

## ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN KONSER COLDPLAY YANG TIDAK MENDAPATKAN SEAT PENONTON

Riza Faizah Achmad <sup>1)</sup>, Dessy Maeyangsari <sup>2)</sup>

Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia <sup>1,2)</sup>

Corresponding Author:

[rizaifaizah0813@gmail.com](mailto:rizaifaizah0813@gmail.com) <sup>1)</sup>, [dessy.maeyangsari.ih@upnjatim.ac.id](mailto:dessy.maeyangsari.ih@upnjatim.ac.id) <sup>2)</sup>

### Abstrak

Penyelenggaraan konser musik di Indonesia saat ini sangat meningkat dan menjadi sumber pendapatan bagi negara dan para pihak terkait. Konser musik Internasional juga sering kali diselenggarakan ditempat yang besar dan dapat menampung ribuan bahkan jutaan penonton. Namun penawaran *seat* yang tidak sesuai dapat merugikan konsumen atau penonton konser. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk perlindungan hukum yang dapat diperoleh oleh konsumen yang telah membeli tiket konser Coldplay, namun tidak mendapatkan tempat duduk atau mengalami kerugian materiil. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis bentuk tanggung jawab hukum yang dibebankan kepada promotor konser terkait penjualan tiket yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan mengumpulkan data melalui studi kepustakaan dan dokumen. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip perlindungan konsumen, khususnya terkait dengan hak atas informasi yang benar dan jelas, serta keamanan data pribadi, memiliki peran yang sangat penting dalam transaksi jual beli tiket konser Coldplay.

**Kata Kunci:** Wanprestasi; Tiket Konser; Tanggungjawab

### Abstract

The organization of music concerts in Indonesia is currently on the rise and has become a source of income for the country and related parties. International music concerts are also frequently held in large venues that can accommodate thousands, even millions of spectators. However, the offering of seats that do not meet expectations can harm consumers or concertgoers. This study aims to determine the form of legal protection for Coldplay concert ticket buyers who do not receive spectator seats or suffer material losses based on the Consumer Protection Law and to determine the form of responsibility of the concert promoter related to the sale of Coldplay concert tickets that do not receive spectator seats. This research uses a normative juridical research method. Data collection was carried out through a literature and document study. Data analysis was carried out using a descriptive analytical method and a qualitative approach. The results of the study show that the role of Consumer Protection in this case is very important in a ticket purchase transaction for the Coldplay Jakarta Concert to guarantee confidentiality that transaction data must be communicated confidentially, so that it cannot be read by unwanted parties, as well as integrity that the data of each transaction must not change when transmitted through a communication channel.

**Keywords:** Breach of Contract; Concert Ticket; Obligation

## PENDAHULUAN

Panggung musik hiburan saat ini dapat memberikan dampak yang besar dalam mendongkrak perekonomian sebagai sumber pendapatan negara dalam bidang pariwisata. Hal tersebut dikarenakan adanya pemasukan melalui penjualan tiket dan sewa *venue* yang melibatkan kerja sama beberapa pihak termasuk oleh bintang musik itu sendiri. Konser musik internasional yang diadakan di suatu negara dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemasukan negara. Terdapat beberapa aspek yang menjelaskan bagaimana penjualan tiket konser asing dapat menjadi sumber pendapatan bagi negara yaitu penjualan tiket konser merupakan sumber pendapatan langsung melalui pajak yang dikenakan pada transaksi tersebut dimana pajak ini bisa berupa Pajak Penghasilan (PPH) bagi Warga Negara Asing (WNA) yang terlibat, atau pajak hiburan lokal yang dikenakan pada harga tiket (Fidela Cahyati, 2024).

### History:

Received : 25 April 2024

Revised : 29 Mei 2024

Accepted : 23 November 2024

Published : 31 Desember 2024

**Publisher:** LPPM Universitas Darma Agung

**Licensed:** This work is licensed under

**Attribution-NonCommercial-No**

**Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)**



Selain itu pengadaan konser internasional dapat menjadi promosi budaya konser musik internasional yang melibatkan kolaborasi dengan seniman lokal, memperkenalkan budaya dan identitas negara kepada *audiensi* global. Hal ini membantu memperkuat citra negara di mata dunia. Adanya konser musik internasional juga berperan dalam pertumbuhan kegiatan ekonomi Usaha Mikro di sekitar lokasi konser meningkat, memberikan peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan makanan, minuman, dan cinderamata. Adanya peluang kerja bagi para profesional di industri kreatif, seperti *event organizer*, desainer panggung, dan teknisi, yang semuanya berkontribusi pada ekonomi lokal. Dengan demikian, konser musik internasional tidak hanya berperan sebagai hiburan tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan pemasukan negara melalui berbagai kanal.

