



## **Tanggung Gugat Hukum Promotor Musik Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Fasilitas Layanan Pasca Transaksi**

**Yusuf Aulia Rahman**

Fakultas Hukum, Universitas Airlangga, Indonesia

Corresponding Author: [yusuf.aulia.rahman-2024@fh.unair.ac.id](mailto:yusuf.aulia.rahman-2024@fh.unair.ac.id)

**Abstrak:** Penelitian ini mengkaji tanggung gugat hukum promotor musik terhadap konsumen atas perubahan fasilitas layanan yang terjadi setelah transaksi pembelian tiket berlangsung. Kasus yang menjadi objek kajian adalah perubahan sepihak oleh promotor dari Jakarta International Stadium (JIS) ke Stadion Madya, yang sekaligus mengubah fasilitas kursi (seated) menjadi berdiri (standing), padahal konsumen telah membeli tiket dengan fasilitas tempat duduk. Perubahan tersebut dilakukan setelah transaksi jual beli tiket selesai, sehingga menimbulkan kerugian materiil dan immateriil bagi konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindakan promotor tersebut melanggar Pasal 4, Pasal 7, dan Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Promotor dapat dimintai pertanggungjawaban secara perdata berdasarkan Pasal 19 UUPK dan secara pidana berdasarkan Pasal 62 UUPK, serta berdasarkan ketentuan wanprestasi dalam Burgerlijk Wetboek. Konsumen berhak mendapatkan ganti rugi, pengembalian tiket, dan kompensasi atas kerugian yang diderita. Penelitian ini merekomendasikan penguatan regulasi pengawasan penyelenggaraan event hiburan di Indonesia serta pembentukan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif bagi konsumen.

**Kata Kunci:** Tanggung Gugat; Promotor Musik; Perlindungan Konsumen; Wanprestasi.

***Abstract:** This study examines the legal liability of music promoters toward consumers arising from unilateral changes in service facilities after ticket purchase transactions have been completed. The case under review involves a promoter's unilateral decision to relocate a music event from Jakarta International Stadium (JIS) to Stadion Madya, simultaneously changing the ticketing category from seated to standing, despite consumers having purchased tickets that guaranteed seating facilities. These changes were implemented after the ticket sales transactions were finalized, causing both material and immaterial losses to consumers. This research employs a normative juridical method with statutory and conceptual approaches. The findings reveal that the promoter's actions violated Articles 4, 7, and 8 of Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection (UUPK). The promoter may be held civilly liable under Article 19 UUPK and criminally liable under Article 62 UUPK, as well as under the provisions of breach of contract (wanprestasi) in the Civil Code. Consumers are entitled to compensation, ticket refunds, and damages for losses suffered. This study recommends strengthening regulatory oversight of entertainment events in Indonesia and the establishment of effective dispute resolution mechanisms for consumers.*

*Keywords:* Legal Liability; Music Promoter; Consumer Protection; Breach of Contract.

**Keywords:** C Legal Liability; Music Promoter; Consumer Protection; Breach of Contract.

## PENDAHULUAN

Industri hiburan musik di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam satu dekade terakhir. Penyelenggaraan konser musik berskala besar, baik oleh artis domestik maupun mancanegara, kini menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban Indonesia. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat bahwa industri hiburan dan pertunjukan musik menyumbang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sektor ekonomi kreatif nasional. (Srifauzi, 2025) Di balik pertumbuhan ini, muncul berbagai permasalahan hukum yang belum sepenuhnya diakomodasi oleh regulasi yang ada, khususnya terkait dengan perlindungan hak-hak konsumen sebagai pembeli tiket acara musik.

