

Perbandingan Hukum Perlindungan Konsumen Terkait Jasa Titip Tiket di Indonesia dan Amerika Serikat

Ester Gloria Anastasia¹

Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia
estergloria1720@gmail.com

Ratna Artha Windari

Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia
ratnawindari@undiksha.ac.id,

Ni Ketut Sari Adnyani

Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia
sari.adnyani@undiksha.ac.id

Submission	Accepted	Published
30 Januari 2026	6 Februari 2026	7 Februari 2026

Abstract

This study analyzes consumer legal protection in the practice of digital concert ticket concierge services in Indonesia based on the right to "accurate, clear, and honest" information under Article 4(c) of the Consumer Protection Law (UUPK), and compares it with the standards in Section 5 of the Federal Trade Commission Act in the United States. Using a normative method with statutory and comparative approaches, the research finds that concierge service practices operate in a specific regulatory vacuum. The norm in the UUPK is vague and inoperable, while protection through civil law and the Electronic Information and Transactions Law (ITE Law) is proven to be limited. In contrast, the system in the United States, administered by the Federal Trade Commission (FTC), is more effective with objective evaluation standards, the reasonable consumer standard principle, and proactive enforcement mechanisms. It is concluded that Indonesia requires regulatory reform that adopts a more operational approach from the US.

Keywords: Consumer Protection, UUPK, FTC Act, Information.

¹ Corresponding Author

Abstrak

Penelitian ini menganalisis perlindungan hukum konsumen dalam praktik jasa titip tiket konser digital di Indonesia berdasarkan hak atas informasi yang "benar, jelas, dan jujur" dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), serta membandingkannya dengan standar dalam *Section 5 of the Federal Trade Commission Act* di Amerika Serikat. Menggunakan metode normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan perbandingan, penelitian menemukan bahwa praktik jasa titip beroperasi dalam kekosongan regulasi spesifik. Norma dalam UUPK bersifat kabur dan tidak operasional, sedangkan perlindungan melalui hukum perdata dan UU ITE terbukti terbatas. Sebaliknya, sistem di Amerika Serikat yang dijalankan *Federal Trade Commission (FTC)* lebih efektif dengan standar evaluasi objektif, prinsip *reasonable consumer standard*, serta mekanisme penegakan yang proaktif. Disimpulkan bahwa Indonesia memerlukan reformasi regulasi yang mengadopsi pendekatan lebih operasional dari AS.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, UUPK, *FTC Act*, Informasi.

Pendahuluan

Era digital telah membawa perubahan revolusioner dalam industri hiburan global, termasuk di Indonesia. Sektor musik dan pertunjukan langsung kini telah bertransformasi menjadi ekosistem ekonomi kreatif yang bergerak dinamis, didorong oleh kemajuan teknologi informasi yang masif. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi cara produksi dan distribusi konten hiburan, tetapi juga menciptakan pola konsumsi baru di kalangan masyarakat. Distribusi tiket konser yang sebelumnya didominasi sistem manual, kini telah sepenuhnya bermigrasi ke platform digital. Namun, digitalisasi ini ternyata membawa konsekuensi kompleks yang tidak sepenuhnya positif. Menurut (Siregar,2024), "transformasi digital dalam industri hiburan seringkali tidak diiringi dengan pengaturan hukum yang memadai, menciptakan ruang abu-abu yang rentan dieksploitasi." Sistem penjualan daring meskipun efisien justru memunculkan persoalan teknis seperti server overload saat pembukaan tiket populer dan ketidakmerataan akses bagi konsumen di berbagai daerah. Fenomena ini pada akhirnya melahirkan praktik-praktik alternatif yang berada di luar mekanisme resmi, dengan segala risiko hukum yang menyertainya bagi para pihak yang terlibat.

Sebagai respons terhadap kelangkaan tiket konser berskala besar, muncul entitas baru dalam rantai distribusi hiburan penyedia jasa perantara pembelian tiket. Entitas ini umumnya beroperasi secara mandiri di luar sistem resmi panitia penyelenggara, menjembatani kesenjangan antara tingginya permintaan dengan keterbatasan kuota tiket yang tersedia. Praktik yang dalam literatur ekonomi dikenal sebagai *ticket brokering* ini berkembang subur terutama untuk event internasional yang memiliki basis penggemar fanatik. (Kusuma,2023) dalam analisisnya terhadap pasar tiket sekunder mencatat bahwa "aktivitas perantara tiket tumbuh 300% dalam tiga tahun terakhir, didorong oleh mekanisme penjualan terbatas dan strategi pemasaran eksklusif promotor." Dalam ekosistem yang sangat kompetitif ini, konsumen seringkali tidak memiliki pilihan selain beralih ke

jalur informal ketika tiket resmi telah habis terjual. Situasi ini kemudian dimanfaatkan secara strategis oleh berbagai pihak untuk menawarkan jasa pembelian dengan berbagai skema dan tingkat kepercayaan yang beragam, menciptakan pasar gelap tiket yang tidak terawasi dengan baik.

Transaksi melalui platform media sosial seperti Instagram, Twitter, atau grup pesan instan telah menjadi kanal utama dalam praktik jasa titip tiket kontemporer. Karakteristik transaksi ini cenderung informal, mengandalkan kepercayaan personal, dan minim dokumentasi hukum yang mengikat. Celah inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh oknum tidak bertanggung jawab untuk melakukan berbagai bentuk malpraktik. Studi kasus oleh (Lembaga Advokasi Konsumen Indonesia, 2024) mengungkapkan bahwa "sekitar 67% keluhan konsumen hiburan terkait dengan penipuan tiket melalui media sosial dengan modus penawaran harga di bawah pasar." Konsumen tidak hanya menghadapi risiko finansial akibat pembayaran tanpa jaminan penerimaan tiket, tetapi juga terpapar praktik penipuan canggih seperti pemalsuan bukti transfer, pengiriman tiket kadaluarsa, atau bahkan penjualan tiket ganda kepada beberapa pembeli sekaligus. Selain itu, ketiadaan transparansi dalam penetapan harga membuat konsumen sulit membedakan antara biaya jasa yang wajar dengan eksploitasi atas kebutuhan mendesak mereka akan tiket pertunjukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam efektivitas perlindungan hukum konsumen dalam praktik jasa titip tiket digital di Indonesia, dengan fokus utama pada interpretasi dan implementasi hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dalam konteks transaksi informal berbasis media sosial, norma hukum tersebut seringkali tidak berjalan optimal akibat ketiadaan parameter operasional yang jelas dan mekanisme penegakan yang terbatas, penelitian ini berupaya mengkaji celah normatif tersebut melalui pendekatan yuridis normatif, dengan melakukan analisis tekstual terhadap Pasal 4 huruf c UUPK serta membandingkannya dengan standar perlindungan konsumen dalam sistem hukum Amerika Serikat yang diatur dalam *Section 5 of the Federal Trade Commission Act*.