Sesuai dengan Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, jual beli merupakan suatu perjanjian di mana salah satu pihak (penjual) berkomitmen untuk menyerahkan suatu benda (tiket konser) kepada pihak lainnya (pembeli), dan pihak pembeli berjanji untuk membayar harga yang telah disepakati. Perjanjian jual beli tersebut tentunya menganut konsep secara umum sebagaimana Pasal 1313 KUHPerdata mengenai perjanjian. *E-commerce* pada hakikatnya adalah suatu model transaksi jual beli kontemporer yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media utamanya (Sri Anggraini Kusuma Dewi, 2015). Dalam penjualan tiket konser musik internasional pun menggunakan 2 konsep yaitu dapat dibeli secara *offline* maupun *online*. Pembelian tiket melalui *online* pastinya menggunakan konsep media teknologi sebagai sarana transaksi, sedangkan melalui *offline* menggunakan konsep konvensional. Namun keduanya sama-sama memerlukan penukaran tiket fisik pada saat hari acara.

Pihak penjual dalam konser musik internasional dalam bertransaksi *online* harus memanfaatkan internet sebagai media andalan dalam mentransfer informasi, barang atau jasa tertentu, dengan cepat dan murah, antar negara maupun lintas negara (Endi Suhadi, 2021). Meskipun penjualan tiket konser secara online memudahkan akses bagi penggemar, keterbatasan kapasitas venue seringkali menjadi kendala. Banyak konser musik yang tiketnya ludes terjual dalam waktu singkat, namun tidak semua penggemar beruntung mendapatkan tiket karena jumlah kursi yang terbatas. Hal ini menunjukkan tingginya antusiasme penggemar terhadap konser musik, namun juga menjadi tantangan bagi penyelenggara.

Pada perjanjian jual beli terjadi kesepakatan yang dilakukan pelaku usaha dengan konsumen yang melahirkan hak dan kewajiban mengikat. Apabila konsumen telah melakukan transaksi dan melakukan pembayaran kepada pelaku usaha maka pelaku usaha akan memberikan produk atau jasa yang telah diperjanjikan sebelumnya. Promotor konser adalah penanggung jawab tempat berlangsungnya konser tersebut (Sanny Mariani Hisarma, *et. al*, 2023) Selain itu promotor bertanggungjawab terhadap perhitungan tiket antara *online* dan *offline*. Namun sayangnya, antusiasme masyarakat akan konser musik tidak semuanya disambut dengan baik oleh promotor musik. Banyak konsumen yang kecewa dan dirugikan karena ulah beberapa promotor musik yang memiliki persiapan kurang matang terhadap acara yang digarapnya. Salah satu permasalahan yang terjadi adalah pada konser Coldplay pada bulan November 2023 lalu.

Namun pada konser tersebut terjadi permasalahan bahwa beberapa konsumen yang telah memiliki tiket yang dibeli *online* melalui website resmi yaitu melalui situs *coldplayinjakarta.com* tidak mendapatkan *seat* yang seharusnya didapatkan karena *seat* tersebut telah ditempati oleh konsumen lain (Dwi Rachmawati, 2024). Permasalahan tiket tersebut dialami oleh salah satu konsumen yaitu NFA yang telah membeli sebanyak 4 tiket atas nama dirinya dengan harga masing-masing tiket sebesar Rp. 4.200.000 dengan *seat* kategori CAT B. Namun pada saat tiba di *venue* untuk memindai tiket, 2 dari 4 tiket yang dimiliki tidak bisa dipindai karena telah diklaim berkali-kali oleh orang lain. Dari

kejadian tersebut, NFA mengalami kerugian sebesar Rp. 8.400.000 atas 2 tiket yang tidak bisa terdeteksi oleh sistem karena telah diklaim oleh orang lain.

