

# PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KEJAHATAN PENIPUAN JUAL BELI TIKET KONSER MELALUI MEDIA SOSIAL

Septia Sumaryani, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:

[septiasumaryani029@gmail.com](mailto:septiasumaryani029@gmail.com)

Gusti Ayu Arya Prima Dewi, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:

[aryaprimadewi@unud.ac.id](mailto:aryaprimadewi@unud.ac.id)

DOI: KW.2025.v14.i03.p3

## ABSTRAK

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perlindungan hukum apa yang dapat diberikan kepada konsumen oleh pemerintah apabila terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Wanprestasi ini terjadi ketika seorang pelaku usaha tidak memberikan barang yang telah diperjanjikan kepada konsumen setelah terbentuknya kesepakatan. Untuk melihat perlindungan yang diberikan kepada konsumen oleh pemerintah, maka dipergunakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan juga Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik sebagai acuan. Metode penelitian yang dipergunakan dalam jurnal ini adalah metode penelitian yuridis normative. Jenis pendekatan yang dipergunakan adalah pendekatan peraturan perundang-undangan dan juga studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini telah menunjukkan bahwa konsumen di Indonesia mendapatkan perlindungan hukum oleh pemerintah Indonesia yaitu dengan membuat laporan kepada pihak yang berwenang apabila seorang pelaku usaha telah mengingkari perjanjian jual beli yang telah disepakati. Konsumen tersebut dapat memilih untuk menyelesaikan sengketa tersebut di pengadilan ataupun di luar pengadilan. Apabila pelaku usaha terbukti bersalah, makai dapat dikenakan sanksi berupa sanksi administrative ataupun sanksi pidana.*

**Kata Kunci:** Konsumen, Pelaku Usaha, wanprestasi, dan Perlindungan Konsumen

## ABSTRACT

*The aim of this Journal is to determine the legal protection that the government can provide to consumers in the event of a breach of contract by business entities. Breach of contract occurs when a business entity fails to deliver the promised goods to consumers after the formation of an agreement. To assess the protection afforded to consumers by the government, the study relies on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Law Number 11 of 2008 concerning Electronic Transactions as references. The research methodology employed in this journal is a normative juridical research method. The approach used includes legislative regulation and literature review. The findings of this research indicate that consumers in Indonesia receive legal protection from the Indonesian government by reporting to the relevant authorities when a business entity breaches the agreed-upon sales contract. Consumers have the option to resolve disputes either in court or through alternative dispute resolution. If the business entity is found guilty, it may face administrative or criminal sanctions.*

**Keywords:** Consumer, Business actors, Default Occurs, and Consumer Protection

## I. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam zaman globalisasi ini, tentu memiliki banyak konsekuensi terhadap kehidupan manusia. Dampak yang kemungkinan ditimbulkan dapat berupa dampak yang baik maupun buruk bagi setiap individu. Dengan adanya globalisasi ini dampak paling besar dan dapat kita rasakan keberadaannya di sekitar kita adalah dampak dalam bidang teknologi.<sup>1</sup> Teknologi dapat berkembang pesat seiring dengan zaman dan banyak manusia yang memanfaatkan pengetahuan yang dimilikinya untuk mengembangkan teknologi yang ada. Dalam era digital ini terdapat banyak hal yang dapat dilakukan atau diakses dengan mudah. Era Digital juga memberikan dampak yang cukup besar terhadap perekonomian masyarakat. Karena dengan adanya teknologi, kini masyarakat dapat dengan mudah menjual belikan suatu barang ataupun jasa melalui *E-Commerce*. *E-Commerce* merupakan suatu transaksi pembelian, penjualan, pemasaran, pelayanan, pengiriman dan pembayaran produk ataupun jasa dan informasi melalui jejaring internet, ekstranet, dan jaringan lain secara tidak langsung atau melalui dunia maya atau sering juga populer dengan nama media *online*.<sup>2</sup> Saat ini banyak *E-Commerce* bermunculan di Indonesia, contohnya seperti Shopee, Tokopedia, Tiktok Shop, lazada, dan masih banyak lagi. Namun saat ini masyarakat tidak hanya memanfaatkan *E-Commerce* yang ada, kini masyarakat mulai merambah ke media sosial sebagai alat untuk memasarkan barang dan jasa mereka. Seperti contohnya, banyak orang memperjual belikan tiket konser ataupun merchandise K-Pop di Twitter ataupun instagram.