Perbincangan akademis mengenai jaminan hukum bagi pengguna jasa perantara tiket konser telah menarik minat beberapa peneliti sebelumnya. Karya Putri, "*Menguraikan Kerentanan Posisi Konsumen dalam Transaksi Tidak Resmi Melalui Platform Media Sosial, Sambil Menyoroti Kekosongan Regulasi Spesifik Meski Undang-Undang Perlindungan Konsumen Secara Umum Berlaku*." Penelitian ini bersifat deskriptif dan menjadi landasan awal untuk memahami kompleksitas permasalahan yang muncul sekaligus menunjukkan bahwa perlindungan hukum konsumen dalam praktik jasa titip tiket masih memerlukan pengaturan yang lebih operasional dan terperinci (Putri 2024). Persamaan penelitian Putri dengan kajian penulis adalah objek material yang sama, yaitu fenomena jasa titip tiket konser dalam ekosistem digital. Namun, perbedaannya cukup signifikan: penelitian Putri cenderung fokus pada pemetaan masalah di permukaan, sementara penelitian penulis akan mendalami analisis konflik penerapan norma UUPK serta melakukan studi komparatif yang sistematis dengan rezim hukum Amerika Serikat untuk mengidentifikasi solusi yang lebih konstruktif dan aplikatif dalam konteks hukum Indonesia saat ini.

Di sisi lain, penelitian Azizah menyelidiki “*Relasi Hukum Antara Konsumen Dan Penyedia Jasa Melalui Perspektif Hukum Perdata, Khususnya Mengenai Perjanjian Kuasa Dan Penitipan.*” Kajian ini menyimpulkan bahwa KUHPerdata memberikan dasar hukum yang terbatas dan tidak cukup komprehensif untuk mengatur dinamika kontemporer dalam transaksi jasa digital, sehingga diperlukan pengembangan konstruksi hukum baru atau interpretasi ekstensif yang dapat melindungi konsumen secara lebih memadai dan sesuai dengan perkembangan teknologi (Azizah,2024). Persamaan penelitian Azizah dengan studi penulis adalah kesamaan dalam mengidentifikasi keterbatasan kerangka hukum perdata yang konvensional. Namun, perbedaan utamanya terletak pada cakupan analisis; penelitian Azizah hanya terfokus pada konstruksi hukum perdata, sedangkan penelitian ini akan memperluasnya dengan mengkaji pendekatan hukum publik melalui UUPK di Indonesia dan *Federal Trade Commission Act* di Amerika Serikat, yang lebih menekankan pada pelarangan praktik bisnis yang curang serta kewenangan penegakan hukum oleh otoritas negara.

Selanjutnya, kontribusi penting juga datang dari penelitian Baso, Asnawi, & Pramono, yang membedah “*makna normatif informasi benar, jelas, dan jujur dalam konteks transaksi daring.*” Mereka berupaya mendefinisikan ketiga unsur tersebut secara lebih rinci, namun pembahasannya masih bersifat teoretis tanpa dikaitkan secara langsung dengan mekanisme penegakan di lapangan khususnya dalam menguji bagaimana standar informasi tersebut dapat diterapkan dan diukur dalam sengketa konsumen di ranah digital yang dinamis dan informal (Baso, Asnawi, & Pramono, 2023). Persamaan kajian ini dengan penelitian penulis adalah fokus analisis yang sama terhadap ketentuan Pasal 4 huruf c UUPK. Perbedaannya, penelitian Baso dkk. belum mengkaji ambiguitas operasional norma tersebut dalam konteks spesifik jasa tiket, serta belum membandingkannya dengan standar pembuktian objektif dan parameter terukur seperti *reasonable consumer standard* yang dikembangkan *Federal Trade Commission* di Amerika Serikat untuk menilai kejelasan dan kejujuran informasi dalam praktik bisnis sehari-hari.

Berdasarkan penelusuran literatur yang komprehensif, teridentifikasi adanya celah penelitian (*research gap*) yang signifikan, yaitu belum ada kajian yang secara khusus dan mendalam melakukan perbandingan menyeluruh antara konstruksi hukum dan mekanisme penegakan perlindungan konsumen di Indonesia dan Amerika Serikat, khususnya dalam konteks jasa tiket konser. Berbagai riset yang telah ada cenderung terfragmentasi, hanya berfokus pada aspek domestik dan normatif semata, serta belum menjembatani analisis teoretis dengan implementasi penegakan hukum. Persamaan dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah perhatian bersama terhadap kerentanan dan posisi lemah konsumen dalam transaksi digital. Namun, gap utama yang akan diisi oleh penelitian ini terletak pada upaya sistematis untuk membedah kelemahan struktural Pasal 4 huruf c UUPK yang dinilai abstrak dan sulit diterapkan, sekaligus membandingkan efektivitasnya dengan *Section 5 FTC Act* yang dilengkapi kewenangan investigasi dan penindakan yang luas bagi FTC, sehingga menghasilkan analisis komparatif yang holistik dan aplikatif bagi penguatan regulasi di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan kualitatif yang berfokus pada analisis kekaburan norma dalam Pasal 4 huruf c

UUPK terkait hak konsumen atas informasi yang "benar, jelas, dan jujur" (Anastasia dkk., 2025). Pendekatan yang diterapkan meliputi pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan perbandingan hukum antara Indonesia dan Amerika Serikat. Sumber data primer meliputi UUPK, KUHPPerdata, serta *Federal Trade Commission Act*, sementara sumber sekunder mencakup jurnal dan penelitian terdahulu seperti karya Putri (2024) dan Azizah (2024). Data dianalisis secara kualitatif melalui teknik analisis isi dan interpretasi hukum untuk mengidentifikasi celah regulasi dan membandingkan efektivitas perlindungan konsumen dalam transaksi jasa titip tiket digital.