Kasus tersebut tidak diketahui berapa total kerugian tiket yang tercatat oleh Dirjen PKTN. Namun imbas dari masalah-masalah tersebut banyak penonton yang kecewa karena telah dirugikan hingga beberapa konsumen telah mengajukan pengaduan melalui surel. Menindaklanjuti pengaduan konsumen tersebut, Kementerian Perdagangan menemui PT MMJ (PK Entertainment) untuk meminta klarifikasi atas pengaduan konsumen. Pasal 1482 KUHPerdara mengatur bahwa kewajiban penjual tidak hanya sebatas menyerahkan barang, tetapi juga mencakup segala perlengkapan yang melekat pada barang tersebut serta dokumen kepemilikan. Sayangnya, dalam praktiknya, tidak semua konsumen mendapatkan haknya secara penuh sesuai dengan yang dijamin oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen merujuk pada perbuatan wanprestasi dimana kewajiban dari pihak promotor untuk memenuhi suatu prestasi. Dalam konteks ini, promotor memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan apa yang telah dijanjikan, baik dalam bentuk kontrak, perjanjian, atau kesepakatan lainnya sebagaimana Pasal 1238 KUHPerdara bahwa adanya suatu kondisi di mana debitur dinyatakan lalai dengan surat perintah, atau dengan akta sejenis itu, atau berdasarkan kekuatan dari perikatan sendiri, yaitu bila perikatan ini mengakibatkan debitur harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan. Penting untuk dicatat bahwa pelaksanaan kewajiban tidak boleh dipengaruhi oleh keadaan tertentu. Meskipun ada situasi atau kondisi yang mungkin mempersulit pelaksanaan, pihak promotor tetap bertanggung jawab untuk memenuhi janjinya. Berdasarkan masalah hukum mengenai wanprestasi dari pihak promotor yang mengakibatkan pembeli tiket konser Coldplay tidak mendapatkan seat penonton sehingga dirugikan secara materi berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sehingga penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi pembeli tiket konser Coldplay yang tidak mendapatkan seat penonton atau dirugikan secara materi berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta bentuk tanggung jawab promotor konser terkait penjualan tiket konser Coldplay yang tidak mendapatkan seat penonton.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian hukum yuridis normatif. Data yang digunakan diperoleh melalui studi kepustakaan dan data sekunder. Analisis dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan utama: (1) pendekatan hukum, yang melibatkan kajian mendalam terhadap peraturan perundang-undangan terkait; dan (2) pendekatan konseptual, yang menekankan pada pemahaman terhadap konsep-konsep hukum yang mendasari permasalahan yang diteliti.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Tiket Konser Coldplay Yang Tidak Mendapatkan *Seat* Penonton Atau Dirugikan Secara Materi Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen**

Perjanjian jual beli tiket konser secara online merupakan salah satu bentuk perjanjian elektronik yang diatur dalam hukum. Menurut Pasal 1313 KUHPerdara, perjanjian adalah suatu ikatan hukum antara dua pihak atau lebih. Dalam konteks pembelian tiket konser online, perjanjian ini terjalin antara pembeli dan penyelenggara konser melalui platform digital. Namun, adanya praktik tidak etis seperti penggunaan bot dalam pembelian tiket telah menimbulkan berbagai permasalahan hukum, seperti ketidakadilan dan kerugian konsumen (M. Yahya Harahap, 1986). Dalam suatu perjanjian, para pihak saling berjanji untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu hal yang disebut prestasi. Prestasi ini dapat berupa penyerahan barang, pemberian jasa, atau bahkan kewajiban untuk tidak melakukan tindakan tertentu. Sesuai dengan ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara, suatu perjanjian dianggap sah apabila memenuhi empat unsur

pokok, yaitu adanya kesepakatan antara para pihak yang mengikatkan diri dalam suatu hubungan hukum, kecakapan para pihak untuk melakukan perbuatan hukum, adanya objek perjanjian yang jelas dan tertentu, serta adanya sebab yang halal sebagai dasar perjanjian tersebut. Prinsip *pacta sunt servanda* yang tertuang dalam Pasal 1338 KUHPerdata mengukuhkan bahwa perjanjian yang telah disepakati secara sah mempunyai kekuatan mengikat bagi para pihak.

Dalam konteks pembelian tiket konser secara *online*, dapat mengidentifikasi keempat unsur sah nya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Kesepakatan terjalin ketika pembeli memilih jenis tiket, memasukkan data diri, dan melakukan pembayaran. Kecakapan hukum pembeli diasumsikan dengan adanya persyaratan usia minimal dan kemampuan untuk melakukan transaksi elektronik. Objek perjanjian adalah tiket konser yang memiliki sifat tertentu, yaitu memberikan hak untuk menyaksikan pertunjukan musik. Terakhir, sebab dari perjanjian ini adalah keinginan pembeli untuk menikmati pertunjukan musik, yang merupakan suatu hal yang sah.

Salah satu contoh permasalahan bahwa terdapat konsumen yang telah melakukan pembelian sejumlah 4 tiket Konser Coldplay untuk tipe FESTIVAL dengan harga masing-masing tiketnya Rp. 4.200.000 (empat juta dua ratus ribu rupiah), sehingga total pembelian konsumen tersebut RP. 16.800.000 (enam belas juta delapan ratus ribu rupiah). Pada keterangan pembayaran, terdapat *Government Tax* atau pajak pemerintah sebanyak 15% dari harga tiket. Ketentuan mengenai pajak merupakan salah satu contoh dari aturan hukum yang secara otomatis berlaku dalam suatu perjanjian, meskipun tidak secara tegas dinyatakan oleh para pihak. Aturan semacam ini dikenal sebagai unsur *naturalia*. Konsep unsur *naturalia* ini menunjukkan bahwa hukum tidak hanya mengatur apa yang secara eksplisit diperjanjikan oleh para pihak, tetapi juga mengatur hal-hal yang dianggap sudah menjadi kesepakatan umum atau kebiasaan dalam suatu transaksi hukum.