Salah satu problematika yang muncul baru-baru ini yaitu Promotor Mecimapro merupakan perusahaan yang berdiri sejak tahun 2015. Perusahaan tersebut bergerak dibidang promosi dan mendatangkan artis ke acara yang diselenggarakannya. Mecimapro juga mengadakan pertemuan antara Idol dengan para penggemar, konser dan juga festival untuk itu mecimapro menjual produk membership yang bertujuan untuk memberikan keuntungan lain kepada pemilik membership untuk diprioritaskan jika ada konser yang akan dipromotori oleh Mecimapro. (Dewa Ayu Nyoman Trisnamurti, I Nyoman Putu Budiarta, 2023)

Kasus ini kembali mencuat ketika Bos Mecimapro divonis lepas terhadap kasus penipuan. Pada tahun 2025, Mecimapro mengadakan konser Day6 yang dilangsungkan pada 3 Mei 2025. Rencananya konser ini akan diadakan di Jakarta International Stadium (JIS) yang memiliki kapasitas 82.000 orang dan dipindahkan ke venue yang lebih kecil yaitu Stadion Madya yang dapat menampung 9.170 penonton. (Marvela, 2025) Perubahan venue ini tidak hanya berdampak pada lokasi penyelenggaraan, tetapi juga mengakibatkan perubahan fundamental pada jenis fasilitas yang diterima konsumen, yakni dari kategori tiket seated (tempat duduk) menjadi standing (berdiri). Perubahan ini terjadi setelah konsumen menyelesaikan pembayaran tiket, sehingga menimbulkan kerugian dan persoalan hukum yang kompleks.

Dalam perspektif yuridis normatif, hubungan hukum antara promotor musik dengan konsumen merupakan hubungan kontraktual yang ketentuannya tunduk pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pembelian tiket konser merupakan perikatan yang melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak. (Sinaga, 2020) Apabila promotor melakukan perubahan fasilitas secara sepihak tanpa persetujuan dari konsumen, maka tindakan tersebut dapat dikualifikasikan sebagai tindakan wanprestasi dan berpotensi terjadi pelanggaran terhadap UUPK. (Shidarta, 2016)

Kajian penelitian ini berfokus pada analisis terhadap tanggung gugat promotor musik terhadap konsumen dalam konteks perubahan fasilitas pasca transaksi masih sangat terbatas untuk diteliti. Semakin maraknya event konser berskala besar di tanah air dan tingginya aduan masyarakat terkait ketidaksesuaian fasilitas yang diterima.

Dari latar belakang di atas perlu dirumuskan terlebih dahulu rumusan masalah yaitu, hubungan hukum promotor musik dan konsumen dalam perspektif perjanjian dan perlindungan konsumen dan mengidentifikasi bentuk pelanggaran terhadap hak-hak konsumen serta merumuskan bentuk tanggung gugat hukum promotor musik yang dapat ditempuh konsumen berdasarkan hukum positif di Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian yang mengkaji hukum sebagai suatu sistem norma yang terdiri atas asas, kaidah, peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, perjanjian, serta doktrin. (Marzuki, 2021) Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*), di mana pendekatan perundang-undangan

dilakukan dengan menelaah seluruh regulasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, hukum perjanjian, dan penyelenggaraan acara hiburan, sedangkan pendekatan konseptual dilakukan dengan mengkaji doktrin serta konsep hukum yang relevan, khususnya terkait tanggung gugat, wanprestasi, dan hak-hak konsumen. (Muhaimin, 2020) Bahan hukum dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer berupa KUH Perdata (Burgerlijk Wetboek), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta peraturan terkait lainnya; bahan hukum sekunder berupa buku hukum, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dan pendapat para ahli; serta bahan hukum tersier berupa kamus hukum, ensiklopedia, dan sumber pendukung lainnya. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (library research) dengan cara mengumpulkan, membaca, mengklasifikasikan, dan menganalisis bahan hukum yang relevan, kemudian dianalisis secara preskriptif-analitis dengan mendeskripsikan fakta hukum, mengkaji konstruksi hukumnya, serta memberikan preskripsi atau solusi hukum yang tepat berdasarkan norma yang berlaku.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisa Kasus Mecimapro dalam Penyelenggaraan Konser Day6**

Dalam kasus mecimapro yang merubah venue konser yang awalnya dari Jakarta International Stadium (JIS) ke Stadion Madya. Perubahan tersebut didasari adanya jadwal pertandingan sepakbola Liga I Indonesia antara Persija Jakarta dan Semen Padang Fc yang berlangsung pada tanggal 27 April 2025. Hal tersebut dinyatakan oleh Mecimapro setelah berdiskusi dengan pihak Manajemen JIS. Persiapan konser grup K-POP tersebut memerlukan waktu sekitar 1 Minggu, yaitu mulai dari Tanggal 24 April sampai tanggal 2 Mei 2025. (Marvela, 2025)

Perubahan Venue tersebut, berpotensi untuk mengurangi pengalaman menonton konser karena JIS merupakan Stadion yang berstandar International dengan kapasitas penonton berjumlah 82.000 dilengkapi dengan fasilitas kursi individu bagi penonton dan stadion tersebut merupakan stadion tertutup. Berbeda dengan JIS, Stadion Madya hanya berkapasitas jauh dibawah JIS yang tidak setara dalam menyelenggarakan konser musik berskala besar.