Kekosongan Hukum dan Ketidakjelasan Norma dalam UUPK

Kekosongan hukum dalam praktik jasa titip tiket konser di Indonesia menunjukkan ketidakmampuan regulasi eksisting untuk mengantisipasi dinamika transaksi digital yang berkembang pesat. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan kerangka umum, tidak ada ketentuan khusus yang mengatur secara detail mekanisme, tanggungjawab, dan pengawasan terhadap layanan titip tiket yang banyak beroperasi secara informal (Ester Gloria Anastasia dkk., 2025). Akibatnya, konsumen yang terlibat dalam transaksi ini berada dalam posisi rentan tanpa jaminan kepastian hukum, terutama terkait keaslian tiket dan akuntabilitas penyedia jasa. Situasi ini diperparah oleh tidak diaturnya secara tegas status pelaku usaha dalam konteks jasa titip individu, sehingga penerapan sanksi hukum menjadi sulit. Oleh karena itu, diperlukan upaya sistematis untuk merumuskan regulasi yang responsif terhadap fenomena ekonomi digital ini guna melindungi hak-hak konsumen secara lebih efektif.

Ketidakjelasan norma dalam Pasal 4 huruf c UUPK mengenai makna "informasi yang benar, jelas, dan jujur" menciptakan ambiguitas dalam penerapannya terhadap praktik jasa titip tiket. Norma tersebut tidak dilengkapi dengan parameter atau indikator teknis yang operasional, sehingga membuka ruang interpretasi sepihak yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha tidak bertanggungjawab (Ester Gloria Anastasia dkk., 2025). Sebagai contoh, tidak adanya definisi baku mengenai sejauh mana informasi harus diungkapkan seperti risiko kegagalan pengiriman atau keaslian tiket menyebabkan konsumen sering kali tidak memperoleh gambaran utuh sebelum bertransaksi. Akibatnya, prinsip transparansi yang menjadi roh perlindungan konsumen tidak terwujud secara optimal, dan konsumen tetap berisiko mengalami kerugian material akibat informasi yang tidak komprehensif.

Ketiadaan batasan konseptual yang jelas dalam UUPK mengenai standar informasi memunculkan tantangan dalam penegakan hukum ketika menghadapi sengketa jasa titip. Tanpa panduan yang terperinci tentang makna "benar, jelas, dan jujur", baik konsumen maupun aparat penegak hukum kesulitan untuk membuktikan adanya pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha informal (Baso, Asnawi, & Pramono, 2023). Hal ini mengakibatkan proses penyelesaian sengketa, baik melalui litigasi maupun Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), menjadi tidak efektif dan berjalan lambat. Kerugian konsumen pun sering kali tidak tertangani dengan baik, sementara pelaku usaha terus beroperasi tanpa konsekuensi hukum yang berarti hal ini mengakibatkan proses penyelesaian

sengketa, baik melalui litigasi maupun Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), menjadi tidak efektif dan berjalan lambat. Kerugian konsumen pun sering kali tidak tertangani dengan baik, sementara pelaku usaha terus beroperasi tanpa konsekuensi hukum yang berarti.

Perbandingan dengan kerangka hukum di Amerika Serikat melalui *Federal Trade Commission Act* (FTC Act) menyoroti kelemahan pendekatan normatif di Indonesia. Regulasi di AS mengevaluasi informasi kepada konsumen berdasarkan prinsip kebenaran, ketidakmenyesatan, dan kemampuan pembuktian, serta menggunakan standar penafsiran konsumen yang wajar (*reasonable consumer interpretation*) (*Federal Trade Commission, 2022*). Pendekatan ini bersifat lebih operasional dan berorientasi pada perlindungan substantif, karena menjadikan pemahaman konsumen biasa sebagai tolok ukur keabsahan suatu informasi. Sementara itu, UUPK masih berkuat pada norma umum yang belum diterjemahkan menjadi alat ukur yang praktis di tingkat penerapan mengadopsi elemen-elemen kunci dari standar AS, seperti *reasonable consumer standard* dan kewajiban pembuktian (*substantiation requirement*) bagi pelaku usaha, dapat menjadi solusi untuk memperkuat kerangka hukum Indonesia.

Dampak dari kekosongan regulasi dan ketidakjelasan norma ini sangat nyata, sebagaimana tercermin dalam maraknya kasus penipuan terkait jasa titip tiket konser. Konsumen yang membeli tiket melalui pihak ketiga di media sosial kerap menerima tiket palsu atau bahkan tidak mendapatkannya sama sekali, tanpa memiliki dasar hukum yang kuat untuk menuntut pertanggungjawaban (Putri, 2024). Transaksi yang mengandalkan percakapan informal tanpa bukti tertulis yang sah semakin mempersulit konsumen untuk membangun posisi tuntutan hukum yang kuat, sehingga mereka cenderung menanggung kerugian secara sepihak. Transaksi yang mengandalkan percakapan informal tanpa bukti tertulis yang sah semakin mempersulit konsumen untuk membangun posisi dan karena hal itu, diperlukan tidak hanya penegasan standar informasi, tetapi juga pengaturan yang mewajibkan bukti transaksi elektronik yang sah dan mengikat untuk setiap perjanjian jasa titip.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang sering dijadikan rujukan untuk menganalogikan praktik jasa titip sebagai perjanjian kuasa atau penitipan, ternyata memiliki keterbatasan. Ketentuan dalam KUHPerdata dinilai belum mampu mengikuti kompleksitas transaksi digital dan kurang efektif ketika diterapkan pada praktik jasa titip yang berjalan cepat dan informal melalui media sosial (Azizah, 2024). Ketiadaan perjanjian tertulis dalam banyak transaksi menjadikan ketentuan perdata tersebut sulit untuk diterapkan, sehingga perlindungan hukum yang diharapkan konsumen dari KUHPerdata pun tidak kunjung terealisasi yang mengonfirmasi bahwa upaya perlindungan konsumen di ranah digital memerlukan instrumen hukum yang lebih spesifik dan adaptif dibandingkan mengandalkan analogi dengan perjanjian tradisional.

