memberikan kewenangan perubahan sepihak atau membatasi tanggung jawab ganti rugi dari seluruh syarat dan ketentuan, sesuai aturan Pasal 18 UUPK.
2. Kepada pemerintah: Perlu segera diterbitkan regulasi teknis berupa peraturan yang mengatur standar penyelenggaraan acara hiburan berskala besar, yang memuat: (a) kewajiban promotor memiliki perjanjian penggunaan tempat acara yang sah sebelum penjualan tiket dibuka; (b) kewajiban pemberitahuan perubahan substansial paling lambat 14 hari sebelum pelaksanaan disertai opsi pengembalian dana penuh; dan (c) sanksi administratif berupa pencabutan izin penyelenggaraan bagi promotor yang melanggar. Selain itu, kewenangan eksekutorial BPKN perlu diperkuat melalui revisi UUPK agar rekomendasinya bersifat mengikat dan dapat dipaksakan kepada pelaku usaha yang tidak kooperatif, tanpa menunggu proses litigasi yang panjang. Terakhir, perlu dibangun mekanisme koordinasi dalam menangani sengketa konsumen di sektor industri hiburan dan pariwisata, sehingga konsumen tidak dibebani dengan alur birokrasi yang berulang dan tidak produktif.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Badruzaman, Mariam Darus. (1986). *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku (Standar), BPHN, Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Binacipta.
- Choi, JungBong dan Roald Maliangkay. (2015). *K-Pop: The International Rise of the Korean Music Industry*. New York: Routledge.
- Eleanora, Fransiska Novita. (2023). *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Bojonegoro: Madza Media.
- Fajar, Mukti dan Acmad, Yulianto. (2010). *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Goldberg, Stephen B. (1992). *Dispute Resolution: Negotiation, Mediation and Other Processes*. Canada: Little, Brown & Company.
- Habsari, Siti. (2019). *Pra-Kontraktual dalam Hukum Perjanjian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Harahap, M. Yahya. (1986). *Segi-Segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Alumni.
- Harahap, M. Yahya (1997). *Beberapa Tinjauan Mengenai Sistem Peradilan dan Penyelesaian Sengketa*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Helsen, Hans. (2016). *Teori Umum tentang Hukum dan Negara*. Diterjemahkan dari bahasa Inggris oleh Risul Mutaqien. Bandung: Nuansa dan Nusamedia.
- Khairandy, Ridwan. (2004). *Itikad Baik dalam Kebebasan Berkontrak*. Jakarta: Program Pascasarjana Universitas Indonesia.
- Kusumadewi, Yessy dan Sharon, Grace. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah.
- Mertokusumo, Sudikno. (1985). *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.

- Mertokusumo, Sudikno. (2014). *Hukum Acara Perdata Indonesia*. Yogyakarta: Liberty.
- Miru, Ahmadi dan Yodo, Sutarman. (2024). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Muhammad, Abdulkadir. (1990). *Hukum Perikatan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Nasution, Az. (1995). *Konsumen dan Hukum*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Noho, Muhammad Dzikirullah H. (2022). *Hukum Kontrak: Asas Keseimbangan dalam Kerja Sama Build Operate Tranfer (BOT) Bidang Pasar*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nugroho, Susanti Adi. (2008). *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, Susanti Adi. (2010). *Class Action dan Perbandingannya dengan Negara Lain*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Salim, H.S. (2019). *Hukum Kontrak: Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Samsul, Inosentius. (2004). *Perlindungan Konsumen: Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Setiawan. (1978). *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*. Bandung: Binacipta.
- Shidarta. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sidabalok, Janus (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Soekanto, Soerjono dan Mamudji, Sri. (2011). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Subekti, R. (1979). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.
- Subekti, R. (2001). *Aneka Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.
- Subekti, R. (2003). *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: Intermasa.
- Subekti, R. dan Tjitrosudibio, R. (2004). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: PT Pradnya Pramita.