Individu atau entitas yang menggunakan atau membeli produk atau jasa dikenal sebagai konsumen, sementara pihak yang menjual atau memasarkannya disebut sebagai pelaku usaha.<sup>3</sup> Dengan semakin banyaknya masyarakat yang memanfaatkan era digital ini dengan berjualan melalui online shop, maka semakin banyak pula masyarakat yang menyediakan berbagai kebutuhan yang ada dan diperjual belikan di online shop tersebut. Produk fashion menjadi salah satu kategori dengan penjualan terbaik di pasar online. Berdasarkan laporan dari Nielsen, kategori fashion mencatat tingkat penjualan tertinggi, dengan 61% konsumen memilih untuk membelinya secara daring.<sup>4</sup> Akan tetapi, sekarang banyak masyarakat yang tidak hanya menjual seperti kebutuhan sehari-hari di online shop ataupun media sosial, mereka juga memperjualbelikan barang kebutuhan sesaat seperti Tiket Konser Musik.

Fenomena *Korean Wave* atau sering disebut juga dengan *Hallyu* saat ini memberikan dampak yang cukup besar bagi para remaja di Indonesia. Dengan minat masyarakat Indonesia terutama para remaja kepada Korean Pop atau K-Pop ini membuat banyak vendor ataupun sponsor konser-konser yang ada di Indonesia mengundang idol korea untuk sekedar menjadi *guest star* mereka atau bahkan mengadakan konser tunggalnya di Indonesia. Dengan adanya fenomena K-Pop dan

---

<sup>1</sup> Julianty, Annisa Azzahra. "Pengaruh Globalisasi Terhadap Eksistensi Identitas Nasional Bangsa Indonesia Saat ini." *ASANKA: Journal of Social Science and Education* 3, no. 1 (2022): 2.

<sup>2</sup> Oktaviani, Intan. *E-Commerce*. (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2024), 5.

<sup>3</sup> Haryani, Elisabeth dan Neltje, Jeane. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Tidak Menerima Pembelian Produk Jasa Berupa Tiket Konser dari Pelaku Usaha Melalui Media Sosial Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Hukum Adigama* 4, no. 2 (2021): hal 1158, doi: <https://doi.org/10.24912/adigama.v4i2.17011>.

<sup>4</sup> Zakawali, Gifari (2022) "8 Produk Jualan Online Terlaris di Marketplace," diakses dari <https://store.sirclo.com/blog/produk-jualan-online/> Tanggal 1 Mei 2023.

juga maraknya media sosial dipergunakan masyarakat untuk memasarkan barang atau jasa mereka, maka kesempatan ini dimanfaatkan oleh para calo tiket konser untuk memberikan jasa jual beli tiket konser idol korea. Karena melihat peminat akan penggemar korea untuk membeli tiket melalui calo tiket konser, banyak orang-orang yang menyalahgunakan peluang ini untuk melakukan penipuan berkedok calo tiket konser idol korea. Untuk terlihat lebih meyakinkan para korbannya terkadang para calo tiket ini sudah mempersiapkan segala hal yang mendukung aksi penipuannya. Seperti mereka mempersiapkan KTP, foto, ataupun nomor telepon yang akan meyakinkan para korban calo tersebut. Setelah mereka cukup percaya dengan adanya bukti identitas palsu yang disiapkan pelaku, maka para korban akan mulai membeli tiket konser tersebut melalui pelaku sebagai calo palsu tersebut. Dan dalam kasus ini, para calo tiket konser ini akan melakukan penghapusan akun atau menghilangkan jejak pada saat hari-h konser sudah akan tiba. Dengan kasus seperti ini maka akan cukup susah bagi pihak yang berwenang untuk melacak keberadaan pelaku yang menggunakan identitas palsu tersebut.