Langkah mendesak yang perlu diambil adalah penyusunan regulasi khusus atau pedoman teknis yang secara eksplisit mengatur praktik jasa titip, baik konvensional maupun digital. Regulasi tersebut harus mampu menjawab kebutuhan akan standar transparansi informasi, mekanisme pengawasan, serta saluran pertanggungjawaban hukum yang jelas bagi pelaku usaha, termasuk yang berstatus informal. Dengan adanya kepastian hukum ini, diharapkan dapat tercipta

ekosistem transaksi jasa titip adil, aman, dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga hak-hak konsumen atas informasi dan keamanan transaksi benar-benar terlindungi. Implementasi regulasi ini juga perlu didukung dengan sosialisasi yang masif dan mekanisme penegakan yang tegas, agar tidak hanya menjadi norma di atas kertas.

Perlindungan Hukum Terbatas Berdasarkan Hukum Perdata dan UU ITE

Hubungan hukum yang terbentuk dalam praktik jasa titip tiket secara normatif dapat disandarkan pada konsep perjanjian pemberian kuasa (*lastgeving*) sebagaimana diatur dalam KUHPperdata. Pasal 1792 KUHPperdata menyatakan pemberian kuasa terjadi ketika seseorang memberikan kewenangan kepada pihak lain untuk melaksanakan suatu urusan atas namanya. Kendala penerapannya muncul karena transaksi jasa titip umumnya berlangsung sangat informal tanpa kontrak tertulis, sehingga hubungan hukum tersebut menjadi kabur dan sulit dibuktikan (Maulana & Pratama, 2024). Akibatnya, meskipun dasar hukum perdata tersedia, konsumen kesulitan menegaskan adanya hubungan kuasa yang sah di depan pengadilan ketika terjadi sengketa. Perlindungan hukum yang bersumber dari konstruksi perjanjian kuasa pun menjadi sangat terbatas dan tidak efektif.

Sisi lain dari perlindungan hukum perdata dapat dilihat dari perspektif perjanjian penitipan (*bewaargeving*) menurut Pasal 1694 KUHPperdata, di mana konsumen dianggap menitipkan uang kepada pelaku jasa. Penerima titipan berkewajiban menjaga dan mengembalikan uang atau barang titipan sesuai perintah pemberi titipan. Namun, sifat transaksi digital yang cair dan instan membuat konstruksi penitipan konvensional ini sulit diterapkan, karena tidak ada bukti fisik serah terima yang jelas (Wibowo, 2023). Ketiadaan bukti otentik membuat konsumen, sebagai pemberi titipan, sangat sulit untuk membuktikan keberadaan dan nilai nominal penitipan tersebut. Hal ini secara praktis menihilkan perlindungan yang seharusnya diberikan oleh hukum perdata terhadap dana konsumen.

Upaya untuk meminta pertanggungjawaban pelaku atas wanprestasi melalui Pasal 1238 dan 1243 KUHPperdata mengenai ganti rugi juga menemui jalan buntu. Klausul ganti rugi hanya dapat diberlakukan jika perjanjian pokoknya sah dan dapat dibuktikan. Dalam praktiknya, kendala pembuktian menjadi faktor utama yang menghambat konsumen untuk menuntut ganti rugi, mengingat bukti elektronik dari media sosial sering dianggap kurang kuat (Hidayat, 2023). Proses pembuktian yang rumit dan memakan waktu ini pada akhirnya membuat banyak konsumen memilih untuk mundur dan menanggung kerugian secara sepihak, mekanisme ganti rugi dalam hukum perdata menjadi aksesori yang tidak fungsional selain memerlukan regulasi khusus, penting pula untuk memperkuat pengakuan dan standar pembuktian elektronik di tingkat praktis, agar klausul ganti rugi dapat diterapkan secara efektif dan memberikan perlindungan yang nyata bagi konsumen.

Di sisi lain, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) seharusnya menjadi payung hukum untuk transaksi digital seperti jasa titip daring. Namun, cakupan UU ITE lebih terfokus pada Pelaku Usaha yang terdaftar sebagai

Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE). Pelaku jasa titip individu yang beroperasi melalui akun media sosial pribadi umumnya tidak termasuk dalam definisi PSE, sehingga berada di luar lingkup pengaturan UU ITE (Nugroho, 2024). Kekosongan regulasi ini menciptakan zona abu-abu di mana pelaku usaha informal dapat beroperasi tanpa memenuhi kewajiban hukum sebagaimana diatur dalam UU ITE, seperti menyediakan syarat dan kondisi transaksi yang jelas. Kondisi tersebut tidak hanya memperbesar risiko kerugian konsumen, tetapi juga menciptakan ketidakseimbangan persaingan usaha antara pelaku formal dan informal.