Berdasarkan ketentuan hukum, perjanjian elektronik memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian konvensional. Perjanjian elektronik adalah perjanjian yang dibuat, disepakati, dan dilaksanakan melalui sistem elektronik, seperti internet. Syarat sah suatu perjanjian elektronik sama dengan syarat sah perjanjian pada umumnya, sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Dengan demikian, asalkan memenuhi syarat-syarat tersebut, perjanjian elektronik dapat dianggap sah dan mengikat secara hukum (Dyah Ayu Artanti, *et. al*, 2020). Keabsahan perjanjian jual beli secara online diatur dalam Undang-Undang ITE dan KUHPerdata. Pasal 1457 KUHPerdata mendefinisikan jual beli sebagai suatu perjanjian di mana penjual berjanji untuk menyerahkan barang atau jasa, sedangkan pembeli berjanji untuk membayar harga. Sementara itu, Pasal 1473 dan 1513 KUHPerdata mengatur lebih lanjut mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak. Dengan demikian, baik transaksi jual beli secara online maupun offline memiliki dasar hukum yang sama dan harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam undang-undang. Dari hal tersebut maka perjanjian jual beli dalam situs website pembelian tiket konser Coldplay merupakan suatu perjanjian yang sah dan bersifat mengikat bagi konsumen maupun pelaku usaha. Sehingga sesuai dengan Asas Konsensualisme bahwa dalam pembuatan perjanjian yang menentukan suatu perjanjian yang dibuat dua orang atau lebih telah mengikat sehingga telah melahirkan kewajiban bagi salah satu atau lebih pihak dalam perjanjian (Patricia Pascalina Erica S, *et. al*, 2024).

Contoh pembelian tiket dari salah satu konsumen konser Coldplay yaitu terdapat detail informasi mengenai pembelian tiket konser Coldplay yang berisi seperti nama konsumen yaitu NFA. Nama acara yaitu Coldplay *Music of The Spheres World Tour* Jakarta -*Delivered by DHL*. Adapun lokasi acaranya yaitu di Gelora Bung Karno Stadium, Jakarta, DKI Jakarta. Jadwal yang konsumen tersebut *booking* adalah pada tanggal 15 November 2023 Pukul 20:00 – 22:00. Keterangan lainnya yaitu *invoice code* dan status, serta tipe pembayaran. Dalam Tiket tersebut juga menjelaskan mengenai order detail jumlah dan

harga tiket yang dibeli. Hal tersebut merupakan kewajiban Pelaku usaha yang menawarkan produk atau jasa secara elektronik wajib memberikan informasi yang lengkap dan benar mengenai produk, harga, syarat dan ketentuan, serta cara pembayaran. Informasi yang jelas ini melindungi konsumen dari tindakan penipuan atau kesalahan informasi sebagaimana dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memberikan pengakuan tegas terhadap keabsahan transaksi elektronik, termasuk perjanjian yang dilakukan melalui sistem elektronik. Dengan demikian, perjanjian pembelian tiket konser Coldplay secara online yang dilakukan melalui platform digital memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian konvensional yang dibuat secara tertulis. Hal ini berarti kesepakatan yang tercapai dalam transaksi tersebut mengikat secara hukum bagi kedua belah pihak, yaitu penyelenggara konser dan pembeli tiket. Klausul baku yang dibuat oleh penyelenggara sistem elektronik dalam kontrak elektronik internasional tidak serta merta berlaku jika salah satu pihak adalah pengguna Indonesia dan kontrak tersebut dilaksanakan di Indonesia. Undang-Undang ITE mengatur bahwa dalam hal ini, hukum yang berlaku adalah hukum Indonesia, meskipun terdapat klausul baku yang menguntungkan penyelenggara.

Maka dari analisa tersebut, jual beli tiket konser Coldplay Jakarta 2023 telah sesuai dengan ketentuan KUHPerdara dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Perjanjian jual beli tiket konser yang dilakukan secara online melalui website tidak hanya tunduk pada ketentuan umum mengenai sahnya suatu perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, tetapi juga harus memperhatikan ketentuan khusus dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam konteks transaksi elektronik, kesepakatan para pihak dapat terwujud melalui dilakukannya pembayaran sebagai suatu hal yang sah menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan ketentuan KUHPerdara. Adanya kesepakatan yang tertuang dalam konfirmasi pembelian yang dikirimkan melalui email atau aplikasi, serta syarat dan ketentuan yang tercantum di website, dapat dianggap sebagai bentuk perjanjian tertulis. Hal ini penting untuk memberikan kepastian hukum bagi kedua belah pihak dan menjadi dasar penyelesaian sengketa jika terjadi masalah di kemudian hari.