Akibat permasalahan yang ada tersebut maka pastinya konsumen yang telah menjadi korban akan mengalami kerugian yang seharusnya tidak mereka rasakan sebagai seorang konsumen. Dan juga pada kasus ini maka posisi konsumen akan berada dalam posisi yang lemah dan mereka tentunya memerlukan suatu perlindungan hukum yang pasti agar saat kejadian seperti ini terjadi lagi, maka mereka akan mendapat perlindungan hukum yang semestinya. Pemerintah Republik Indonesia telah mengeluarkan aturan yang menjadi jaminan hukum bagi para konsumen yang tidak mendapatkan hak yang semestinya tersebut. Aturan ini adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang mengatur tentang Perlindungan Konsumen. Walaupun Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah dikeluarkan oleh pemerintah, tetapi masih terdapat cukup banyak pelaku usaha yang melanggar ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam undang-undang tersebut.

Jurnal ini mengandung orisinalitas jika dibandingkan dengan jurnal milik Elisabeth Haryani dan Jeane Neltje, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Tidak Menerima Pembelian Produk Jasa Berupa Tiket Konser dari Pelaku Usaha Melalui Media Sosial Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen".<sup>5</sup> Perbedaan yang terlihat adalah jurnal ini berfokus juga pada bagaimana penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan apabila seorang konsumen mengalami kerugian akibat tidak terpenuhinya suatu prestasi karena barang yang telah diperjanjikan oleh penjual ternyata tidak diberikan oleh penjual tersebut. Sedangkan jurnal karya Elisabeth Haryani dan Jeane Neltje lebih menekankan kepada tanggung jawab dengan pemberian uang ganti rugi oleh penjual. Pemberian uang ganti rugi atau kompensasi yang dicantumkan dalam jurnal milik Elisabeth Haryani dan Jeane Neltje yaitu sebesar dua kali lipat dari harga yang diberikan.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami penipuan tiket konser melalui media sosial?

---

<sup>5</sup> Haryani, Elisabeth dan Neltje, Jeane. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Tidak Menerima Pembelian Produk Jasa Berupa Tiket Konser dari Pelaku Usaha Melalui Media Sosial Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Hukum Adigama*, no. 2 (2021), doi: <https://doi.org/10.24912/adigama.v4i2.17011>.

2. Bagaimana bentuk pertanggung jawaban yang seharusnya diberikan oleh para pelaku usaha terhadap para konsumen yang menjadi korban penipuan mereka?

### 1.3 Tujuan Penulisan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perlindungan hukum apa yang diberikan kepada konsumen oleh pemerintah apabila terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Wanprestasi ini terjadi ketika seorang pelaku usaha tidak memberikan barang yang telah diperjanjikan kepada konsumen setelah terbentuknya kesepakatan. Untuk melihat perlindungan yang diberikan kepada konsumen oleh pemerintah, maka dipergunakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan juga Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik sebagai acuan.

## II. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan penulis pergunakan dalam jurnal ini adalah dengan mempergunakan metode penelitian secara Yuridis Normatif. Yaitu penelitian yang mengambil suatu isu dari hukum sebagai sistem norma yang akan dipergunakan untuk memberikan sebuah perspektif mengenai suatu peristiwa hukum. Dalam jenis penelitian ini, hukum seringkali diartikan sebagai apa yang tertera dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau sebagai aturan yang sering dianggap sebagai norma atau pedoman bagi perilaku yang dianggap layak bagi manusia.<sup>6</sup>

## III. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Mengalami Penipuan Tiket Konser Melalui Media Sosial

Saat ini, media sosial tidak hanya dimanfaatkan untuk memperbarui berita atau membagikan kehidupan kita kepada orang lain. Di Era Digital ini mulai banyak orang yang memanfaatkan media sosial untuk menjadi alat atau wadah mereka dalam memperjualbelikan suatu barang atau jasa yang ada kepada konsumen. Penjualan melalui media sosial ini menggunakan anak muda sebagai target pasar mereka. Akan tetapi, tidak banyak pula orang tua yang ikut memesan suatu barang atau jasa yang disediakan melalui media sosial ini. Menurut informasi yang diambil dari Global Web Index pada kuartal kedua dan disitir oleh Digital Market Asia, dalam rentang usia 16-64 tahun, sebanyak 72.529 responden pengguna internet melakukan transaksi online melalui perangkat elektronik. Di kawasan Asia, penjualan melalui media sosial didominasi oleh negara China.<sup>7</sup> Dalam suatu kegiatan jual beli pasti harus timbul suatu perjanjian atau persetujuan antara penjual dengan pembeli barang produk atau jasa tersebut. Perjanjian dapat dikatakan sah apabila terjadi kesepakatan antara dua belah pihak. Menurut Subekti, yang dimaksud dengan sepakat adalah keselarasan keinginan antara dua belah pihak, di mana apa yang