Dari aspek hukum kontrak, konsumen membeli tiket konser berdasarkan informasi bahwa konser tersebut akan diadakan di JIS dengan kategori tiket seated. Konsumen berekspektasi karena diadakan di JIS maka fasilitas yang didapatkan sesuai dengan apa yang diinformasikan sebelumnya (Shidarta, 2006). Pelaku usaha harus memenuhi kewajibannya yang timbul karena promosi dan penawaran kepada konsumen sebelumnya. Perubahan dari JIS ke Stadion Madya dengan mengubah fasilitas seated menjadi standing tidak hanya merupakan perubahan lokasi saja namun juga merupakan perubahan substansial atas objek perjanjian. Syarat sahnya perjanjian berdasarkan Pasal 1320 BW khususnya pada syarat obyektif yang mana Pelaku Usaha menjanjikan suatu hal yang dalam hal ini adalah fasilitas seated pada Konser Day6. Apabila tidak terpenuhi kewajiban tersebut, maka pelaku usaha telah melakukan wanprestasi atau ingkar janji.

Jika dianalisis menggunakan tanggung jawab produk (product liability). Dasar yang digunakan untuk menuntut tanggung jawab produk dengan landasan adanya pelanggaran jaminan (breach of warranty), kelalaian (negligence) dan tanggung jawab mutlak (strict liability). Bahwa promotor tidak dapat membebaskan diri dari tanggung jawab dengan dalih force majeure semata. Untuk dapat menggunakan pembelaan force majeure, promotor harus membuktikan bahwa perubahan venue disebabkan oleh peristiwa yang benar-benar di luar kemampuan antisipasi dan pengendaliannya, dan bahwa tidak ada alternatif lain yang dapat dilakukan untuk memenuhi prestasi asal atau yang setara. Apabila perubahan venue dilakukan karena pertimbangan bisnis, ketidaksiapan perizinan, atau alasan-alasan yang sebenarnya dapat diantisipasi sejak awal. Pelaku usaha beralasan bahwa perubahan tersebut dikarenakan adanya Force Majeure karena akan ada pertandingan antara Persija Jakarta Vs

Semen Padang. Keadaan memaksa (*force majeure*) merupakan kondisi di mana debitur terhalang untuk melaksanakan seluruh atau sebagian kewajiban kontraknya akibat peristiwa di luar kendali yang tidak terprediksi saat perjanjian dibuat. (Sinaga, 2020) Dasar hukum konsep ini berpijak pada Pasal 1244 dan 1245 BW, serta didukung oleh Pasal 1444 dan 1445 BW. Hal tersebut tidak dapat dibenarkan karena jadwal dari pertandingan tersebut sudah ada sejak awal musim. Pelaku usaha dapat mengantisipasi kejadian tersebut sebelum diadakannya konser ini. Hal tersebut membuktikan terdapat kelalaian yang terjadi akibat tidak cermatnya pelaku usaha dalam menyiapkan penyelenggaraan konser tersebut. Sehingga apabila alasan *force majeure* digunakan dalam kasus ini maka alasan tersebut tidak dapat diterima

### **Hubungan Hukum Promotor Musik dan Konsumen Berdasarkan UUPK**

Hubungan hukum antara promotor musik dengan konsumen pembeli tiket pada hakikatnya merupakan hubungan kontraktual yang lahir dari perjanjian jual beli. Berdasarkan Pasal 1457 KUH Perdata, jual beli adalah suatu perjanjian di mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan. (Hasibuan, Saskia Andhryani, 2024) Dalam konteks tiket konser, tiket merupakan bukti perikatan sekaligus dokumen yang memuat hak-hak konsumen atas fasilitas tertentu yang dijanjikan oleh promotor

Promotor Mecimapro dapat dikatakan sebagai pelaku usaha sebagaimana pengertian pelaku usaha diatur dalam Pasal 1 angka 3 UUPK, yaitu:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaa, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. (Yodo, 2015)

Dari definisi tersebut Promotor Mecimapro dapat dikatakan sebagai pelaku usaha karena merupakan badan hukum yang melakukan kegiatan di wilayah hukum negara Republik Indonesia melalui kegiatan usaha dibidang ekonomi yakni sebagai Penyelenggara Konser Idol.

