

PERLINDUNGAN KONSUMEN INDUSTRI KONSER DI INDONESIA: KAJIAN IMPLEMENTASI UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Husni Kurniawati ^{a,1}, Salma Nur Hanifah ^{a,2}

^aUniversitas 17 Agustus 1945 Semarang

¹ husni-kurniawati@untagsmg.ac.id; ² salma-nurhanifah@untagsmg.ac.id

* email korespodensi : husni-kurniawati@untagsmg.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Sejarah Artikel

Diserahkan

2025-06-01

Diterima

2025-06-22

Dipublikasikan

2025-06-30

Kata Kunci :

Kompensasi;

Konser;

Konsumen;

Perlindungan

ABSTRAK

The rapid growth of the concert industry in Indonesia has not been matched by adequate consumer protection practices. Consumers often face issues such as ticket fraud, sudden cancellations without compensation, changes in event venues, and misleading promotional content. This research identifies the gap between legal consumer protection frameworks and their actual implementation in the concert sector. Using a normative juridical method with a prescriptive-analytical approach, this study analyzes how consumer rights are neglected in transactions involving concert services. The findings reveal that many organizers fail to act transparently or responsibly, leading to significant material and immaterial losses for consumers. Moreover, existing complaint mechanisms remain ineffective and lack enforcement power. The study implies an urgent need for specific regulations to govern concert organization practices, including refund procedures, clear communication, and fair dispute resolution. Strengthening institutional capacity and regulatory oversight is essential to ensure accountability and safeguard consumer interests in the entertainment industry.



This is an open-access article under the [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.

1. PENDAHULUAN

Perlindungan konsumen merupakan aspek krusial dalam upaya menjamin dan menegakkan hak-hak konsumen. Berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perlindungan terhadap konsumen didefinisikan sebagai seluruh tindakan yang bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dalam rangka melindungi kepentingan konsumen. Perlindungan ini mencakup berbagai dimensi, baik dalam hal barang maupun jasa, yang meliputi seluruh tahapan mulai dari proses pengadaan hingga dampak yang ditimbulkan akibat penggunaan barang atau jasa tersebut. Secara umum, ruang lingkup perlindungan konsumen dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan terjadinya ketidaksesuaian antara barang atau jasa yang diterima dengan apa yang telah disepakati sebelumnya.
2. Perlindungan terhadap penerapan syarat atau ketentuan yang bersifat tidak adil dan merugikan posisi konsumen.¹

¹ Rosmawati, *Pokok - Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Cet. I (Depok: Kencana, 2018).

Perlindungan konsumen di Indonesia diatur di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Saat ini pun, Indonesia menggunakan UUPK dalam perihal melindungi kegiatan bisnis yang memiliki hubungan langsung dengan konsumen. Perlindungan hukum seringkali suatu hal yang dikaitkan pada berbagai pelanggaran hak masyarakat luas, baik yang dilakukan oleh orang lain maupun pemerintah. Terdapat dua macam perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon, yakni perlindungan hukum represif serta preventif. Perlindungan hukum represif ialah suatu perlindungan akhir pasca suatu peristiwa hukum terjadi, berupa sanksi seperti penjara, denda, serta hukuman tambahan yang diserahkan bila telah terjadi sengketa atau telah dilaksanakan suatu pelanggaran.⁷ Perlindungan hukum preventif ialah perlindungan hukum yang pemerintah berikan dengan tujuan untuk menghentungkan pelanggaran sebelum terjadi.²

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan cara-cara berikut: 1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen dengan melibatkan akses informasi yang terbuka dan menjamin kepastian hukum. 2. Memberikan perlindungan secara khusus terhadap kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian terhadap kepentingan seluruh pelaku usaha. 3. Meningkatkan kualitas barang dan jasa yang disediakan. 4. Melindungi para konsumen dari berbagai praktek usaha yang menipu dan menyesatkan. 5. Memajukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan berbagai bidang lainnya.

Perlindungan konsumen yang dijamin dalam UUPK nyatanya belum dapat sepenuhnya melindungi semua sektor misalnya industri hiburan khususnya konser music. Industri music telah mengalami transformasi besar dalam dua dekade terakhir di Indonesia. Dari konser-konser skala kecil hingga megafestival yang menghadirkan artis internasional, geliat pertumbuhan sektor ini tidak dapat disangkal. Konser bukan lagi sekadar tontonan, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban dan generasi muda. Fenomena ini turut mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif serta kontribusi signifikan terhadap sektor pariwisata dan UMKM lokal yang terlibat dalam ekosistem penyelenggaraan acara.

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan industri konser, permasalahan hukum yang menyangkut perlindungan konsumen turut mencuat. Masyarakat kerap kali menjadi korban praktik bisnis yang tidak transparan dan tidak bertanggung jawab. Beberapa persoalan yang mencolok antara lain: penipuan penjualan tiket oleh calo atau platform tidak resmi, pembatalan konser secara sepihak tanpa pengembalian dana (refund), perpindahan venue konser, hingga ketidaksesuaian antara artis yang dijanjikan dan realitas saat konser berlangsung. Situasi ini diperparah oleh minimnya akses masyarakat terhadap mekanisme pengaduan yang efektif dan responsif.

Implementasi dari UUPK dalam sektor hiburan, khususnya konser, masih sangat lemah. Salah satu indikasi utamanya adalah tidak adanya regulasi teknis sektoral yang mengatur mekanisme penyelenggaraan konser secara rinci, termasuk perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi digital. Studi yang dilakukan oleh Amisah³ menunjukkan bahwa meskipun UUPK telah eksis lebih dari dua dekade, banyak promotor dan platform penjualan tiket belum menerapkan prinsip transparansi dan keadilan dalam layanan mereka.