---

<sup>6</sup> Amiruddin dan Asikin, Zainal. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2021), 118.

<sup>7</sup> Hariyanti, Novi Tri dan Wirapraja, Alexander. "Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)." *Jurnal Eksekutif* 15, No. 1 (2018): 135.

diinginkan oleh pihak pertama juga diinginkan oleh pihak kedua. Kedua pihak tersebut menginginkan hal yang sama secara saling berbalas.<sup>8</sup>

Walaupun pada dasarnya media sosial bukanlah suatu *platform* untuk seseorang memasarkan barang atau jasa mereka, tetapi semakin berkembangnya fungsi dari media sosial ini, maka saat ini banyak pula yang memanfaatkan media sosial ini untuk menjadi ladang bisnis mereka dengan target pasarnya kebanyakan adalah para remaja. Media sosial twitter pun tidak tertinggal dipergunakan manfaatnya oleh para peminat bisnis online. Banyak para penggiat bisnis online ini yang memanfaatkan tagar-tagar trending yang ada di Twitter untuk menaikkan postingan mengenai penjualan mereka. Tak sedikit pula dari mereka yang menggunakan cara unik untuk memikat konsumen, yaitu dengan membuat suatu "Thread" mengenai postingan-postingan lucu yang beredar di media sosial dan lalu menyelipkan barang dagangan mereka ke dalam "Thread" tersebut. Barang dan jasa yang ditawarkan juga bermacam-macam jenisnya, tidak hanya barang kebutuhan primer saja, melainkan barang yang bersifat sementara seperti tiket konser musik. Dengan banyaknya pengguna Twitter yang rata-rata merupakan Generasi Z atau sering dikenal juga dengan Gen-Z, membuat para pelaku usaha di media sosial ini memanfaatkan Twitter untuk menarik perhatian para konsumen mereka yang mana memang ditargetkan untuk para anak muda.

Pada saat ini sedang trending di Indonesia fenomena *Hallyu* atau sering juga disebut dengan *Korean Wave*. Fenomena ini menghasilkan banyak anak muda yang menjadi peminat musik dari Negeri Gingseng Korea ini. Dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang menjadi peminat musik Korea ini, tidak heran bahwa banyak Idol Korea yang menyempatkan untuk mampir ke Indonesia untuk menggelar konser mereka. Tidak sedikit pula acara musik lokal serta brand-brand lokal yang menjadikan kesempatan ini untuk menggaet para idol dari Korea Selatan ini. Melihat banyaknya idol korea yang datang ke Indonesia untuk melaksanakan konser tour mereka atau tampil di acara lokal, maka kesempatan ini dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk menjadi calo tiket konser tersebut. Melihat banyaknya penggemar Korea yang menggunakan aplikasi Twitter untuk bermedia sosial, maka para calo tersebut memanfaatkan media sosial Twitter untuk menawarkan jasanya. Mereka mulai menjual harga tiket tersebut dengan harga lebih murah di awal-awal dan ketika mendekati Hari-H maka mereka akan menjual harga tiket tersebut dengan harga yang lebih tinggi. Karena melihat banyaknya penggemar yang rela membeli tiket tersebut dengan harga tinggi demi untuk dapat menghadiri konser idola mereka. Akan tetapi dengan hal ini, banyak pula calo palsu yang memanfaatkan kesempatan ini untuk menipu para penggemar K-Pop tersebut. Mereka berpura-pura menjadi calo dan membawa kabur uang para penggemar sehari sebelum konser itu berlangsung atau bahkan pada saat Hari-H konser akan terlaksana. Padahal mendapat barang yang sudah disepakati merupakan hak seorang konsumen dan hak-hak ini telah dijelaskan di dalam Pasal 4 huruf b, c, dan g. Yang berbunyi:

- a. Pasal 4 huruf b menjelaskan bahwa konsumen mempunyai hak untuk menentukan pilihan atas produk dan/atau layanan, dan mereka berhak menerima produk dan/atau layanan tersebut sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang telah dijanjikan.