Dalam transaksi pembelian tiket Konser Coldplay Jakarta 2023 melalui media elektronik, penyelenggara dalam hal ini PK Entertainment memberikan penjelasan terkait *term and condition* atau syarat dan ketentuan yang menegaskan bahwa tiket tersebut merupakan bukti tiket yang valid dan hanya dapat diklaim oleh pemilik asli sebagaimana nama pembeli yang tertera. Dalam Syarat dan Ketentuan Nomor 1, penyelenggara konser Coldplay telah menetapkan bahwa pembelian tiket hanya dapat dilakukan melalui website resmi coldplayinjakarta.com. Ketentuan ini sejalan dengan hak pelaku usaha untuk menentukan cara dan mekanisme pembayaran atas barang atau jasa yang diperdagangkan, sebagaimana diatur dalam Pasal 6 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian, pembatasan pembelian tiket melalui website resmi merupakan bagian dari hak pelaku usaha untuk menentukan kondisi dan syarat penjualan.

Dalam TNC Nomor 3, terdapat perbedaan antara 'Pembeli Tiket' dan 'Pemegang Tiket'. Pembeli Tiket adalah pihak yang melakukan transaksi pembelian tiket, sedangkan Pemegang Tiket adalah pihak yang secara fisik memiliki tiket. Ketentuan bahwa satu tiket hanya berlaku untuk satu orang dan satu kali masuk ke area konser telah diatur dalam syarat dan ketentuan pembelian tiket. Ketentuan ini sejalan dengan hak konsumen untuk memperoleh barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang telah disepakati sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dengan demikian, pembatasan penggunaan tiket ini bertujuan untuk melindungi hak konsumen lainnya dan menjaga ketertiban selama acara berlangsung.

Persetujuan ini menjadi dasar hukum bagi penyelenggara untuk membatasi akses pembelian tiket. Sebagaimana pada TNC Nomor 5 yang menyebutkan bahwa "*There is a ticket limit of 4 (four) per transaction within the same category. 1 (one) email address and 1 (one) phone number is limited to 1 (one) transaction*". Setiap transaksi Tiket dibatasi maksimal 4 (empat) Tiket dalam kategori yang sama. 1 (satu) alamat email dan 1 (satu) nomor telepon dibatasi 1 (satu) transaksi. Sejalan dengan kesepakatan pembelian tersebut, maka tiket sudah menjadi hak milik konsumen yang telah memegang suatu bukti konkret bahwa konsumen tersebut telah memiliki tiket tersebut dan berhak masuk dalam *venue* konser Coldplay Jakarta 2023. Pasal 570 KUHPerdara mendefinisikan hak milik sebagai hak yang paling lengkap atas suatu benda. Pemegang hak milik berhak untuk menggunakan, menikmati, dan menguasai benda tersebut secara bebas, selama tidak bertentangan dengan hukum dan tidak merugikan hak orang lain. Namun, hak milik ini bersifat relatif dan dapat dibatasi oleh kepentingan umum, dengan syarat diberikan ganti rugi yang sesuai (Ahmadi Miru, Sakka Pati, 2011). Ketentuan bahwa satu tiket hanya berlaku untuk satu orang dan satu kali masuk ke area konser telah diatur dalam syarat dan ketentuan pembelian tiket. Ketentuan ini sejalan dengan hak konsumen untuk memperoleh barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang telah disepakati sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian, pembatasan penggunaan tiket ini bertujuan untuk melindungi hak konsumen lainnya dan menjaga ketertiban selama acara berlangsung.

Jika dianalisa dari *case* konsumen yang tidak mendapatkan *seat* penonton pada Konser Coldplay Jakarta 2023 berdasarkan *Terms and Condition* (TNC), sesuai dengan amanat Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa. Konsumen juga berhak memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan mendapatkan informasi yang akurat mengenai produk tersebut. Lebih lanjut, konsumen memiliki hak untuk didengar pendapatnya, mendapatkan perlindungan hukum, serta memperoleh kompensasi jika merasa dirugikan. Maka TNC tersebut harus memuat hak dan kewajiban baik penyelenggara maupun penonton. TNC juga harus mengatur mengenai pembatalan acara atau perubahan jadwal, serta konsekuensinya bagi penonton. Ketentuan mengenai penggantian tiket atau pengembalian dana biasanya tercantum dalam TNC.

Terkait kewajiban pembeli atau konsumen, pada TNC Nomor 10 sampai dengan 12. Pada TNC Nomor 10 menjelaskan bahwa Pemegang Tiket wajib menempati tempat duduk atau posisi yang telah ditentukan oleh pihak Penyelenggara sesuai dengan kategori Tiket yang dibeli. Hal ini berarti pemegang tiket asli berhak untuk menempati kursi sesuai *seat* penonton yang telah dimiliki dan tertera pada tiket. Jika TNC dengan jelas menjamin bahwa setiap penonton yang memiliki tiket berhak mendapatkan kursi, maka ketidakmampuan penyelenggara untuk menyediakan kursi bagi penonton sesuai nomor *seat* yang tertera pada tiket merupakan pelanggaran TNC dan tindakan yang tidak sesuai dengan ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya huruf a, c, dan d, menunjukkan bahwa penyelenggara telah melanggar kewajibannya untuk beritikad baik dalam menjalankan usahanya, memperlakukan konsumen secara adil dan tidak diskriminatif, serta menjamin mutu barang atau jasa yang diperdagangkan. Oleh karena itu, penyelenggara bertanggung jawab atas tindakannya tersebut.