² Izaz Alhady and Dian Purnamasari, 'PEMBATALAN KONSER MUSIK : STUDI KASUS KONSER MUSIK RASOUNDFEST Legal Protection For Consumer In The Cancellation Of Musik Concerts : A Case Study Of Rasoundfest Musik Concert', *JURNAL REFORMASI HUKUM TRISAKTI*, 7.1 (2025), 229–41 <<https://doi.org/http://doi.org/10.25105/refor.v7i1.21763>>.

³ Oktavia Vanessa. Amisah, Yahuli Rolin, 'Tinjauan Yuridis Sistem Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terhadap Korban Penipuan Tiket Konser', *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10.5 (2023), 2706–8 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31604/jips.v10i5.2023.2706-2711>>.

Perlu diketahui bahwa antara Promotor dengan pembeli tiket suatu konser musik, pada dasarnya terdapat perjanjian jual-beli. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (yang selanjutnya disebut KUHP) yang tertuang pada Pasal 1458 diatur mengenai jual-beli. Pasal tersebut menyebutkan: “perjanjian dengan satu pihak yang mengikatkan dirinya ke pihak yang lain untuk menyerahkan suatu barang/benda yang telah membayar sesuai dengan harga yang dijanjikan. Kesepakatan yang dilakukan pelaku usaha dengan konsumen akan melahirkan hak dan kewajiban yang mengikat.” Oleh karena terdapatnya hubungan hukum itu, maka pihak yang memiliki kewajiban untuk membayar tiket konser yang diperdagangkan oleh Promotor secara offline maupun online adalah penonton konser musik. Lalu, Promotor memiliki kewajiban serta tanggung jawab untuk menyelenggarakan konser musik sebagaimana yang telah dijanjikan.

Dengan melihat berbagai permasalahan di atas, dapat disimpulkan bahwa negara belum menjalankan fungsinya secara optimal dalam menjamin perlindungan hukum terhadap konsumen konser di Indonesia. Meskipun secara normatif UUPK telah memberikan kerangka hukum yang cukup memadai, namun implementasi di lapangan masih jauh dari harapan. Lemahnya penegakan hukum, tidak adanya standar operasional penyelenggaraan konser, serta belum efektifnya sistem pengawasan, merupakan tantangan utama dalam upaya mewujudkan keadilan konsumen di era industri hiburan modern.

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan konsumen dalam konteks industri konser di Indonesia ditinjau dari UU Perlindungan Konsumen, serta menganalisis upaya yang dapat ditempuh konsumen sengketa industri konser serta memberikan usulan kebijakan konkret bagi pemerintah dalam membentuk regulasi sektoral yang adil dan berorientasi pada hak konsumen mengingat Indonesia sebagai Negara hukum memiliki kewajiban konstitusional untuk menjamin perlindungan setiap warga negara, termasuk dalam konteks menikmati hiburan yang aman, transparan, dan bertanggung jawab.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu pendekatan penelitian yang berfokus pada norma-norma hukum tertulis sebagai bahan utama untuk menganalisis permasalahan hukum. Penelitian yuridis normatif digunakan untuk menelaah efektivitas dan implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam sektor industri konser musik, dengan melihat kesesuaian antara prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen dan praktik yang terjadi di lapangan⁴.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum doktrinal yang bersifat preskriptif-analitis. Penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan norma hukum yang berlaku, tetapi juga mengevaluasi pelaksanaannya, serta memberikan argumentasi hukum untuk perbaikan regulasi dan kebijakan. Pendekatan ini dianggap tepat karena isu yang diteliti menyangkut perlindungan hak-hak konsumen sebagai subjek hukum yang dilindungi oleh peraturan perundang-undangan.

Sumber data yang digunakan terdiri atas:

1. Bahan hukum primer, berupa peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen,
2. Bahan hukum sekunder, meliputi literatur ilmiah, jurnal hukum bereputasi, artikel akademik yang diperoleh dari database terpercaya, serta studi kasus nyata terkait sengketa atau pelanggaran hak konsumen dalam konser musik.

⁴ S. Soekanto and S Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2001).

3. Bahan hukum tersier, seperti kamus hukum dan ensiklopedia hukum untuk mendukung pemahaman terhadap istilah atau konsep hukum yang digunakan.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan pendekatan interpretatif. Proses analisis dilakukan melalui penafsiran terhadap norma hukum yang ada, dan dibandingkan dengan praktik aktual di lapangan melalui studi kasus terkait pembatalan konser, penipuan tiket, serta pelanggaran informasi dalam promosi konser. Penulis mengadopsi pendekatan sistematis dan argumentatif dengan menghubungkan teori perlindungan konsumen⁵ dan prinsip keadilan kontraktual dalam hukum perdata.

Mekanisme analisis dilakukan secara bertahap: pertama, mengidentifikasi norma hukum yang relevan; kedua, menelaah peristiwa hukum yang terjadi di masyarakat; ketiga, membandingkan antara idealitas hukum dengan realitas implementasinya; dan keempat, merumuskan solusi dan usulan perbaikan kebijakan berbasis argumentasi hukum dan keadilan sosial.