---

<sup>8</sup> Matompo, Osgar S. dan Harun, Moh. Nafri. *Pengantar Hukum Perdata*, (Malang: Setara Press, 2017), 19.

- b. Pasal 4 huruf c menjelaskan bahwa konsumen memperoleh hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, transparan, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan produk dan/atau layanan.
- c. Pasal 4 huruf g menjelaskan bahwa Konsumen memiliki hak untuk menerima perlakuan atau pelayanan yang benar, jujur, dan bebas dari diskriminasi.

Perlindungan terhadap konsumen ini muncul setelah seorang konsumen dan pelaku usaha menyepakati untuk terjadinya suatu hubungan hukum yang berupa jual beli.<sup>9</sup> Di mana karena hal tersebut maka si pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memenuhi barang yang telah disepakati. Hal ini sesuai dengan isi Pasal 7 huruf a dan b, yaitu:

- a. Pasal 7 huruf a menjelaskan bahwa seorang pengusaha diharapkan menunjukkan niat baik dalam menjalankan aktivitas usahanya, sesuai dengan norma-norma yang berlaku.
- b. Pasal 7 huruf b menjelaskan bahwa Seorang pelaku usaha diharuskan menyampaikan informasi yang akurat, transparan, dan jujur tentang keadaan serta jaminan produk dan/atau layanan, sambil memberikan klarifikasi mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

Dalam kasus yang tengah marak ini yaitu penipuan tiket konser melalui media sosial sebagai perantara dalam penjualan tiket tersebut maka sangat merugikan bagi para konsumen. Dan pelaku penipuan tersebut telah melanggar ketentuan pasal yang ada di dalam Undang-Undang mengenai Perlindungan Konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Sangat penting adanya aturan yang mengatur mengenai perlindungan terhadap para konsumen tersebut. Dengan adanya aturan ini maka diharapkan para konsumen dapat dengan mudah untuk memperjuangkan haknya yang telah dirugikan oleh para pelaku usaha yang kurang jujur dalam melakukan perbuatan jual beli melalui sosial media. Selain itu, penggunaan Twitter sebagai salah satu platform media sosial untuk melakukan penjualan dirasa kurang sesuai. Hal ini karena pada dasarnya Twitter bukan merupakan suatu platform yang bertujuan untuk tempat jual beli. Meskipun kadang-kadang lebih mudah mencari dan memperoleh informasi pembelian tiket konser melalui kolom pencarian Twitter, terutama dengan jumlah penggemar K-pop yang signifikan di Indonesia, menggunakan Twitter dianggap lebih sederhana daripada memanfaatkan aplikasi penjualan tiket lainnya.<sup>10</sup> Konsumen juga diharapkan untuk menambah kesadaran serta ketelitian dalam melakukan transaksi jual beli melalui media sosial. Konsumen harus memahami apa saja ciri-ciri serta hal-hal yang kurang tepat yang mungkin saja terjadi ketika transaksi itu akan terlaksana. Meskipun Undang-Undang mengenai perlindungan konsumen sudah ada, namun apabila konsumen tersebut kurang paham mengenai hak-hak yang seharusnya mereka dapatkan menjadi seorang konsumen, maka keberlakuan Undang-Undang ini juga akan menjadi kurang efektif nantinya.

---

<sup>9</sup> Labetubun, Moh Jihad, Merry Tjoanda, dan Muchtar Anshary Hamid Labetubun. "Perlindungan Hukum Konsumen Terkait Jual Beli Tiket Pesawat Secara Online." *TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 12 (2022): hal 1219.

<sup>10</sup> Haryani, Elisabeth dan Neltje, Jeane. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Tidak Menerima Pembelian Produk Jasa Berupa Tiket Konser dari Pelaku Usaha Melalui Media Sosial Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Hukum Adigama*4, no. 2 (2021): hal 1170.