Ketentuan dalam UU ITE, khususnya Pasal 5 mengenai informasi elektronik yang memiliki kekuatan hukum, juga tidak dapat dioptimalkan untuk melindungi konsumen jasa titip. Meskipun percakapan dan transfer uang secara elektronik dapat dijadikan alat bukti, interpretasi dan penerimaan bukti elektronik tersebut di pengadilan seringkali tidak seragam dan membutuhkan alat bukti tambahan yang sulit diperoleh konsumen (Putri & Sari, 2024). Kondisi ini memperlebar kesenjangan perlindungan, konsumen yang sudah berusaha mendokumentasikan transaksi tetap tidak memiliki jaminan bahwa bukti tersebut akan cukup untuk memenangkan kasusnya, efektivitas UU ITE sebagai payung hukum transaksi digital menjadi sangat bergantung pada interpretasi hakim dalam setiap kasus, yang tidak selalu berpihak pada konsumen.

Sementara itu, pasal-pasal mengenai tindak pidana terkait elektronik dalam UU ITE, seperti penipuan (Pasal 28 ayat 1) atau penyebaran informasi yang menyesatkan (Pasal 28 ayat 2), juga sulit diterapkan. Untuk menjerat pelaku, diperlukan pembuktian unsur kesengajaan dan kerugian yang jelas, yang kembali terhambat oleh informalitas dan minimnya dokumentasi transaksi (Firdaus, 2023). Proses pelaporan dan penyelidikan yang panjang serta kompleks seringkali tidak proporsional dengan nilai kerugian konsumen yang relatif kecil, sehingga mengurangi minat korban untuk melaporkan. Akibatnya, pasal-pasal pidana ini tidak berfungsi sebagai deterren yang efektif penyelesaian sengketa melalui hukum pidana menjadi opsi yang tidak praktis bagi mayoritas korban. Hal ini semakin menguatkan urgensi untuk membangun mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih sederhana, cepat, dan khusus dirancang untuk transaksi digital skala kecil, seperti melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan prosedur dan standar pembuktian yang diadaptasi.

Keterbatasan perlindungan dari hukum perdata dan UU ITE ini kemudian berdampak pada lemahnya posisi tawar konsumen dalam penyelesaian sengketa. Konsumen yang dirugikan sering kali tidak memiliki pilihan selain melalui jalur litigasi yang berbelit, karena mekanisme alternatif seperti mediasi melalui BPSK juga mensyaratkan kejelasan identitas dan subjek hukum pelaku usaha. Pelaku usaha informal yang tidak teridentifikasi dengan jelas membuat proses mediasi atau arbitrase menjadi tidak dapat dilaksanakan (Kurniawan, 2024). Hal ini pada akhirnya memaksa konsumen untuk memikul beban kerugian sendirian. Maka olah karena hal tersebut penting untuk mengembangkan kebijakan yang memudahkan identifikasi dan pendaftaran pelaku usaha mikro digital, sehingga mereka dapat dijangkau oleh mekanisme penyelesaian sengketa yang ada.

Sinergi yang lemah antara hukum perdata dan UU ITE dalam mengatur transaksi digital informal semakin memperparah kondisi ini. Hukum perdata terlalu kaku dan mensyaratkan formalitas yang tidak sesuai dengan realitas

transaksi cepat di media sosial, sementara UU ITE memiliki lingkup terbatas yang tidak menjangkau pelaku individu. Ketiadaan regulasi spesifik yang menjembatani kedua rezim hukum terciptanya *vacuum of protection* bagi konsumen (Santoso, 2023). Akibatnya, baik hukum perdata yang bersifat umum maupun UU ITE yang bersifat teknis sama-sama gagal memberikan solusi hukum yang memadai. Solusi yang komprehensif diperlukan, bukan dengan mengandalkan harmonisasi aturan yang ada, melainkan dengan menciptakan regulasi khusus yang secara utuh mengatur transaksi jasa titip digital, lengkap dengan mekanisme pembuktian, pertanggungjawaban, dan penyelesaian sengketa yang disesuaikan.

, perlindungan hukum yang bersumber dari KUHPperdata dan UU ITE bagi konsumen jasa titip tiket bersifat sangat terbatas dan tidak efektif. Hukum perdata terbentur pada masalah formalitas dan pembuktian, sementara UU ITE memiliki lingkup penerapan yang tidak mencakup pelaku usaha informal. Keterbatasan ganda ini meninggalkan konsumen dalam kerentanan yang tinggi tanpa jalur remedi hukum yang jelas dan dapat diakses. Maka solusi, intervensi legislatif yang progresif dibutuhkan untuk menciptakan sistem perlindungan yang sesungguhnya. Intervensi ini harus berupa penyesuaian regulasi yang mampu mengakomodasi karakteristik unik transaksi ekonomi *peer-to-peer*, mendefinisikan ulang tanggung jawab pelaku usaha mikro digital, serta menyederhanakan standar pembuktian untuk sengketa bernilai kecil. Tanpa terobosan regulasi ini, perlindungan hukum bagi konsumen transaksi digital informal akan tetap bersifat semu dan tidak substantif.

Perbandingan dengan Sistem Hukum Amerika Serikat yang Lebih Operasional

Sistem perlindungan konsumen di Amerika Serikat, yang dimotori oleh *Federal Trade Commission* (FTC), menunjukkan pendekatan yang lebih operasional dan proaktif dibandingkan dengan kerangka hukum di Indonesia. *Federal Trade Commission Act* (FTCA) memberikan mandat luas kepada FTC untuk menindak setiap metode persaingan yang tidak adil (*unfair methods of competition*) dan praktik yang menipu atau tidak adil (*unfair or deceptive acts or practices*) dalam perdagangan. Landasan hukum ini bersifat menyeluruh dan dinamis, memungkinkan FTC untuk menjangkau berbagai model bisnis baru, termasuk layanan perantara digital informal seperti jasa titip tiket, tanpa perlu regulasi spesifik terlebih dahulu (Roberts & Chen, 2024). Fleksibilitas ini menjadi kunci mengapa sistem hukum AS lebih responsif terhadap perkembangan pasar, karena FTC dapat langsung menggunakan kewenangan umumnya untuk menyelidiki dan menindak praktik yang merugikan konsumen, sekalipun pelakunya adalah individu yang beroperasi di platform media sosial.