Dengan metode ini, diharapkan pembaca mendapatkan gambaran jelas mengenai bagaimana permasalahan hukum dalam industri konser dapat dikaji secara sistematis dan diselesaikan melalui pendekatan hukum yang komprehensif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Industri Konser Konser Musik di Indonesia Berdasarkan UUPK

Perlindungan konsumen merupakan komponen integral dalam mewujudkan praktik bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Dalam konteks tersebut, diperlukan adanya keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah agar tercipta hubungan bisnis yang adil. Ketidakseimbangan dalam perlindungan ini dapat menyebabkan konsumen berada dalam posisi yang lemah dan berisiko dirugikan dalam transaksi ekonomi. Hukum perlindungan konsumen sendiri merupakan prinsip atau norma yang mengatur hubungan hukum serta permasalahan yang timbul terkait peredaran barang dan/atau jasa. Dengan demikian, hukum ini memiliki fungsi regulatif sekaligus protektif dalam rangka melindungi kepentingan konsumen dari potensi penyalahgunaan oleh pihak pelaku usaha.⁶

Perlindungan konsumen mencakup berbagai aspek, dimulai dari jaminan terhadap keamanan produk atau jasa sejak tahap awal perolehan hingga dampak yang ditimbulkan akibat penggunaannya. Dalam kerangka hukum perlindungan konsumen, terdapat dua unsur utama yang perlu mendapat perhatian, yaitu: (1) perlindungan terhadap hak-hak konsumen agar barang atau jasa yang diterima sesuai dengan informasi atau janji yang disampaikan oleh pelaku usaha; dan (2) perlindungan terhadap penerapan klausul-klausul yang bersifat merugikan bagi konsumen. Selain itu, terdapat dua bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen, baik dalam transaksi daring maupun luring, yakni: (1) perlindungan hukum yang bersumber dari ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku secara umum untuk seluruh jenis transaksi; dan (2) perlindungan

⁵ A. A. G Utama, *Hukum Perlindungan Konsumen: Konsep, Prinsip Dan Implementasi Di Indonesia*. (Yogyakarta: Deepublish, 2020).

⁶ Amisah, Yahuli Rolin.

hukum yang timbul dari perjanjian yang disepakati oleh para pihak dalam suatu hubungan kontraktual.⁷

Dalam pelaksanaan konser musik, pembeli tiket bertindak sebagai konsumen, sementara promotor berperan sebagai pelaku usaha yang memiliki tanggung jawab serta hak-hak tertentu yang harus dipenuhi. Berdasarkan ketentuan tersebut, hak dan kewajiban baik dari konsumen maupun pelaku usaha telah diatur secara eksplisit dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Untuk dapat melindungi hak-hak konsumen dalam segala aspek kegiatan ekonomi maka diperlukan perlindungan hukum terhadap konsumen, yang saat ini diatur dalam UUPK. Keberadaan aturan hukum penting untuk memberikan kekuatan memaksa bagi para pelaku usaha untuk menaati peraturan yang ditetapkan serta memiliki sanksi yang tegas bagi pelaku usaha yang melanggarnya.⁸ Sebagai instrumen hukum yang dirancang untuk menjamin perlindungan konsumen di Indonesia. UUPK disusun sebagai upaya preventif oleh pemerintah guna memberikan kepastian hukum kepada masyarakat. Ketentuan mengenai hak dan kewajiban konsumen tercantum dalam Pasal 4 dan Pasal 5, sedangkan hak dan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 hingga Pasal 7 UUPK⁹

Dalam konteks penyelenggaraan konser musik, apabila merujuk pada ketentuan Pasal 4 huruf b, e, dan h Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen memiliki sejumlah hak yang harus dihormati. Hak-hak tersebut meliputi kebebasan dalam memilih barang dan/atau jasa, memperoleh barang dan/atau jasa yang sesuai dengan nilai tukar serta kondisi dan jaminan sebagaimana telah dijanjikan, serta memperoleh akses terhadap advokasi, perlindungan, dan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen secara adil. Selain itu, konsumen juga berhak atas kompensasi atau ganti rugi apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak memenuhi standar yang seharusnya. Dengan terpenuhinya hak-hak tersebut, maka potensi kerugian yang dapat dialami konsumen dapat diminimalkan secara signifikan. pengertian perlindungan konsumen umum dan UUPK

Berikut beberapa kasus dalam industri konser di Indonesia

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Herawati dkk¹⁰ (2023) menggarisbawahi meningkatnya kerugian yang dialami konsumen dalam transaksi tiket konser. Studi tersebut menyoroti kasus penipuan oleh pihak tidak bertanggung jawab dalam penjualan tiket konser *Coldplay*, yang menimpa ribuan konsumen. Para korban tidak hanya kehilangan dana, tetapi juga mengalami kerugian imaterial dalam bentuk kekecewaan dan tekanan psikologis akibat tidak dapat menghadiri konser yang telah mereka tunggu-tunggu. Riza¹¹

⁷ Yuyut Prayuti, Elis Herlina, and Mia Rasmiaty, 'Jurnal Hukum Mimbar Justitia (JHMJ) Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Di E-Commerce Di Indonesia Consumer Legal Protection in Trading Transactions on E-Commerce in Indonesia', *JURNAL HUKUM MIMBAR JUSTITIA (JHMJ)*, 10.1 (2024), 27–44 <<https://doi.org/https://doi.org/10.35194/jhmj.v10i1.4086>>.

⁸ Rahmi Rimanda, 'Keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Bpsk) Sebagai', *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 4.1 (2019), 18–34 <<https://doi.org/10.23920/jbmh.v4n1.2>>.

⁹ Alhady and Purnamasari.

¹⁰ Shakira Idelia and others, 'Perlindungan Hukum Terhadap Penipuan Tiket Konser Di Tinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen', *Jurnal Hukum Pelita*, 4.2 (2023), 159–68 <<https://doi.org/10.37366/jh.v4i2.3101>>.

¹¹ Dessy Achmad, Riza Faizah Achmad Maeyangsari, 'ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN KONSER COLDPLAY YANG TIDAK MENDAPATKAN SEAT PENONTON', *Jurnal Darma Agung*, 32.6 (2024), 431–40 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v32i6.4804>>.