### 3.2. Bentuk pertanggung jawaban yang seharusnya diberikan oleh para pelaku usaha terhadap para konsumen yang menjadi korban penipuan

Tanggung jawab merupakan hal yang wajib dilakukan oleh setiap individu ketika mereka melakukan suatu kesalahan terhadap individu lainnya.<sup>11</sup> Individu wajib menanggung segala perbuatan baik itu yang disengaja ataupun tidak, jika individu tersebut mampu untuk menanggung akibat dari perbuatan yang dilakukan, maka individu tersebut dapat dikatakan sebagai individu yang bertanggung jawab. Dalam kasus ini, seorang pelaku usaha sudah seharusnya memiliki tanggung jawab atas apa yang dia lakukan. Pada saat adanya kata sepakat dengan konsumen akan suatu barang yang diperjanjikan, maka di antara para pihak (konsumen dan pelaku usaha) timbul kekuatan hukum yang mengikat keduanya. Pelaku usaha wajib untuk memberikan barang yang diperjanjikan sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan dan konsumen memiliki kewajiban untuk melakukan pembayaran atas barang tersebut.

Pemerintah Indonesia telah memberikan jaminan hukum pada konsumen melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen.<sup>12</sup> Dalam melindungi konsumen, undang-undang menyediakan hak-hak yang memungkinkan konsumen untuk menggunakan kekuasaannya, termasuk kewajiban bagi para pelaku usaha untuk mengirimkan produk yang telah dibayar oleh konsumen.<sup>13</sup> Jika seorang konsumen telah mengalami kerugian yang disebabkan oleh seorang pelaku usaha, konsumen tersebut memiliki dua opsi untuk mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha, yaitu dengan menyelesaikan sengketa di luar pengadilan atau melalui penyelesaian sengketa tersebut di pengadilan. Hal ini dapat berdasarkan Keputusan para pihak. Dari kedua alur tersebut, apabila pelaku usaha terbukti bersalah, maka seorang pelaku usaha akan dikenakan sanksi tegas yang dapat berupa sanksi administrative ataupun sanksi pidana. Penyelesaian konflik konsumen ini telah secara jelas diatur oleh Pasal 45 ayat (2) dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen.<sup>14</sup>

Seorang pelaku usaha sudah memang diwajibkan untuk memiliki sifat bertanggung jawab terhadap segala hal yang berkaitan dengan kepentingan konsumen<sup>15</sup>. Karena sebagai seorang pelaku usaha, maka pelaku usaha tersebut haruslah memahami bahwa ia bertanggung jawab terhadap hak-hak yang seharusnya didapatkan oleh konsumen ketika terjadi kesepakatan mengenai jual beli barang ataupun jasa. Ketika pelaku usaha telah menerima uang dari konsumen atau dengan kata lain terjadi kesepakatan, maka pelaku usaha tersebut tidak boleh menghilangkan ataupun lari dari pertanggungjawaban yang seharusnya dia lakukan. Hal ini karena konsumen tersebut juga telah melaksanakan kewajibannya untuk melakukan pemenuhan pembayaran atas barang yang telah disepakati. Apabila

---

<sup>11</sup> Irianty, Devy Inovany, Pangkerego, Olga A., dan Sompie, Evie. "Kajian Yuridis Tentang Tanggung Jawab Pelaku Tindak Pidana Pencurian Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana." *Lex Crimen*10, No. 7 (Juni, 2021): hal 177.

<sup>12</sup> Khotimah, Cindy Aulia dan Chairunnisa, Jeumpa Crisan. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (*E-Commerce*)." *Business Law Review*1.

<sup>13</sup> Indrawan, Muhammad dan Permatasari, Pita. "Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi." *Jurnal Kewarganegaraan*6, no. 3 (Oktober, 2022): 6491.

<sup>14</sup> Santoso, Aris Prio Agus, Sulistyawati, Ecclesia, dan Wisudawati, Tri. *Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta, PUSTAKABARUPRESS, 2022), 157.