Sedangkan pengertian konsumen diatur dalam Pasal 1 angka 3 UUPK, yakni: (Sidabalok, 2014)

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Konsumen yang dimaksud dalam UUPK adalah konsumen akhir (*end customer*). (Anak Agung Saung Ngurah Indrawati, 2020) Konsumen akhir dalam hal ini pembeli tiket yang digunakan untuk kepentingannya sendiri dan tidak untuk diperjual belikan kembali. Sehingga, apabila konsumen pembeli tiket ini tidak memperjual belikan kembali tiket sebut maka dapat dikatakan sebagai konsumen akhir sebagai subyek hukum yang dapat dilindungi oleh UUPK.

Perjanjian antara promotor dan konsumen, kendati sering kali berbentuk perjanjian baku (*standard contract*), tetap harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yakni: (1) sepakat mereka yang mengikatkan dirinya; (2) kecakapan untuk membuat suatu perikatan; (3) suatu hal tertentu; dan (4) suatu sebab yang halal. Klausula baku yang membatasi tanggungjawab promotor secara sepihak harus diuji berdasarkan Pasal 18 ayat (1) UUPK yang melarang pencantuman klausula baku yang merugikan konsumen. (Sekararum Intan Munggarana, Sudjanab, 2019)

Dalam pembelian tiket konser tersebut dilakukan secara online. Secara spesifik pengaturan syarat sah perjanjian terhadap perjanjian elektronik diatur dalam Pasal 46 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut “PP 71/2019”). Objek perjanjian sebagaimana dalam syarat

sah perjanjian ke 3 bukan semata-mata hanya mendapatkan notifikasi email telah berhasil membeli tiket konser melainkan juga keseluruhan fasilitas dan pengalaman yang dijanjikan, termasuk lokasi venue, jenis tempat serta fasilitas pendukung lainnya. Sehingga perubahan atas hal tersebut tidak dapat dilakukan secara sepihak sebagaimana dalam Pasal 1338 BW yang perjanjian tersebut mengikat para pihak sebagai undang-undang. Hal ini sejalan dengan *asas pacta sunt servanda*.(Hernoko, 2024)

Selain itu perjanjian jual beli tiket secara elektronik harus dibuat dalam bahasa Indonesia. Sering terjadi dalam pembelian tiket elektronik artis K-POP menggunakan bahasa asing dalam hal ini bahasa Inggris. Hal tersebut melanggar pasal 47 ayat (1) PP 71/2019. Perjanjian tersebut dapat tetap berlaku apabila terdapat pilihan bahasa yang dimengerti oleh Konsumen. Sejalan dengan hak konsumen yaitu hak untuk mendapatkan informasi yang benar.(Shidarta, 2006)

Prinsip tanggung gugat produk didasarkan Pasal 19 UUPK menjadi beban pembuktian bagi Pelaku usaha. Pelaku usaha memiliki tanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian akibat jasa yang dihasilkan.(Nur, Yudha hadian, 2011) pelaku usaha sebagai pihak yang wajib bertanggung jawab atas setiap kerugian yang diderita konsumen akibat penggunaan produk atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian.(Shofie, 2003).