- (2024), dalam penelitiannya tentang konser Coldplay menyoroti tentang konsumen yang telah membeli tiket konser Coldplay, namun tidak mendapatkan tempat duduk.
- b. Permasalahan juga muncul dalam konteks pembatalan konser akibat keadaan force majeure atau alasan internal promotor. Seperti yang dibahas oleh Qiram¹² (2021), banyak penyelenggara konser yang tidak mencantumkan klausul force majeure secara jelas dalam kontrak elektronik (e-ticket), sehingga menimbulkan kebingungan hukum bagi konsumen ketika konser dibatalkan tanpa kompensasi memadai.
 - c. Terkait praktik penjualan tiket konser melalui media sosial atau jasa titip, Aziz¹³ (2024) mengungkapkan bahwa konsumen sering kali tidak memiliki posisi tawar yang kuat. Tidak adanya regulasi dan mekanisme verifikasi yang ketat dalam platform sosial menyebabkan konsumen rentan terhadap penipuan oleh pihak ketiga yang tidak memiliki legalitas usaha.
 - d. Studi lain oleh Rumondor¹⁴ (2024) mengkaji pertanggungjawaban event organizer (EO) terhadap kerugian konsumen akibat kesalahan sistem penjualan tiket online. Dalam banyak kasus, EO berdalih bahwa sistem di luar kendali mereka, sehingga menolak memberikan ganti rugi. Padahal, menurut pasal 19 ayat (1) dan (2) UUPK, pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila produk atau jasanya menimbulkan kerugian bagi konsumen.
 - e. Lebih lanjut, Nabila¹⁵ (2024) dalam penelitiannya tentang konser "We All Are One" mencatat adanya ketidaksesuaian artis yang tampil dan promosi yang beredar di media sosial. Hal ini tidak hanya melanggar hak atas informasi sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK, tetapi juga merupakan bentuk misleading advertising yang dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum.
 - f. Kasus terbaru yang dilansir dari laman social media Instagram maupun X @mydayberserikat adalah perpindahan venue konser Forever Young Day6 yang semula dilaksanakan di Jakarta International Stadium (JIS) pada tanggal 3 Mei 2025 dipindahkan ke Stadion Madya Gelora Bung Karno, selain itu masih dalam konser yang sama adanya masalah ticketing berupa tersangkutnya tiket dan pembatalan tiket H-2 konser oleh pihak ketiga karena tidak kunjung diterimanya Seat Number/Queue Number oleh pihak promotor dan proses refund yang melebihi waktu yang diperjanjikan. Atas kerugian yang diderita tersebut, MyDay sebutan bagi fans Day6 menyampaikan keluhan pada pihak promotor akan tetapi tidak mendapat respon yang cukup sehingga serikat fans melakukan pelaporan kepada BKKN (Badan Perlindungan Konsumen) RI terkait atas kasus ini akan tetapi lembaga pemerintah terkait kurang responsive atas pengaduan yang telah dilakukan.

Merujuk pada beberapa permasalahan dalam industry konser yang disebutkan di atas, dan mengakibatkan hak konsumen tidak terpenuhi serta menyebabkan kerugian. Hak konsumen yang tidak terpenuhi tersebut termuat di dalam UUPK. perlindungan hukum yang dijamin bagi konsumen industry konser berdasarkan UUPK meliputi

- a. Pasal 4 angka 2

¹² Syahrul Qiram, 'Perlindungan Konsumen Terhadap Pembatalan Konser Musik Akibat Pandemi', *Jurnal Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 4.1 (2021), 61–72.

¹³ Ariq Rifqi Aziz, 'PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MEMBELI TIKET DARI CALO MELALUI E-COMMERCE', *Universitas Islam Indonesia* (Universitas Islam Indonesia, 2024).

¹⁴ Sarah D L Rumondor, praise Apriani Roeroe and Jemmy Sondakh, 'TANGGUNG JAWAB EVENT ORGANIZER YANG MERUGIKAN KONSUMEN DALAM PENJUALAN TIKET KONSER', *Lex Privatum*, 14.3 (2024).

¹⁵ Najwa Vira Nabila, 'Media Hukum Indonesia (MHI) Published by Yayasan Daarul Huda Krueng Mane Tindak Pidana Penipuan Oleh Promotor Penyelenggara Konser (Studi Kasus Konser We All Are One)', *MEDIA HUKUM INDONESIA*, 2.3 (2024), 466–71 <<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.12533211>>.

Pasal 4 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa yang sesuai dengan nilai tukar yang telah dijanjikan oleh pelaku usaha. Berdasarkan ketentuan tersebut, tiket konser musik yang diproduksi dan dipasarkan kepada konsumen harus mencerminkan janji atau informasi yang sebelumnya disampaikan oleh penyelenggara. Dengan kata lain, substansi layanan yang melekat pada tiket tersebut—baik dari segi harga, fasilitas, maupun pengalaman yang dijanjikan—wajib dipenuhi sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan sebelumnya.

b. Pasal 4 angka 3

Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Berdasarkan ketentuan tersebut maka promotor wajib memberikan informasi yang akurat mengenai detail acara dari mulai tanggal, venue, line-up artis yang tampil maupun keuntungan yang didapat apabila ada ketentuan khusus. Selain itu juga perlu dicantumkan dalam term of reference mengenai adanya force majeure dalam penerbitan e-tiket, force majeure dituliskan secara jelas keadaan-keadaan apa yang dapat menyebabkan suatu e-tiket dibatalkan. Pencantuman informasi yang jelas dan lengkap merupakan kewajiban promotor yang tertuang dalam Pasal 7 huruf b UUPK sekaligus hak yang harus didapat oleh konsumen agar tidak ada kesalah pahaman di kemudian hari.