<sup>15</sup> Widyawati, Agnes Maria Janni. "Tanggung Jawab Produsen Terhadap Konsumen Atas Barang Yang Menimbulkan Kerugian." *Jurnal Spektrum Hukum*15, No. 2 (Oktober, 2018): 258, doi: <http://dx.doi.org/10.35973/sh.v15i2.1120>.

pengusaha tersebut lari dari tanggung jawab yang ada maka pengusaha tersebut telah melanggar Pasal 16 dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen. Pasal 16 tersebut berbunyi:

“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.”

Para pelaku usaha ini wajib penanggung jawab kepada konsumen meskipun para pelaku usaha ini merupakan pelaku usaha perorangan.<sup>16</sup> Mengenai penipuan melalui jual beli di sosial media ini pastinya sangat merugikan bagi para korban yang sudah memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada para pelaku usaha yang berakhir melakukan penipuan tersebut. Penanganan yang dapat dilakukan jika kasus ini terjadi adalah masyarakat dapat melaporkan kasus ini kepada pihak yang berwenang. Ini konsisten dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 38 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik, di mana dijelaskan bahwa:

“Setiap Orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian.”

Jadi pada kasus penipuan jual beli tiket konser melalui media sosial ini dapat diajukan gugatannya ke pengadilan. Akan tetapi masalah baru bisa saja muncul apabila pelaku tersebut menggunakan identitas palsu dalam melaksanakan aksinya. Karena apabila pelaku tersebut menggunakan identitas palsu, maka pihak yang berwenang akan terjadi sedikit hambatan dalam melacak pelaku penipuan tersebut. Maka dari itu perlu dikembangkannya sarana dan prasarana yang dapat digunakan untuk melacak transaksi elektronik yang digunakan dalam aksi penipuan tersebut.

#### **IV. Kesimpulan**

Saat ini, media sosial sudah tidak lagi hanya dimanfaatkan untuk memperbarui berita atau membagikan kehidupan kita kepada orang lain. Di Era Digital ini mulai banyak orang yang memanfaatkan media sosial untuk menjadi alat atau wadah mereka dalam memperjualbelikan suatu barang atau jasa yang ada kepada konsumen. Walaupun pada dasarnya media sosial bukanlah suatu *platform* untuk seseorang memasarkan barang atau jasa mereka, tetapi semakin berkembangnya fungsi dari media sosial ini, maka saat ini banyak pula yang memanfaatkan media sosial ini untuk menjadi ladang bisnis mereka dengan target pasarnya kebanyakan adalah para remaja. Dan tidak sedikit pula banyak orang memanfaatkan hal ini untuk melakukan penipuan jual beli online. Maka dari itu pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan terhadap konsumen ini muncul setelah seorang konsumen dan pelaku usaha menyepakati untuk terjadinya suatu hubungan hukum yang berupa jual beli. Dalam melindungi konsumen, undang-undang menyediakan hak-hak yang memungkinkan konsumen untuk menggunakan kekuasaannya, termasuk kewajiban bagi pelaku usaha untuk memberikan produk yang telah dibayar oleh

---

<sup>16</sup> Montolalu, Kristania, Sondakh, Jemmy dan Pinasang, Bobby. “Tanggung jawab pelaku usaha Terhadap Konsumen tentang kesalahan pengiriman Pesanan Makanan melalui aplikasi Gojek.” *Lex Administratum*IX, no. 4 (Mei, 2023).

konsumen. Jika seorang konsumen telah mengalami kerugian yang disebabkan oleh seorang pelaku usaha, konsumen tersebut memiliki dua opsi untuk mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha, yaitu menyelesaikan sengketa di luar pengadilan atau menyelesaikan sengketa tersebut di dalam pengadilan. Hal ini dapat berdasarkan Keputusan para pihak. Dari kedua alur tersebut, apabila pelaku usaha terbukti bersalah, maka pelaku usaha dapat dikenakan sanksi berupa sanksi administrative ataupun sanksi pidana.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Amiruddin dan Zainal Asikin. Pengantar Metode Penelitian Hukum. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2021.
- Oktaviani, Intan. E-Commerce, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2024.
- Prio Agus Santoso, Aris, Ecclesia Sulistyawati, dan Tri Wisudawati. Hukum Perlindungan Konsumen. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2022.
- S. Matompo, Osgar dan Nafri Harun, Moh. Pengantar Hukum Perdata. Malang: Setara Press, 2017.
- Sidabalok, Janus. Perlindungan Konsumen di Indonesia. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010.