### **Hak-Hak Konsumen Yang Dilanggar Oleh Promotor Musik**

Perlindungan Konsumen sebagaimana di atur dalam UUPK memberikan jaminan perlindungan secara komprehensif bagi konsumen dalam setiap transaksi dengan pelaku usaha.(Yovita, 2003) Dalam kasus Mecimapro sebagai promotor penyelenggara konser Day6 yang melakukan perubahan venue dan fasilitas tiket konser, terdapat beberapa hak konsumen yang dilanggar oleh promotor, yaitu:

1. Pelanggaran terhadap hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan sebagaimana dijamin dalam Pasal 4 huruf a UUPK. Perubahan dari venue Jakarta International Stadium (JIS) yang memiliki fasilitas lebih memadai ke Stadion Madya yang kapasitas dan fasilitasnya berbeda, berpotensi mengurangi tingkat keamanan dan kenyamanan konsumen secara signifikan. JIS merupakan stadion berstandar internasional yang dirancang dengan sistem tata ruang penonton untuk konser besar dengan atap buka tutup. sedangkan Stadion Madya memiliki spesifikasi yang berbeda dan umumnya tidak dipersiapkan untuk konser skala besar dengan kapasitas penonton yang sama dan stadion tersebut tanpa atap sehingga apabila terjadi hujan maka konsumen dirugikan atas ketidaknyamanan itu.
2. Pelanggaran terhadap hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK. Pada saat penjualan tiket, konsumen membuat keputusan pembelian berdasarkan informasi mengenai venue, tanggal, dan jenis fasilitas yang dijanjikan. Perubahan venue dan jenis fasilitas yang diinformasikan setelah transaksi merupakan bentuk ketidakjujuran informasi yang melanggar hak konsumen. Hak atas informasi ini merupakan prasyarat bagi konsumen untuk dapat mengambil keputusan yang rasional dan terinformasi.
3. Pelanggaran terhadap hak untuk didengar pendapat dan keluhannya sebagaimana termuat dalam Pasal 4 huruf d UUPK. Dalam kasus ini, promotor mengambil keputusan perubahan venue secara sepihak tanpa melibatkan konsumen dalam proses pengambilan keputusan, dan tanpa menyediakan mekanisme yang memadai bagi konsumen untuk menyampaikan keberatan atau mendapatkan penjelasan yang komprehensif atas perubahan tersebut
4. pelanggaran terhadap hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian sebagaimana dijamin dalam Pasal 4 huruf h UUPK. Konsumen yang telah membayar tiket dengan kategori seated berhak mendapatkan kompensasi atas perubahan kategori menjadi standing, karena secara nominal maupun kualitas, fasilitas yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan dan dibayarkan. Kegagalan promotor untuk

menyediakan kompensasi yang adil merupakan pelanggaran langsung atas hak konsumen yang dijamin oleh undang-undang.

Di sisi lain, promotor sebagai pelaku usaha juga terbukti tidak memenuhi kewajibannya sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UUPK. Adapun kewajiban yang dilanggar meliputi kewajiban untuk bertindak dengan itikad baik dalam menjalankan kegiatan usaha, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian yang timbul akibat penggunaan, pemakaian, maupun pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Pengubahan kategori tiket dari seated menjadi standing tanpa kompensasi yang layak merupakan bentuk pelanggaran atas kewajiban-kewajiban tersebut

Ketentuan Pasal 8 UUPK juga memiliki keterkaitan dalam konteks ini, karena secara tegas melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang tercantum dalam label, etiket, keterangan, iklan, maupun bentuk promosi penjualan atas barang dan/atau jasa tersebut. Tiket konser yang menjanjikan fasilitas tempat duduk di venue tertentu merupakan bentuk 'janji' yang mengikat promotor untuk memenuhi fasilitas tersebut. Perubahan sepihak yang merugikan konsumen, dengan demikian, jelas-jelas bertentangan dengan ketentuan ini

### **Perlindungan Hukum bagi Konsumen Pembeli Tiket Konser**

Aspek utama dalam melindungi konsumen adalah persoalan tentang produsen atau pelaku usaha atas kerugian yang ditimbulkan oleh produknya. Persoalan ini dikenal dengan tanggungjawab produk (product liability). Menurut Agnes M. Toar mengartikan tanggung jawab produk sebagai kewajiban hukum yang dibebankan kepada produsen atas komoditas yang mereka pasarkan. Tanggung jawab ini muncul apabila barang tersebut mengandung kecacatan bawaan yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen saat produk tersebut telah beredar di masyarakat.(Sidabalok, 2014)