c. Pasal 4 angka 4

Pasal 4 angka 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjamin hak konsumen untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Dalam konteks industri konser musik di Indonesia, ketentuan ini menegaskan bahwa penyelenggara konser memiliki kewajiban untuk menyediakan saluran yang memadai bagi konsumen (penonton) untuk menyampaikan keluhan, masukan, atau ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan, seperti keterlambatan acara, perubahan line-up artis tanpa pemberitahuan, kualitas audio yang buruk, hingga kondisi tempat yang tidak aman atau tidak nyaman. Sayangnya, dalam praktiknya, banyak promotor konser di Indonesia yang belum menyediakan mekanisme pengaduan yang transparan, responsif, dan akuntabel. Hal ini menunjukkan lemahnya implementasi hak konsumen sebagaimana diatur dalam pasal tersebut. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha di sektor hiburan, khususnya konser musik, untuk mengadopsi sistem pengelolaan keluhan yang profesional sebagai bentuk kepatuhan terhadap hukum serta upaya menjaga kepercayaan publik.

d. Pasal 4 angka 8

Pasal 4 angka 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa konsumen berhak "mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya." Dalam konteks penyelenggaraan konser di Indonesia, ketentuan ini menjadi dasar hukum penting bagi konsumen ketika terjadi pelanggaran terhadap hak-haknya, seperti konser yang dibatalkan sepihak, penggantian artis tanpa pemberitahuan atau persetujuan, penundaan acara secara tidak wajar, maupun penyediaan fasilitas yang tidak sesuai dengan informasi dalam promosi. Dalam kasus-kasus semacam ini, promotor selaku pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi yang proporsional kepada konsumen, baik dalam bentuk pengembalian uang, tiket pengganti, maupun bentuk kompensasi lain yang disepakati. Kegagalan dalam memenuhi ketentuan tersebut dapat dianggap sebagai pelanggaran hukum, yang membuka ruang bagi konsumen untuk menuntut haknya melalui mekanisme penyelesaian sengketa, baik

melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun jalur litigasi di pengadilan.

Selain hak yang dimiliki oleh konsumen, promotor juga memiliki kewajiban untuk dilaksanakan sebagai pelaku usaha dalam hal ini di bidang industri konser diantaranya

a. Pasal 7 huruf a

Pasal 7 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk "beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya." Dalam konteks penyelenggaraan konser di Indonesia, kewajiban ini menuntut agar promotor atau penyelenggara konser bertindak secara jujur, transparan, dan profesional sejak tahap promosi hingga pelaksanaan acara. Artinya, pelaku usaha tidak boleh menyebarkan informasi yang menyesatkan, seperti menjanjikan kehadiran artis tertentu yang kemudian dibatalkan tanpa kejelasan, atau menjual tiket melebihi kapasitas tempat acara yang berpotensi membahayakan keselamatan penonton. Selain itu, niat baik juga tercermin dalam kesediaan penyelenggara untuk memberikan kompensasi yang adil apabila terjadi kegagalan layanan. Pelanggaran terhadap prinsip itikad baik ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga mencederai integritas industri hiburan secara keseluruhan. Oleh karena itu, penerapan Pasal 7 huruf a menjadi landasan moral dan hukum bagi pelaku usaha untuk menjaga kualitas dan kepercayaan publik terhadap penyelenggaraan konser di Indonesia.

b. Pasal 7 huruf b

Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks konser musik di Indonesia, kewajiban ini menjadi sangat penting mengingat banyaknya kasus di mana promotor tidak memberikan informasi yang transparan terkait artis yang akan tampil, jadwal pertunjukan, fasilitas yang disediakan, maupun kebijakan pembatalan dan pengembalian dana. Misalnya, sering terjadi perubahan line-up artis atau pembatalan konser tanpa pemberitahuan yang memadai, sehingga konsumen merasa dirugikan karena informasi awal tidak sesuai dengan realisasi. Ketidakjelasan informasi ini melanggar prinsip perlindungan konsumen dan berpotensi menimbulkan kerugian materiil maupun immateriil. Oleh karena itu, pelaku usaha dalam industri konser wajib mematuhi ketentuan Pasal 7 huruf b sebagai bentuk tanggung jawab hukum dan etika bisnis, serta sebagai upaya menciptakan iklim industri hiburan yang profesional dan terpercaya.

c. Pasal 7 huruf c

Pasal 7 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa pelaku usaha wajib memperlakukan atau melayani konsumen secara benar, jujur, dan tidak diskriminatif. Dalam konteks penyelenggaraan konser di Indonesia, ketentuan ini menuntut agar promotor memperlakukan seluruh penonton tanpa membedakan latar belakang sosial, ekonomi, atau kategori tiket secara sewenang-wenang. Misalnya, semua konsumen berhak mendapatkan pelayanan sesuai haknya tanpa mengalami perlakuan yang merugikan, seperti keterlambatan akses masuk, informasi yang tidak merata, atau perlakuan prioritas yang tidak proporsional. Di beberapa kasus konser di Indonesia, keluhan muncul ketika pemegang tiket kategori tertentu tidak mendapatkan fasilitas sebagaimana dijanjikan, atau ketika sistem antrian tidak dikelola secara adil, sehingga menimbulkan ketidakpuasan publik. Oleh karena itu, promotor wajib menjunjung tinggi prinsip kejujuran, keadilan, dan nondiskriminasi dalam memberikan layanan kepada konsumen sebagai bagian dari kewajiban hukumnya,

demikian terciptanya penyelenggaraan konser yang profesional dan berorientasi pada perlindungan hak konsumen.