TNC Nomor 11 secara tegas menyatakan bahwa penjualan tiket hanya diperbolehkan secara langsung dari penyelenggara acara kepada pembeli. Setiap upaya penjualan kembali tiket oleh pihak lain, seperti pelaku usaha atau pedagang tiket, dianggap sebagai pelanggaran dan dapat menyebabkan pembatalan tiket. Dapat dianalisis dari kasus penonton yang tidak mendapatkan *seat* tersebut adalah kesalahan oknum konsumen

yang bertindak melanggar jika diketahui konsumen menyebarluaskan tiket untuk kepentingan sendiri, maka hal ini tidak sesuai Pasal 5 huruf b bahwa kewajiban konsumen adalah beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. PK Entertainment menjelaskan bahwa tiket yang dibeli dari website pihak ketiga dan *reseller* yang tidak sah seperti *Viagogo*, *Stubhub*, *tiketX*, *thekaryll* dll menjadi tanggung jawab pribadi dan risiko dari Pembeli Tiket. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mewajibkan konsumen untuk membaca dan mengikuti petunjuk penggunaan produk agar aman. TNC Nomor 12 juga mengatur larangan penggunaan tiket untuk tujuan komersial, seperti hadiah atau kontes. Jika aturan ini dilanggar, tiket dapat dibatalkan dan pemegang tiket tidak diperkenankan masuk. Penyelenggara tidak bertanggung jawab jika tiket hilang dan disalahgunakan oleh orang lain.

Pada TNC Nomor 13 menyebutkan "*All ticket sales are final. Tickets that have been sold cannot be exchanged and unable to be cashed out*". Hal ini menunjukkan bahwa semua penjualan Tiket adalah final. Tiket yang telah terjual tidak dapat ditukar dan tidak dapat diuangkan kembali. Klausul tersebut yang memberikan pengertian bahwa setiap tiket yang telah dibeli oleh konsumen bersifat final, dalam artian konsumen telah setuju dengan segala risikonya seperti adanya tiket ganda baik tidak disengaja maupun disengaja, baik oleh oknum konsumen maupun dari penyelenggara. TNC Nomor 14 mengatur mengenai pengembalian tiket jika konser dibatalkan. Penyelenggara akan memberikan pengembalian dana tiket, namun tidak termasuk biaya-biaya tambahan seperti biaya layanan atau biaya pribadi pembeli. Ketentuan ini sejalan dengan Pasal 7 huruf g Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Namun, terdapat kontradiksi pada perbedaan perlakuan terhadap konsumen dalam dua kondisi yang berbeda:

1. Kondisi Umum (TNC 13): Penjualan tiket bersifat final, tidak ada pengembalian dalam kondisi apa pun, termasuk kesalahan ganda tiket.
2. Kondisi Khusus (TNC 14): Terdapat pengembalian dana dalam kasus pembatalan konser, namun dengan sejumlah batasan.

Dari 2 TNC tersebut menimbulkan pertanyaan jika penjualan tiket bersifat final, jika dalam kasus pembatalan konser ada pengembalian dana, bukankah hal tersebut bertentangan dengan prinsip "*final sale*". Sehingga dapat dianalisis bahwa ada beberapa kemungkinan penjelasan untuk situasi ini yaitu dalam TNC 13 diinterpretasikan sebagai perlindungan penyelenggara dari klaim konsumen terkait kesalahan tiket atau ketidakpuasan terhadap pertunjukan. Sedangkan TNC nomor 14 diinterpretasikan sebagai bentuk kompensasi kepada konsumen atas kerugian yang dialami akibat pembatalan konser yang berada di luar kendali konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan kompensasi dalam hal tertentu, seperti pembatalan kontrak secara sepihak oleh pelaku usaha. Namun, undang-undang ini juga memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk membuat perjanjian yang menguntungkan, dengan catatan tidak merugikan konsumen secara tidak wajar.

Syarat dan Ketentuan Nomor 21 memberikan wewenang kepada penyelenggara acara untuk menolak masuk atau mengeluarkan pengunjung yang tidak mematuhi aturan yang telah ditetapkan. Sementara itu, Syarat dan Ketentuan Nomor 22 menegaskan bahwa dengan membeli tiket, pembeli telah menyetujui untuk mengikuti semua peraturan yang berlaku. Ketentuan ini sejalan dengan hak pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak bertanggung jawab. Syarat dan Ketentuan Nomor 23 memberikan wewenang kepada penyelenggara untuk mengambil tindakan hukum terhadap individu yang memperoleh tiket dengan cara yang tidak sah, seperti memalsukan atau menduplikasi tiket. Tindakan ini sejalan dengan

hak pelaku usaha yang dilindungi oleh undang-undang untuk melindungi kepentingan bisnisnya.