Dalam industri kreatif, perluasan definisi produk ini terlihat jelas pada jasa yang ditawarkan oleh promotor konser musik. Dalam hal ini, "produk" yang dikonsumsi oleh masyarakat bukanlah barang berwujud, melainkan rangkaian layanan profesional mulai dari fasilitas konser, pengamanan, manajemen kerumunan, hingga kualitas sistem suara yang dijanjikan. Apabila promotor gagal menyelenggarakan acara sesuai standar keselamatan, maka hal tersebut dikategorikan sebagai cacat pada produk jasa. Oleh karena itu, tanggung jawab produk dalam konteks ini menuntut promotor untuk menjamin bahwa jasa hiburan yang mereka tawarkan ke publik memenuhi unsur keamanan dan kenyamanan, sebagaimana konsumen mengharapkan kesempurnaan pada barang manufaktur.

Aspek kedua dalam melindungi konsumen adalah standar kontrak. Sering kali pelaku usaha menggunakan kontrak baku. Kontrak baku diatur dalam Pasal 1 angka 10 UUPK, yaitu: "klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen." sebelum adanya UUPK banyak literatur menggunakan istilah "kontrak baku" atau *standart contract*.(Yodo, 2015) Dalam hal pembuatan klausula baku tetap harus memperhatikan syarat sahnya perjanjian yaitu kesepakatan mereka untuk mengikatkan diri sehingga para pihak mengikatkan diri berdasarkan asas konsensualisme.(Hernoko, 2024) Dalam penggunaan klausula baku erat kaitannya dengan asas kebebasan berkontrak atau Privity of Contract karena dalam perjanjian yang melibatkan kedua belah pihak biasanya dilakukan negosiasi. Berbeda dengan klausula baku yang hanya dibuat oleh salah satu pihak dan konsumen harus setuju dengan ketentuan yang telah dibuat oleh Pelaku Usaha melalui klausula baku tersebut. Namun, UUPK melindungi konsumen dari klausula baku yang jahat. Terdapat larangan dalam penggunaan klausula baku sebagaimana diatur dalam Pasal 18 UUPK.(Sekararum Intan Munggarana,

Sudjanab, 2019) Pelaku usaha tidak dapat menyerahkan tanggung jawab kepada konsumen apabila layanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan di awal sebagaimana diatur dalam Pasal 18 ayat (1) huruf c, yaitu: "menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen". Artinya apabila Promotor Mecimapro mengubah venue dan layanan yang ditawarkan saat sebelum tiket tersebut dibeli maka konsumen berhak untuk meminta kembali uang yang telah dibayarkan atas pembelian tiket konser tersebut.

### **Bentuk Tanggung Gugat Hukum Promotor Musik.**

Tanggung Gugat Berdasarkan Wanprestasi diatur dalam Pasal 1243 BW. Wanprestasi adalah keadaan di mana seorang debitur tidak memenuhi kewajibannya sebagaimana yang diperjanjikan, baik karena tidak berprestasi sama sekali, terlambat berprestasi, berprestasi tidak sebagaimana mestinya, atau melakukan sesuatu yang dilarang oleh perjanjian. (Hertanto & Djajaputra, 2024) Dalam kasus ini, promotor dapat dinyatakan telah melakukan wanprestasi karena tidak memenuhi prestasinya sesuai dengan perjanjian awal, yakni menyelenggarakan konser di Jakarta International Stadium dengan fasilitas tempat duduk bagi pemegang tiket kategori seated.

Berdasarkan Pasal 1243 KUH Perdata, promotor wajib mengganti biaya, kerugian, dan bunga yang diderita konsumen akibat tidak terpenuhinya perikatan. Kerugian yang dapat diklaim oleh konsumen meliputi: (a) kerugian materil berupa selisih harga tiket seated dan standing, serta biaya-biaya yang telah dikeluarkan konsumen seperti transportasi dan akomodasi yang direncanakan berdasarkan lokasi JIS; (b) kerugian immateril berupa kekecewaan, kehilangan pengalaman yang dijanjikan, dan gangguan psikologis akibat perubahan yang tidak terduga

Tanggung gugat yang dapat digunakan untuk menuntut promotor adalah tanggung gugat produk (*product liability*). Dalam konteks Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Pasal 19 secara jelas mengatur bahwa pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan. Bentuk ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian sejumlah uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau memiliki nilai setara, maupun pemberian layanan kesehatan dan/atau santunan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Adapun pelaksanaan pemberian ganti rugi tersebut wajib dilakukan dalam jangka waktu paling lama 7 (tujuh) hari sejak tanggal terjadinya transaksi. (Setiawan et al., 2025)