d. Pasal 7 huruf f

Pasal 7 huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian yang ditimbulkan akibat penggunaan, pemakaian, atau pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Dalam konteks konser di Indonesia, ketentuan ini menjadi sangat relevan ketika jasa yang disediakan oleh promotor tidak berjalan sebagaimana mestinya dan menimbulkan kerugian bagi konsumen. Misalnya, kerugian akibat penundaan konser tanpa pemberitahuan jelas, perubahan venue yang merugikan konsumen, atau kegagalan sistem tiket elektronik yang menyebabkan penonton tidak dapat masuk meskipun telah membayar. Dalam kasus seperti itu, promotor sebagai pelaku usaha berkewajiban memberikan ganti rugi, baik secara finansial maupun melalui bentuk kompensasi lain yang proporsional. Ketentuan ini tidak hanya melindungi konsumen dari kerugian nyata, tetapi juga mendorong pelaku usaha di industri hiburan untuk menjalankan praktik bisnis yang profesional, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kepuasan serta keselamatan konsumen.

e. Pasal 7 huruf g jo. Pasal 19

Pasal 7 huruf g Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa pelaku usaha berkewajiban memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian, diperkuat dengan adanya pasal 19 UUPK bahwa Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Dalam konteks konser di Indonesia, ketentuan ini menjadi dasar hukum yang penting untuk melindungi konsumen ketika layanan yang mereka terima—seperti akses ke pertunjukan, fasilitas venue, atau penampilan artis—tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan dalam promosi atau informasi awal. Misalnya, jika konser dibatalkan tanpa pengembalian dana, artis utama tidak hadir tanpa pemberitahuan, atau fasilitas kelas tiket tertentu tidak disediakan sebagaimana dijanjikan, maka promotor wajib memberikan kompensasi yang layak, baik dalam bentuk pengembalian biaya tiket, tiket pengganti, maupun bentuk ganti rugi lainnya. Kegagalan dalam memenuhi kewajiban ini tidak hanya merupakan pelanggaran terhadap hak konsumen, tetapi juga dapat menimbulkan kerugian hukum dan reputasi bagi pelaku usaha. Oleh karena itu, penerapan Pasal 7 huruf g merupakan manifestasi dari tanggung jawab hukum dan etika bisnis yang harus dijalankan dalam industri hiburan, khususnya penyelenggaraan konser.

f. Pasal 16

Pasal 16 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sangat relevan untuk mengatur praktik dalam industri konser di Indonesia, khususnya ketika promotor menawarkan tiket atau paket layanan konser melalui sistem pemesanan. Ketentuan ini melarang pelaku usaha untuk tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelenggaraan yang telah dijanjikan serta tidak memenuhi janji atas pelayanan tertentu. Dalam kasus konser di Indonesia, konsumen mengalami kerugian akibat pembatalan sepihak, keterlambatan konser tanpa informasi yang jelas, atau tidak tampilnya artis utama yang sebelumnya dijanjikan dalam materi promosi. Ketidaksesuaian antara yang dijanjikan dan yang diselenggarakan melanggar prinsip kepastian hukum dan kepercayaan konsumen, serta menunjukkan kurangnya akuntabilitas dari penyelenggara. Oleh karena itu, Pasal 16 menjadi dasar hukum yang

dapat menuntut promotor untuk bertanggung jawab atas wanprestasi dan mendorong penyelenggaraan konser yang lebih profesional, transparan, dan konsisten dengan janji yang telah disampaikan kepada publik.

Perlindungan hukum bagi konsumen konser berdasarkan UUPK telah diatur walaupun tidak secara rinci, namun cukup mencakup berbagai aspek yang mejadi dasar bagi hubungan transaksional antara konsumen dan pihak promotor. Namun, nyatanya masih banyak kasus yang terjadi dalam industry konser di Indonesia, pihak promotor masih mengabaikan hak-hak konsumen yang menjadi kewajiban pihak promotor itu sendiri sehingga timbul sengketa antara pihak konsumen dan pihak promotor.

3.2 Peran Lembaga Negara Dalam Upaya Penyelesaian Sengketa Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Industri Konser

Sengketa konsumen dapat terjadi karena pelaku usaha tidak melaksanakan kewajiban yang diatur dalam undang-undang dan pelaku usaha atau konsumen tidak tunduk pada isi perjanjian¹⁶. Berdasarkan Pasal 1 angka 4 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 Tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, sengketa konsumen merupakan perselisihan antara pelaku usaha dan konsumen yang melibatkan klaim atas ganti rugi karena kerusakan, pencemaran, atau kerugian lainnya yang dialami sebagai hasil dari penggunaan barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan oleh pelaku usaha.

Penyelesaian sengketa terkait tuntutan ganti rugi konsumen dalam konteks penyelenggaraan konser di Indonesia diatur secara tegas dalam Pasal 23 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal ini menyatakan bahwa apabila pelaku usaha—dalam hal ini promotor konser—menolak, tidak menanggapi, atau tidak memenuhi tuntutan ganti rugi sebagaimana yang diatur dalam Pasal 19 ayat (1) hingga (4), maka konsumen berhak untuk mengajukan gugatan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau mengajukan perkara ke badan peradilan yang berwenang di wilayah kedudukan konsumen. Dalam praktiknya, hal ini sering relevan dalam kasus pembatalan konser tanpa pengembalian dana, perubahan artis utama tanpa pemberitahuan dan kompensasi, atau ketidaksesuaian layanan dengan apa yang telah dijanjikan seperti kasus kasus yang telah disampaikan. Ketentuan ini memberikan perlindungan yuridis yang konkret bagi konsumen, sekaligus menegaskan bahwa tanggung jawab pelaku usaha tidak dapat diabaikan secara sepihak. Dengan demikian, Pasal 23 UUPK berfungsi sebagai mekanisme penyelesaian hukum yang menjamin akses keadilan bagi konsumen dalam menghadapi praktik bisnis yang merugikan di industri hiburan.