Maka korelasi dengan Pasal 6 Huruf a dan b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa TNC Nomor 21, 22, dan 23 sejalan dengan hak pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 6 huruf a dan b UU Perlindungan Konsumen. Kesesuaian TNC dengan UU Perlindungan Konsumen pada TNC Nomor 21 dan 22 adalah memastikan penyelenggaraan acara berjalan lancar dan tertib. Hal tersebut sejalan dengan hak pelaku usaha untuk mendapatkan pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan dan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak baik. Sedangkan dalam TNC Nomor 23 melindungi hak kekayaan intelektual penyelenggara dan mencegah kerugian akibat tindakan tidak sah dimana hal tersebut merupakan bentuk perlindungan hukum bagi pelaku usaha. Meskipun TNC memberikan wewenang kepada penyelenggara, hak konsumen untuk mendapatkan pelayanan yang baik dan informasi yang benar juga harus dijamin. Syarat dan ketentuan harus dirumuskan secara jelas, mudah dipahami, dan tidak bersifat diskriminatif dimana penyelenggara harus menerapkan ketentuan-ketentuan tersebut secara adil dan tidak sewenang-wenang. Secara umum, TNC konser Coldplay Jakarta 2023 dapat dianggap sejalan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Syarat dan ketentuan tersebut bertujuan untuk menciptakan lingkungan acara yang aman, tertib, dan sesuai dengan kesepakatan antara penyelenggara dan konsumen. Namun implementasi dari kewajiban konsumen masih belum terlaksana dengan baik dengan adanya penggandaan tiket yang mengakibatkan konsumen lain dirugikan secara materiil sebagaimana hal tersebut dilarang dalam ketentuan TNC.

## **B. Bentuk Tanggung Jawab Promotor Konser Terkait Penjualan Tiket Konser Coldplay Yang Tidak Mendapatkan *Seat* Penonton**

Perjanjian jual beli secara elektronik menimbulkan hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan perjanjian. Namun, dalam kenyataannya, seringkali terjadi pelanggaran perjanjian, seperti kasus konsumen yang tidak mendapatkan tiket konser. Hal ini menunjukkan pentingnya penegakan hukum dalam transaksi elektronik (Ghozi Naufal Qois, *et. al*, 2023).

Pelaku usaha memiliki tanggung jawab penuh atas kerugian yang dialami konsumen akibat pelanggaran perjanjian dalam transaksi elektronik. Jika terjadi sengketa, konsumen dapat memilih untuk menyelesaikannya secara musyawarah atau melalui jalur hukum. Namun, jika pelaku usaha menolak untuk bertanggung jawab, konsumen dapat mengajukan gugatan ke pengadilan (Suwari Akhmaddhian, 2016). Konsumen yang melakukan transaksi online seringkali merasa kesulitan untuk menuntut haknya ketika terjadi masalah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti jarak yang jauh, perbedaan hukum, kurangnya pengetahuan tentang perlindungan konsumen, dan adanya klausul baku dalam kontrak yang merugikan konsumen.

Konsumen yang tidak mendapat tempat duduk di konser Coldplay menjadi bukti bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi online masih perlu ditingkatkan. Penyelenggara konser sebagai pihak yang menjual tiket secara digital harus bertanggung jawab penuh atas segala permasalahan yang timbul, termasuk memberikan ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan (Gunawan Widjaja, 2008):

- (1) Meminta pihak yang bersangkutan untuk tetap melaksanakan kewajibannya berdasarkan perjanjian, meskipun tenggat waktu telah lewat.
- (2) Mengajukan tuntutan ganti rugi atas kerugian materiil dan immateriil yang timbul akibat ketidakpatuhan pihak lain terhadap ketentuan perjanjian.
- (3) Meminta pihak yang bersangkutan untuk segera melaksanakan perjanjian sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat dan memberikan kompensasi atas kerugian yang ditimbulkan akibat keterlambatan

Sesuai Pasal 19 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perusahaan wajib memberikan ganti rugi kepada konsumen jika produk atau jasa yang mereka tawarkan menyebabkan kerugian. Ganti rugi ini bisa berupa pengembalian uang, barang pengganti, atau bentuk kompensasi lainnya. Selain itu, Pasal 29 undang-undang yang sama juga menegaskan bahwa pemerintah memiliki tanggung jawab untuk melindungi hak konsumen dan memastikan bahwa perusahaan menjalankan kewajibannya.