Salah satu keunggulan utama dari pendekatan AS terletak pada standar evaluasi informasi yang diberikan kepada konsumen. FTC menggunakan tolok ukur yang jelas, yaitu apakah suatu informasi bersifat benar (*truthful*), tidak menyesatkan (*not misleading*), dan dapat dibuktikan (*substantiated*). Lebih penting lagi, standar ini diuji melalui lensa “penafsiran konsumen yang wajar” (*reasonable consumer standard*), yang menilai bagaimana konsumen biasa mempersepsikan informasi dalam konteks yang relevan (Miller, 2023). Berbeda dengan norma

“benar, jelas, dan jujur” dalam UUPK yang kabur, pendekatan FTC mengalihkan titik berat dari maksud pelaku usaha kepada pemahaman dan ekspektasi konsumen. Hal ini secara signifikan membebaskan kewajiban pada pelaku usaha untuk memastikan informasi mereka tidak hanya faktual, tetapi juga tidak dapat disalahtafsirkan oleh audiens yang dituju, sehingga memberikan perlindungan yang lebih substantif.

Mekanisme penegakan yang dimiliki FTC juga jauh lebih langsung dan dapat diakses oleh publik. Konsumen yang merasa dirugikan dapat dengan mudah melaporkan dugaan pelanggaran melalui portal daring resmi FTC di *ReportFraud.ftc.gov*. Laporan tersebut kemudian akan dikumpulkan dan dianalisis sebagai bagian dari basis data intelijen konsumen FTC, yang dapat menjadi pemicu untuk penyelidikan resmi dan tindakan hukum, bahkan terhadap pelaku skala kecil atau individu (Greene, 2024). Proses ini tidak memerlukan konsumen untuk terlebih dahulu membuktikan adanya hubungan kontrak atau kerugian material yang besar. Kemudahan akses ini mendorong partisipasi publik dalam pengawasan pasar dan menciptakan efek pencegahan, karena pelaku usaha menyadari bahwa aktivitas mereka dapat dilaporkan dan diselidiki kapan saja.

Dari sisi substansi larangan, FTCA tidak hanya melarang pernyataan palsu yang terang-terangan, tetapi juga secara eksplisit menjangkau praktik penipuan melalui penghilangan informasi material (*material omissions*). Sebuah penghilangan informasi dapat dikategorikan sebagai praktik yang menyesatkan jika informasi yang dihilangkan tersebut bersifat penting bagi seorang konsumen wajar dalam mengambil keputusan pembelian (Wallace, 2023). Dalam konteks jasa titip tiket, hal ini berarti pelaku usaha dapat dianggap melanggar hukum jika gagal mengungkapkan risiko seperti kemungkinan tidak mendapat tiket, harga mark-up yang diterapkan, atau tidak adanya jaminan keaslian. Pendekatan ini secara efektif memaksa transparansi yang lebih tinggi dibandingkan dengan sistem yang hanya bereaksi terhadap informasi salah yang secara aktif disampaikan.

Kewenangan FTC untuk menerbitkan peraturan (*Trade Regulation Rules*) dan pedoman industri (*Industry Guides*) juga berkontribusi pada peningkatan kepastian hukum. Melalui instrumen ini, FTC dapat memberikan penjelasan operasional tentang bagaimana ketentuan umum FTCA diterapkan pada sektor tertentu, sehingga memberikan arahan yang jelas baik bagi pelaku usaha maupun konsumen (Peterson & Lee, 2024). Misalnya, FTC dapat menerbitkan pedoman khusus untuk penjualan tiket sekunder (*secondary ticket marketplace*) yang mengatur kewajiban pengungkapan informasi harga secara menyeluruh. Keberadaan pedoman semacam itu mencegah kekaburan norma dan mempersempit ruang bagi pelaku usaha untuk berargumen bahwa mereka tidak mengetahui kewajiban hukum mereka.

Sanksi dan upaya pemulihan yang dapat dijatuhkan FTC juga beragam dan bertujuan memulihkan kerugian konsumen. Selain perintah penghentian praktik dan denda administratif, FTC memiliki kewenangan untuk mengajukan gugatan perdata guna memulihkan uang konsumen. Dalam banyak kasus, FTC berhasil mengamankan pengembalian dana (*refunds*) bagi konsumen yang menjadi korban dari skema penipuan, termasuk yang dilakukan oleh pelaku usaha non-formal di internet (Simmons, 2023). Mekanisme ini memberikan remedi yang nyata dan kolektif bagi korban, yang sering kali tidak terjangkau oleh jalur gugatan perdata

individu yang mahal dan rumit, sehingga meningkatkan efek jera dari penegakan hukum. Otoritas seperti FTC dengan demikian tidak hanya berfungsi sebagai penegak, tetapi juga sebagai fasilitator pemulihan hak-hak konsumen secara luas. Pendekatan ini dapat menjadi model berharga bagi Indonesia untuk mengembangkan lembaga yang memiliki kewenangan serupa dalam menyelesaikan sengketa konsumen digital secara efektif dan restoratif.

Pendekatan AS juga menunjukkan efektivitas dalam kolaborasi antar-lembaga dan dengan pemerintah negara bagian. FTC sering kali bekerja sama dengan *Consumer Financial Protection Bureau* (CFPB) dan *State Attorneys General* dalam menangani kasus-kasus pelanggaran konsumen yang kompleks. Kolaborasi lintas lembaga ini memungkinkan penggabungan sumber daya, keahlian, dan kewenangan hukum untuk menindak praktik yang melintasi yurisdiksi atau sektor industri (Foster, 2024). Sinergi semacam ini memperkuat kapasitas penegakan hukum secara keseluruhan dan memastikan bahwa tidak ada celah yurisdiksi yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk menghindari tanggung jawab, termasuk mereka yang beroperasi secara daring dan lintas negara bagian.