Secara khusus, upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen tercantum dalam pasal pasal 45 UUPK bahwa Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Hal yang sama diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 Tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Pasal 3 yang di dalamnya menyatakan bahwa sengketa Konsumen melalui badan peradilan umum atau diluar badan peradilan umum, sementara Penyelesaian Sengketa Konsumen di luar badan peradilan umum dilaksanakan oleh BPSK.

¹⁶ Raden Roro Fernanda Tasya Annora and others, 'PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI BADAN PENYELESAIAN SENGKETA', *JICL (Journal of Indonesian Comparative of Syari'ah Law)*, 7.2 (2024), 189–202 <<https://doi.org/10.21111/jicl.v7i2.12480>>.

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan, berdasarkan pada Pasal 46 UUPK yaitu gugatan yang konsumen ajukan dapat berupa gugatan perdata biasa, *class action*, ataupun secara legal standing. Merujuk pada contoh kasus, gugatan dapat diajukan atas dasar wanprestasi merujuk pada tidak dipenuhinya hak-hak konsumen atas apa yang telah diperjanjikan dalam transaksi konsumen dapat memakai mekanisme penyelesaian sengketa yang tertuang di dalam Pasal 45 dan 46. Upaya hukum ini dapat dilakukan secara individu ataupun berkelompok.

Merujuk pada Pasal 45 ayat (2) UUPK, sebagai bentuk upaya hukum, para pihak yang bersengketa wajib terlebih dahulu untuk mengusahakan penyelesaian dengan damai sebelum memilih menyelesaikan perselisihan melalui badan peradilan atau BPSK. Lebih lanjut dalam Pasal 47 menyatakan bahwa Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Dalam kasus konser Forever Young, serikat fans Day6 melakukan pengaduan kepada BPKN RI atas tuntutan refund pada promotor berkaitan dengan pindahnya venue dari semula JIS menjadi Stadion Madya Gelora Bung Karno. Berdasarkan laman social media Instagram maupun X @mydayberserikat, BPKN kemudian mengeluarkan notulensi dan rekomendasi atas pengaduan. Dalam hal ini BPKN tidak memberikan penyelesaian mengingat, peran dari BPKN hanya sebatas penerimaan aduan tanpa ada tindak lanjut upaya penyelesaian seperti yang tertuang dalam Pasal 34 UUPK, sehingga dalam hal ini serikat fans dapat mengajukan penyelesaian sengketa konsumen pada BPSK.

Tugas dan wewenang yang diberikan oleh Pemerintah terhadap BPSK itu sendiri salah satunya melaksanakan dalam penanganan dan juga sekaligus menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi di Indonesia antara konsumen dan juga pelaku usaha dengan metode yang dilakukan diluar pengadilan yaitu mediasi, konsiliasi, dan juga secara arbitrase¹⁷.

BPSK termasuk salah satu lembaga quasi yudisial atau disebut semi pengadilan yang memiliki kewenangan untuk memeriksa dan memutus sesuatu perselisihan ataupun perkara pelanggaran hukum, dan pelanggaran etika tertentu dengan keputusan yang bersifat final dan mengikat (*final and binding*) sebagaimana putusan pengadilan yang bersifat "*Inkracht*" pada umumnya. Namun dalam menyelesaikan sengketa BPSK tidak memiliki kepastian hukum karena putusan BPSK yang tidak memiliki kekuatan eksekutorial yang berdampak pada hilangnya perlindungan hak-hak konsumen¹⁸.

Berkaitan dengan masih lemahnya perlindungan konsumen maka perlu penguatan regulasi spesifik yang mengatur standar penyelenggaraan acara hiburan publik, termasuk konser musik. Regulasi tersebut harus mencakup aspek transparansi informasi, tanggung jawab pelaku usaha, mekanisme pengembalian dana (*refund*), serta standar keselamatan dan kenyamanan penonton. Pemerintah perlu mendorong pembentukan aturan turunan dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang secara eksplisit mengatur kewajiban promotor konser, mulai dari kejelasan perjanjian layanan hingga prosedur penanganan sengketa. Selain itu, kapasitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) perlu diperkuat agar mampu menangani kasus-kasus terkait konser secara cepat dan efisien, mengingat sifat acara yang berbasis waktu dan kerugian yang sering kali bersifat langsung.

¹⁷ Indah Rachma Cahyani, 'ANALISIS TERHADAP PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI INDONESIA MENGENAI KETIDAKSESUAIAN LABEL PRODUK SUPLEMEN', *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 3.12 (2022), 1000–1010 <<https://ojs.rewangrencang.com/index.php/JHLG/article/view/725>>.

¹⁸ Rimanda.

Lemahnya pengawasan dan minimnya regulasi teknis menjadi penyebab utama kerugian konsumen dalam industri hiburan di Indonesia.

4. KESIMPULAN

Industri konser musik di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam dua dekade terakhir, namun perlindungan konsumen dalam sektor ini masih lemah. Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) secara umum telah mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, implementasinya dalam konteks konser belum memadai. Konsumen kerap dirugikan akibat praktik bisnis yang tidak transparan, seperti penipuan tiket, pembatalan konser tanpa refund, perpindahan venue, hingga informasi yang menyesatkan terkait artis atau fasilitas konser.