Tiara, Dora. Dan Yulinda, Kiki. (2024). *Hukum Perjanjian*. Purbalingga: CV Eureka Media Aksara.

Van Dunne, J.M. dan van der Burght, Gr. (1988). *Perbuatan Melawan Hukum*. Ujung Pandang: Dewan Kerja Sama Ilmu Hukum Belanda dengan Indonesia, Proyek Hukum Perdata.

Widjaja, Gunawan dan Yani, Ahmad. (2001). *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Yodo, Sutarman. (2001). *Hakikat Pasal 18 Ayat (1) Huruf G UUPK dalam Menuju Era Globalisasi*. Makassar: Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2002 tentang Acara Gugatan Perwakilan Kelompok.

Peraturan Presiden Nomor 198 Tahun 2024 tentang Kementerian Pariwisata.

D. Jurnal

Fahmi, La Ode Muhammad Ali. (2023). “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”. *Jurnal Ilmiah Dunia Hukum Vol.1 No.2*, 852.

Hartono, Laksamana Varenilo Zeustan dan Prananingtyas, Paramita. (2023). “Aspek Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online”. *Jurnal Notarius Vol. 16 No. 3*, hlm. 1364-1378.

Hutabarat, Peny Meliaty. (2022). “Music Tourism Potentials in Indonesia: Music Festivals and Their Roles in City Branding”, *Journals of Indonesian Tourism and Policy Studies*, 7 (1), hlm 1-10.

Kusuma, Mulyana W. (1994). “Should Court Annexed Alternative Dispute Resolution Mechanisms be Mandatory?”, *Jurnal Ilmiah Hukum Era Hukum*, 2, hlm. 5.

- Nabila, Najwa Vira. (2024). “Tindak Pidana Penipuan Oleh Promotor Penyelenggara Konser (Studi Kasus Konser We All Are One)”. *Media Hukum Indonesia (MHI) Vol 2*, 467.
- Rizky, Dinda Nabila. dan Wardhana, Andhika. (2024). “Perlindungan Konsumen Terhadap Penipuan Penjualan Tiket Konser Secara Online Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. *Fair Law: Jurnal Ilmiah Hukum Vol 2*, hlm.188.
- Sasmita, Ni Putu Ayu Bunga. dan Purwanto, I Wayan Novy. (2020). “Penerapan Asas Konsensualisme dalam Perjanjian Jual Beli Online”. *Jurnal Kertha Semaya Vol. 8*, hlm. 1143.
- Sakirman, Syarifudin, Ahmad., Monalisa, & Ramadhani, Desta Adinda. (2022). “Perlindungan Hak Konsumen terhadap Maraknya Monopoli Bisnis”, *Siyasah: Jurnal Hukum Tata Negara, Vol. 1, No.1*, 17.
- Tjukup, I Ketut., Djayus, I Nyoman., Suardana, I Nyoman., Aryana, I Wayan Kartika., dan Kalpika, Dewa Nyoman Rai Asmara (2017). “Penyelesaian Sengketa Lingkungan Hidup Melalui Mekanisme Acara Gugatan Perwakilan Kelompok (Class Action)”, *ADHAPER: Jurnal Hukum Acara Perdata*, 3 (2), hlm. 154-160
- Zaini. (2023). “Globalisasi Musik Populer Korea (K-Pop) dalam Konteks Industri Budaya”, *Multikultura*, 2 (3), hlm. 373-387.

E. Website

- Citra, S. (2024, Mei 13). *Profil Mecimapro, Promotor Konser Korea yang Sering Jadi Sorotan*. Retrieved from IDN TIMES: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/profil-mecimapro-00-dfnzv-mvrb0z>
- The Jakarta Post. (2025, May 9). *Govt summons organizer Mecima Pro following chaotic Day6 concert*. Retrieved from: <https://www.thejakartapost.com/indonesia/2025/05/09/govt-summons-organizer-mecima-pro-following-chaotic-day6-concert.html>