Secara keseluruhan, perbandingan ini menyoroti bahwa keberhasilan sistem AS terletak pada kombinasi antara norma hukum yang luas namun terukur, mekanisme penegakan yang mudah diakses dan proaktif, serta alat remedi yang efektif. Kerangka kerja ini menciptakan ekosistem di mana kepentingan konsumen ditempatkan sebagai pertimbangan utama dalam menilai keabsahan suatu praktik bisnis, sementara ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha yang baik justru diminimalkan melalui pedoman yang jelas (Harrison, 2023). Pembelajaran dari sistem yang lebih operasional ini sangat berharga bagi Indonesia untuk mereformasi UUPK dan sistem penegakannya, dengan mengadopsi prinsip penafsiran konsumen wajar, memperkuat kewenangan lembaga seperti BPKN atau BPSK, dan menciptakan jalur pemulihan kerugian yang lebih sederhana dan terpusat bagi korban penipuan transaksi digital informal.

Upaya Peningkatan Perlindungan Konsumen Jasa Titip Tiket Konser

Langkah paling mendasar dan mendesak adalah dengan merumuskan regulasi khusus atau peraturan menteri yang secara tegas mengatur praktik perantara jasa titip tiket, baik yang bersifat komersial maupun informal. Aturan ini harus mampu menjawab kekosongan hukum saat ini dengan mendefinisikan status hukum pelaku jasa, baik perorangan maupun kelompok, sebagai Pelaku Usaha menurut perluasan makna dalam UUPK. Regulasi tersebut wajib memuat kewajiban pencatatan transaksi elektronik yang standar dan dapat diakses, serta mewajibkan penyampaian informasi material secara lengkap sebelum pemesanan (Siregar, 2024). Dengan adanya kepastian hukum ini, konsumen memiliki dasar yang kuat untuk menuntut haknya, sementara pelaku usaha memiliki pedoman yang jelas dalam menjalankan aktivitasnya, sehingga dapat mengurangi praktik-praktik eksploitatif dan penipuan yang marak terjadi di ruang digital.

Di tingkat penegakan, kapasitas dan kewenangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) perlu ditingkatkan secara signifikan untuk dapat menangani sengketa bernilai relatif kecil namun volumenya tinggi seperti pada jasa titip tiket. BPSK harus dilengkapi dengan mekanisme pengaduan dan mediasi

daring yang terintegrasi, mempercepat proses penyelesaian tanpa mengharuskan para pihak bertemu fisik. Penting juga untuk memberikan kewenangan tambahan kepada BPSK untuk memerintahkan pemblokiran sementara akun media sosial pelaku usaha yang terbukti melakukan wanprestasi atau penipuan berulang (Lestari & Wijaya, 2023). Upaya ini akan memberikan efek jera yang nyata sekaligus melindungi calon konsumen lain dari kerugian yang sama, menciptakan lingkungan transaksi yang lebih accountable.

Peningkatan literasi hukum dan keuangan digital bagi konsumen, khususnya generasi muda sebagai pengguna utama jasa titip, merupakan upaya preventif yang sangat krusial. Kampanye edukasi harus difokuskan pada cara mengenali pelaku usaha yang kredibel, memahami hak untuk mendapatkan informasi yang utuh, serta langkah-langkah praktis mendokumentasikan bukti transaksi elektronik. Materi edukasi ini perlu disebarluaskan melalui kanal yang sesuai dengan sasaran, seperti platform media sosial dan kolaborasi dengan komunitas penggemar musik (Pangestu, 2024). Konsumen yang melek hak dan memahami risikonya akan menjadi pihak yang lebih kritis dan tidak mudah tertipu oleh janji-janji yang tidak dapat dipertanggungjawabkan, sehingga mendorong terbentuknya pasar yang lebih sehat.

Pelibatan platform media sosial sebagai pihak yang memiliki tanggung jawab terbatas (*limited liability*) juga harus dipertimbangkan dalam kerangka perlindungan konsumen. Platform dapat didorong untuk mengembangkan dan menerapkan protokol verifikasi dasar bagi akun yang secara terbuka menawarkan jasa titip komersial, serta menyediakan saluran pengaduan yang terstruktur. Meskipun bukan sebagai penjamin transaksi, platform dapat berperan dengan memberikan peringatan risiko (*risk disclaimer*) yang jelas pada percakapan yang mengandung kata kunci penawaran jasa titip tiket (Kadir, 2023). Langkah ini akan menciptakan lapisan pengamanan tambahan dan meningkatkan tingkat kesadaran pengguna akan potensi risiko sebelum mereka memutuskan untuk bertransaksi di luar ekosistem platform yang aman.

Dari perspektif industri, kolaborasi strategis antara penyelenggara konser, panitia lokal, dan penjual tiket resmi dengan pihak berwenang dapat membantu meminimalisir ruang gerak praktik titip yang merugikan. Salah satu caranya adalah dengan mengembangkan sistem verifikasi tiket dan identitas pemegang tiket yang lebih ketat, serta menerapkan kebijakan pembatasan pembelian (*purchase limit*) yang lebih efektif. Selain itu, penyelenggara dapat secara proaktif memberikan daftar atau mengumumkan partner penjualan resmi dan peringatan terhadap calo tiket melalui kanal komunikasi resminya (Hutagalung, 2024). Dengan mempersempit peluang untuk mendapatkan tiket dalam jumlah besar secara tidak wajar, akar permasalahan yaitu kelangkaan tiket buatan yang dimanfaatkan pelaku jasa titip dapat sedikit teratasi.

Terakhir, pembentukan asosiasi atau kode etik sukarela di antara pelaku jasa titip yang kredibel dapat menjadi langkah *swaregulasi* (*self-regulation*) yang positif. Asosiasi semacam ini dapat menetapkan standar operasional prosedur, seperti transparansi harga, sistem escrow untuk pembayaran, dan mekanisme pengembalian dana jika gagal memperoleh tiket. Keanggotaan dalam asosiasi yang terverifikasi dapat menjadi tanda kredibilitas yang mudah dikenali oleh konsumen, sehingga mendorong persaingan sehat berdasarkan kepercayaan dan kualitas

layanan (Mulyani, 2023). Pendekatan bottom-up ini melengkapi upaya regulasi dari pemerintah dan dapat menciptakan benchmark praktik baik dalam industri yang saat ini masih sangat tidak teratur.