UUPK telah mengatur hak konsumen atas informasi yang jujur (Pasal 4), kompensasi (Pasal 19), serta mekanisme penyelesaian sengketa (Pasal 45-47). Namun, minimnya regulasi sektoral yang spesifik terhadap penyelenggaraan konser, lemahnya pengawasan pemerintah, dan terbatasnya peran lembaga seperti BPSK membuat perlindungan yang ada belum efektif. Banyak promotor masih mengabaikan kewajiban hukumnya, termasuk memberikan informasi jelas, bertindak dengan itikad baik, dan memenuhi janji layanan.

Beberapa studi kasus menunjukkan bahwa konsumen sulit mendapatkan keadilan, baik melalui jalur pengaduan ke lembaga pemerintah seperti BPKN yang hanya bersifat administratif, maupun melalui BPSK yang putusannya tidak memiliki kekuatan eksekutorial. Hal ini menunjukkan kebutuhan mendesak akan pembentukan regulasi teknis sektoral yang mengatur secara khusus standar penyelenggaraan konser, termasuk prosedur refund, keamanan, dan keterbukaan informasi.

Kesimpulannya, negara belum maksimal dalam menjamin perlindungan hukum konsumen konser. Perlindungan normatif melalui UUPK belum cukup jika tidak dibarengi dengan regulasi turunan, penegakan hukum yang kuat, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang efisien. Diperlukan reformasi kebijakan agar industri hiburan dapat tumbuh tanpa mengorbankan hak-hak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad, Riza Faizah Achmad Maeyangsari, Dessy, 'ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN KONSER COLDPLAY YANG TIDAK MENDAPATKAN SEAT PENONTON', *Jurnal Dharma Agung*, 32.6 (2024), 431–40 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v32i6.4804>>

Alhady, Izaz, and Dian Purnamasari, 'PEMBATALAN KONSER MUSIK : STUDI KASUS KONSER MUSIK RASOUNDFEST Legal Protection For Consumer In The Cancellation Of Musik Concerts : A Case Study Of Rasoundfest Musik Concert', *JURNAL REFORMASI HUKUM TRISAKTI*, 7.1 (2025), 229–41 <<https://doi.org/http://doi.org/10.25105/refor.v7i1.21763>>

Amisah, Yahuli Rolin, Oktavia Vanessia., 'Tinjauan Yuridis Sistem Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terhadap Korban Penipuan Tiket Konser', *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10.5 (2023), 2706–8 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31604/jips.v10i5.2023.2706-2711>>

Annora, Raden Roro Fernanda Tasya, Sri Astutik, Nur Handayati, and Deddi Wrdana Nasoetion, 'PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI BADAN PENYELESAIAN SENGKETA', *JICL (Journal of Indonesian Comparative of Syari'ah Law)*, 7.2 (2024), 189–202 <<https://doi.org/10.21111/jicl.v7i2.12480>>

Aziz, Ariq Rifqi, 'PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MEMBELI TIKET DARI CALO MELALUI E-COMMERCE', *Universitas Islam Indonesia* (Universitas Islam Indonesia, 2024)

Cahyani, Indah Rachma, 'ANALISIS TERHADAP PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI INDONESIA MENGENAI KETIDAKSESUAIAN LABEL PRODUK SUPLEMEN', *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 3.12 (2022), 1000–1010
<<https://ojs.rewangrencang.com/index.php/JHLG/article/view/725>>

Idelia, Shakira, Zanuar Dwi Herawati, Risma Syintia Putri, Annisa Nursabila, Lutfiah Listari, and Mustaqim Mustaqim, 'Perlindungan Hukum Terhadap Penipuan Tiket Konser Di Tinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen', *Jurnal Hukum Pelita*, 4.2 (2023), 159–68
<<https://doi.org/10.37366/jh.v4i2.3101>>

Prayuti, Yuyut, Elis Herlina, and Mia Rasmiaty, 'Jurnal Hukum Mimbar Justitia (JHMJ) Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Di E-Commerce Di Indonesia Consumer Legal Protection in Trading Transactions on E-Commerce in Indonesia', *JURNAL HUKUM MIMBAR JUSTITIA (JHMJ)*, 10.1 (2024), 27–44 <<https://doi.org/https://doi.org/10.35194/jhmj.v10i1.4086>>

Qiram, Syahrul, 'Perlindungan Konsumen Terhadap Pembatalan Konser Musik Akibat Pandemi', *Jurnal Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 4.1 (2021), 61–72

Rimanda, Rahmi, 'Keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Bpsk) Sebagai', *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 4.1 (2019), 18–34 <<https://doi.org/10.23920/jbmh.v4n1.2>>

Rosmawati, *Pokok - Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Cet. I (Depok: Kencana, 2018)

Rumondor, praise Apriani Roeroe, Sarah D L, and Jemmy Sondakh, 'TANGGUNG JAWAB EVENT ORGANIZER YANG MERUGIKAN KONSUMEN DALAM PENJUALAN TIKET KONSER', *Lex_Privatum*, 14.3 (2024)

Soekanto, S., and S Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2001)

Utama, A. A. G, *Hukum Perlindungan Konsumen: Konsep, Prinsip Dan Implementasi Di Indonesia*. (Yogyakarta: Deepublish, 2020)

Vira Nabila, Najwa, 'Media Hukum Indonesia (MHI) Published by Yayasan Daarul Huda Krueng Mane Tindak Pidana Penipuan Oleh Promotor Penyelenggara Konser (Studi Kasus Konser We All Are One)', *MEDIA HUKUM INDONESIA*, 2.3 (2024), 466–71
<<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.12533211>>