Menanggapi kasus konsumen Coldplay yang mengalami kendala dalam penggunaan tiket, Kementerian Perdagangan, melalui Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, telah berperan aktif dalam upaya penyelesaian masalah. Dengan memfasilitasi mediasi antara konsumen dan promotor, Kementerian Perdagangan telah menunjukkan komitmennya dalam melindungi hak-hak konsumen. Sebagai bentuk tanggung jawab, promotor konser telah memberikan kompensasi kepada konsumen yang terdampak dengan cara mengembalikan dana pembelian tiket. Pasal 38 dan 39 Undang-Undang ITE memberikan perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat transaksi elektronik. Jika terjadi sengketa, konsumen dapat mengajukan gugatan perdata. Selain melalui jalur pengadilan, penyelesaian sengketa juga dapat dilakukan melalui mekanisme alternatif seperti arbitrase. Konsekuensi hukum bagi pihak yang melanggar perjanjian meliputi kewajiban membayar ganti rugi, pembatalan kontrak, dan tanggung jawab atas biaya perkara.

Kasus tersebut membuktikan bahwa penguatan sistem website *e-ticket* untuk konser Coldplay Jakarta 2023 masih belum secara maksimal seperti melindungi data pribadi pembeli tiket dengan menggunakan enkripsi yang kuat saat transmisi dan penyimpanan data, tindakan pencegahan terhadap serangan *cybercrime*, serta membatasi akses ke data pribadi hanya bagi pihak-pihak yang berwenang. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan keamanan dan kepercayaan masyarakat terhadap transaksi penjualan tiket secara online dimana hal ini juga dapat mencegah terjadinya penipuan dan kerugian bagi konsumen.

## **SIMPULAN**

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik telah memberikan payung hukum yang kuat bagi transaksi elektronik, termasuk pembelian tiket konser Coldplay Jakarta 2023. Ketentuan dalam undang-undang ini memastikan bahwa hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi elektronik terlindungi secara hukum. Selain itu, undang-undang ini juga menjamin kerahasiaan dan keutuhan data pribadi konsumen, sehingga data transaksi tidak dapat diakses oleh pihak yang tidak berwenang. Penjual memiliki kewajiban untuk memenuhi kesepakatan yang telah dibuat dengan pembeli. Jika terjadi pelanggaran terhadap kesepakatan ini, maka penjual dapat dianggap melakukan wanprestasi dan wajib bertanggung jawab atas kerugian yang dialami pembeli. Maka tanggung jawab Promotor yaitu PK Entertainment terkait permasalahan tiket ganda yang mengakibatkan beberapa konsumen tidak mendapatkan *seat* penonton dapat diminta jika salah satu pihak tidak menjalankan kewajibannya sesuai kesepakatan, yang mengakibatkan kerugian bagi pihak lain.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **A. Artikel**

- Artanti, Dyah Ayu; Men Wih Widiatno. (2020). Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Pasal 18 Ayat 1 UU ITE ditinjau dari Hukum Perdata di Indonesia. *Jurnal Civitas Academica*, 1(1).
- Dewa Ayu Nyoman Trisnamurti, et. al. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pemegang Membership atas Wanprestasi Promotor Penyelenggara Konser. *Jurnal Preferensi Hukum*, 4(2).

- Dewi, Sri Anggraini Kusuma. (2015). Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Elektronik Commerce (E-Com). *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi Asia (JITIKA)*, 9(2).
- Erica, Patricia Pascalina S, et. al. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Tiket Konser Musik Serasa Nada di Yogyakarta yang Dibatalkan Sepihak. *Jurnal UNES Law Review*, 6(3).
- Ghozi Naufal Qois, et. al. (2023). Redefining Privity of Contract: The Untapped Rights of Consumers in Goods Delivery Agreements. *Rechtsidee*, 11(1), 10-21070.
- Harahap, M. Yahya. (1986). *Segi-segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Alumnus.
- Hisarma, Sanny Mariani; I Putu Sudarma Sumadi. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pembatalan Konser Musik Oleh Pihak Promotor. *Jurnal Kertha Wicara*, 12(5).
- Islamadina, Alifia, et. al. (2022). Tinjauan Hukum terhadap Pembatalan Perjanjian secara Sepihak dalam Transaksi Pembelian Tiket Elektronik (E-ticket) atas Indikasi Kecurangan melalui Platform Tiket.com Ditinjau dari Hukum Positif di Indonesia. *Jurnal Padjajaran Law Review*, 10(2).
- Mertokusumo, Sudikno. (1999). *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta: Liberty.
- Miru, Ahmadi dan Sakka Pati. (2011). *Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Nugrahaningsih, Widi; Mira Erlinawati. (2017). Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online. *Serambi Hukum*, 11(01).
- Subekti. (2008). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: PT. Intermasa.
- Suhadi, Endi; Ahmad Arif Fadilah. (2021). Penyelesaian Ganti Rugi Akibat Wanprestasi Perjanjian Jual Beli Online Dikaitkan Dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal JIP*, 2(7).
- Suwari Akhmaddhian. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik di Indonesia. *UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2).
- Widiyastuti, Y. Sari Murti. (2020). *Asas-Asas Pertanggungjawaban Perdata*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.

## **B. Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) *Staatsblad* Tahun 1847 Nomor 23 (Termasuk Lembaran Negara Nomor 104 Tahun 1960)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821)

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843)

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952)

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6905)