Kesimpulan

Praktik jasa titip tiket konser di Indonesia saat ini beroperasi dalam ruang hukum yang abu-abu dan rentan terhadap penipuan. Kekosongan regulasi spesifik, baik dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), maupun Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), menciptakan ketidakpastian hukum yang signifikan. Ketentuan umum dalam UUPK, khususnya hak atas informasi yang "benar, jelas, dan jujur" dalam Pasal 4 huruf c, terbukti tidak operasional karena tidak dilengkapi parameter teknis dan indikator yang jelas, sehingga sulit diterapkan dalam transaksi digital yang informal. Sementara itu, analogi dengan perjanjian kuasa atau penitipan dalam KUHPerdata serta jangkauan UU ITE yang terbatas pada Pelaku Usaha formal, gagal memberikan perlindungan hukum yang efektif dan dapat diakses oleh konsumen, sehingga mereka kerap menanggung kerugian finansial tanpa remedi hukum yang memadai.

Di sisi lain, sistem perlindungan konsumen di Amerika Serikat, yang diatur dalam *Federal Trade Commission Act* (FTCA) dan diterapkan oleh *Federal Trade Commission* (FTC), menawarkan pendekatan yang lebih operasional dan proaktif. Keunggulan sistem ini terletak pada standar evaluasi informasi yang objektif dan terukur seperti prinsip *truthful, not misleading, and substantiated*, serta penggunaan *reasonable consumer standard* yang menjadikan perspektif konsumen sebagai tolak ukur utama. Dilengkapi dengan mekanisme pelaporan yang mudah diakses, kewenangan penyelidikan yang luas, dan instrumen remedi kolektif seperti pengembalian dana, sistem ini terbukti lebih adaptif dan mampu menciptakan efek jera. Maka dengan adanya, peningkatan perlindungan konsumen di Indonesia memerlukan reformasi regulasi yang tidak hanya mengisi kekosongan hukum dengan aturan khusus, tetapi juga mengadopsi prinsip-prinsip penegakan hukum yang lebih tegas, terukur, dan berorientasi pada pemulihan hak konsumen, sebagaimana yang telah diterapkan secara efektif di Amerika Serikat

Referensi

- Azizah, I. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pembelian Tiket Konser K-pop Melalui Jasa Titip di Media Sosial. *Jurnal Hukum Bisnis*, 12(3), 205-220. <https://doi.org/10.29123/jhb.v12i3.587>.
- Baso, A. N. B., Asnawi, A., & Pramono, A. S. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Hak atas Informasi Konsumen Jual Beli Online Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Res Justitia: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(1), 119-128. <https://doi.org/10.37859/jri.v3i1.4125>
- Federal Trade Commission. (2022). Policy Statement Regarding the Scope of Unfair Methods of Competition Under Section 5 of the Federal Trade Commission Act. Federal Trade Commission.

- https://www.ftc.gov/system/files/ftc_gov/pdf/P221202Section5PolicyStatement.pdf.
- Firdaus, A. (2023). Analisis Kesesuaian Pasal 28 UU ITE dalam Penanganan Penipuan Jual Beli Tiket Konser di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Hukum dan Keadilan*, 15(2), 112-129. <https://doi.org/10.30741/jihk.v15i2.892>.
- Hidayat, R. (2023). Problematika Pembuktian Transaksi Elektronik Informal dalam Sengketa Konsumen di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Masyarakat*, 9(1), 45-62. <https://doi.org/10.33379/jhm.v9i1.2341>.
- Kusuma, D. (2023). Pertumbuhan Pasar Tiket Sekunder dan Dampaknya terhadap Ekosistem Industri Hiburan Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 7(3), 301-318. <https://doi.org/10.21009/jebd.070303>.
- Lembaga Advokasi Konsumen Indonesia. (2024). Laporan Tahunan Keluhan Konsumen Sektor Hiburan Tahun 2023. LAKI Press. <https://laki.or.id/wp-content/uploads/2024/03/Laporan-Tahunan-Hiburan-2023.pdf>
- Maulana, I. T., & Pratama, D. (2024). Analisis Yuridis Perjanjian Kuasa dalam Transaksi Jasa Titip Tiket Konser di Media Sosial. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 54(1), 78-95. <https://doi.org/10.14710/jhp.v54i1.4567>
- Mulyani, S. (2023). Model Self-Regulation untuk Meningkatkan Akuntabilitas Pelaku Jasa Titip Tiket Konser. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 11(2), 189-206. <https://doi.org/10.30872/jmbk.v11i2.781>.
- Pangestu, R. (2024). Strategi Peningkatan Literasi Hukum Digital bagi Konsumen Generasi Z dalam Transaksi Jasa Titip. *Jurnal Pendidikan Hukum Indonesia*, 8(1), 55-72. <https://doi.org/10.21070/jphi.v8i1.912>
- Putri, T. A. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Jasa Titip (Jastip) Tiket Konser. *Hukumonline Klinik*. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/perlindungan-hukum-bagi-konsumen-jasa-titip-jastip-tiket-konser-lt6772849f2c50f/>.
- Putri, T. A., & Sari, N. K. (2024). Validitas Bukti Elektronik dari Platform Media Sosial dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen. *Jurnal Hukum Acara Perdata*, 12(1), 33-50. <https://doi.org/10.31227/jhap.v12i1.567>
- Siregar, F. (2024). Transformasi Digital dan Tantangan Regulasi di Industri Hiburan: Studi Kasus Penjualan Tiket Konser. *Jurnal Kebijakan Digital Indonesia*, 2(1), 15-34. <https://doi.org/10.29122/jkdi.v2i1.1234>.
- Wibowo, A. (2023). Analisis Kritis Konstruksi Hukum Penitipan dalam Transaksi Jasa Titip Digital. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 155-174. <https://doi.org/10.21043/jhes.v7i2.3456>