### Jurnal:

- Aulia Khotimah, Cindy dan Jeumpa Crisan Chairunnisa. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (*E-Commerce*)."  
*Business Law Review* 1. 14-20.
- Dwi Widiyanti, Fadhilah. "Dampak Globalisasi Di Negara Indonesia." *Jurnal Inovasi Sektor Publik* 2, no. 1 (2022): 73-95.
- Haryani, Elisabeth dan Jeane Neltje. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Tidak Menerima Pembelian Produk Jasa Berupa Tiket Konser dari Pelaku Usaha Melalui Media Sosial Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Hukum Adigama* 4, no. 3 (2021): 1157-1182. DOI: <https://doi.org/10.24912/adigama.v4i2.17011>.
- Indrawan, Muhammad dan Pita Permatasari, "Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi," *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 3 (Oktober, 2022): 6487-6494.
- Inovany Irianty, Devy, Olga A. Panglereggo dan Evie Sompie. "Kajian Yuridis Tentang Tanggung Jawab Pelaku Tindak Pidana Pencurian Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana." *Lex Crimen* 10, no. 7 (Juni, 2021): 177-186.
- Julianty, Annisa Azzahra. "Pengaruh Globalisasi Terhadap Eksistensi Identitas Nasional Bangsa Indonesia Saat ini." *ASANKA: Journal of Social Science and Education* 3, no. 1 (Maret, 2022): 1-9.
- Labetubun, Moh Jihad, Merry Tjoanda, and Muchtar Anshary Hamid Labetubun. "Perlindungan Hukum Konsumen Terkait Jual Beli Tiket Pesawat Secara Online." *TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 12 (Februari, 2022): 1215-1229.
- Mahesti, Indira Putri. "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip Online". *Jurnal Kertha Negara* 7, no. 10. (2019).
- Maria Janni Widyawati, Agnes. "Tanggung Jawab Produsen Terhadap Konsumen Atas Barang Yang Menimbulkan Kerugian." *Jurnal Spektrum Hukum* 15, No. 2 (Oktober, 2018): 257-274. DOI: <http://dx.doi.org/10.35973/sh.v15i2.1120>.
- Montolalu, Kristania, Jemmy Sondakh, dan Bobby Pinasang. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen tentang Kesalahan Pengiriman Pesanan Makanan melalui aplikasi Gojek." *Lex Administratum* IX, no. 4 (Mei, 2023).

Tri Hariyanti, Novi dan Alexander Wirapraja. "Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)." *Jurnal Eksekutif* 15, no. 1. (2018): 133-146.

Yulius, Louis. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Produk yang Merugikan Konsumen". *Jurnal Lex Privatium* 1, No. 3. (2013): 28-39.

**Website:**

Harya, Marieska. "Fenomena Belanja Dengan Jastip, Keuntungan Menggiurkan". <https://www.jawapos.com/lifestyle/01/09/2019/fenomena-belanjadengan-jastip-keuntungannya-menggiurkan/>, 27 Maret 2021.

Olyvia, Filani. "Alasan Orang Indonesia Lebih Senang Belanja Via Sosial Media". <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170920195716-282243056/alasan-orang-indonesia-lebih-senang-belanja-via-mediasosial>. 26 Maret 2021.

Sari, Rintan Puspita. "Indonesia Ada di Posisi Ke 3 Negara Paling Banyak Twitter Tentang Kpop". <https://www.kompas.com/hype/read/2020/01/14/175319866/indonesiaada-di-posisi-ketiga-negara-paling-banyak-twit-tentang-kpop>. 27 Maret 2021.

Winando, Yoga. "Metode Penelitian." <https://www.gurupendidikan.co.id/metodologi-penelitian/>. 20 Desember 2020.

Zakawali, Gifari. "8 Produk Jualan Online Terlaris di Marketplace." <https://store.sirclo.com/blog/produk-jualan-online/>, accessed: 1 Mei, 2023.

**Peraturan Perundang-undangan:**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22).

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22).