Berdasarkan ketentuan Pasal 19 UUPK tersebut, konsumen pemegang tiket seated yang dirugikan akibat perubahan ke standing berhak menuntut:

- a. Pengembalian selisih harga tiket antara kategori seated dan standing;
  - b. Penggantian tiket dengan kategori yang setara di venue yang setara kualitasnya; atau
  - c. Pembatalan transaksi dengan pengembalian seluruh harga tiket yang telah dibayarkan
- Promotor tidak dapat berlindung di balik klausula eksonerasi (pembebasan tanggung jawab) dalam perjanjian baku yang digunakan dalam tiket, ketentuan Pasal 18 UUPK secara eksplisit melarang adanya pencantuman klausula baku yang bertujuan untuk mengalihkan tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen.

Tanggung gugat pidana juga dapat dikenakan kepada promotor. Selain tanggung jawab perdata, promotor berpotensi dimintai pertanggungjawaban pidana berdasarkan Pasal 62 UUPK, yang mengatur ancaman pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ketentuan dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), serta Pasal 18 UUPK. Jika perubahan venue dan fasilitas tersebut dilakukan dengan sengaja (*opzet*) dan dengan niat

untuk memperkaya diri atau pihak tertentu dengan cara yang merugikan konsumen, maka perbuatan tersebut perbuatan tersebut juga dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana penipuan sebagaimana diatur dalam Pasal 492 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.

### **Upaya Hukum yang Dapat Ditempuh Konsumen**

Upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen antara lain, pertama, melalui penyelesaian sengketa di luar pengadilan dengan mengajukan perkara ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (selanjutnya disebut BPSK). BPSK merupakan lembaga yang dibentuk berdasarkan Pasal 49 UUPK yang memiliki kewenangan untuk menyelesaikan sengketa konsumen di luar jalur peradilan. Penyelesaian melalui BPSK memiliki sejumlah kelebihan, di antaranya proses yang relatif cepat, biaya yang lebih terjangkau, serta putusan yang bersifat final dan mengikat. (Shofie, 2003)

Secara teknis, permohonan penyelesaian sengketa konsumen dapat dikategorikan sebagai bentuk peradilan semu. Ketentuan mengenai Permohonan Penyelesaian Sengketa Konsumen (PSK) diatur dalam Pasal 15 hingga Pasal 17 Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001. Adapun pengajuan permohonan penyelesaian sengketa konsumen tersebut dapat dilakukan baik secara lisan maupun tertulis kepada BPSK. (Shofie, 2003)

Apabila jumlah konsumen yang dirugikan cukup banyak, upaya hukum dapat ditempuh melalui gugatan perwakilan kelompok (*class action*). Mekanisme ini diatur dalam Pasal 46 ayat (1) UUPK yang menyatakan bahwa gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat diajukan oleh sekelompok konsumen yang memiliki kepentingan yang sama. Selanjutnya, Pasal 46 ayat (2) UUPK menegaskan bahwa gugatan yang diajukan oleh kelompok konsumen sebagaimana dimaksud tersebut diajukan ke peradilan umum. Gugatan perwakilan kelompok ini dimungkinkan apabila terdapat sejumlah konsumen yang mengalami kerugian dengan karakteristik atau keluhan yang serupa dalam waktu yang relatif bersamaan. Dibandingkan menempuh proses gugatan secara terpisah, mekanisme ini lebih efektif karena satu atau beberapa konsumen dapat mewakili kelompok konsumen lain yang berada dalam kondisi yang sama untuk menggugat pelaku usaha..

penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi di Pengadilan Negeri. Konsumen dapat mengajukan gugatan perdata berdasarkan wanprestasi (Pasal 1243 KUH Perdata) atau berdasarkan perbuatan melawan hukum (Pasal 1365 KUH Perdata) apabila tindakan promotor memenuhi unsur-unsur perbuatan melawan hukum. Selain gugatan individual, Pasal 46 UUPK juga memungkinkan dilakukannya gugatan *class action* (gugatan kelompok) oleh konsumen yang memiliki kerugian serupa. Mekanisme *class action* ini sangat relevan dalam konteks kasus konser di mana ratusan bahkan ribuan konsumen mengalami kerugian yang serupa atas perubahan fasilitas yang sama

pelaporan kepada instansi pengawas. Konsumen dapat melaporkan tindakan promotor kepada Kementerian Perdagangan selaku instansi yang berwenang dalam pengawasan perdagangan dan perlindungan konsumen, serta Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga. Laporan ini dapat mendorong terjadinya investigasi administratif dan penindakan terhadap promotor yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis yuridis yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Pertama, hubungan hukum antara promotor musik dan konsumen pembeli tiket merupakan hubungan kontraktual yang bersumber pada perjanjian jual beli sebagaimana diatur dalam KUH Perdata, yang secara bersamaan tunduk pada ketentuan UUPK sebagai *lex specialis* dalam bidang perlindungan konsumen. Tiket konser merupakan bukti perjanjian

yang memuat janji-janji promotor mengenai venue, fasilitas, dan pengalaman yang akan diperoleh konsumen. Perubahan venue dari Jakarta International Stadium ke Stadion Madya yang disertai dengan perubahan fasilitas dari seated menjadi standing merupakan bentuk pelanggaran nyata terhadap hak-hak konsumen yang dijamin oleh UUPK, khususnya Pasal 4 huruf a, c, d, dan h, serta merupakan pelanggaran atas kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 7 dan Pasal 8 UUPK. Tindakan ini juga memenuhi unsur-unsur wanprestasi berdasarkan Pasal 1243 KUH Perdata. Promotor musik dapat dimintai tanggung gugat secara perdata berdasarkan ketentuan wanprestasi (Pasal 1243 KUH Perdata) dan berdasarkan UUPK (Pasal 19), serta secara pidana berdasarkan Pasal 62 UUPK. Konsumen berhak menuntut ganti rugi materiil berupa selisih harga tiket dan biaya-biaya yang dikeluarkan, serta ganti rugi immateriil atas kekecewaan dan kerugian non-ekonomis yang dialami.

## REFERENSI

- Anak Agung Saung Ngurah Indrawati. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen: Hubungan Konsumen Produsen, Asas, Tujuan & Aspek Hukum Perdata, Administrasi, Pidana* (S. d. I putu mertadana (ed.); 1st ed.). Udayana University Press.
- Dewa Ayu Nyoman Trisnamurti, I Nyoman Putu Budiarta, I. M. A. M. P. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN PEMEGANG MEMBERSHIP. *Jurnal Preferensi Hukum*, 4(2), 153–158. <https://doi.org/https://doi.org/10.55637/jph.4.2.7143.153-158>
- Hasibuan, Saskia Andhryani, D. (2024). Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Jual Beli Tiket Konser Coldplay Secara Online. *Unes Law Review*, 6(3), 9181–9186. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i3.1873>
- Hernoko, A. Y. (2024). *Hukum Perjanjian: Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial* (7th ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Hertanto, S., & Djajaputra, G. (2024). Tinjauan Yuridis Terhadap Penyelesaian Wanprestasi dalam Perjanjian Jual Beli. *UNES Law Review*, 6(4), 10368–10380. <https://review-unes.com/https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Marvela. (2025). *Konser DAY6 di JIS Dipindah ke Stadion Madya karena Ada Pertandingan Sepak Bola*. Tempo.Co. <https://www.tempo.co/teroka/konser-day6-di-jis-dipindah-ke-stadion-madya-karena-ada-pertandingan-sepak-bola-1222744>
- Marzuki, P. M. (2021). *Penelitian Hukum* (15th ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum* (1st ed.). Mataram University Press.
- Nur, Yudha hadian, D. W. P. (2011). 127-Article Text-463-2-10-20191025. *Litbang Perdagangan*, 5(2), 177–195.
- Sekararum Intan Munggaran, Sudjanab, B. D. N. aProgram. (2019). Perlindungan Konsumen Terhadap Pencantuman Klausula Baku Dalam Perjanjian. *Acta Diurnal*, 2(2), 187–199. <http://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/jad/issue/archiveKORESPONDENPENULIS>
- Setiawan, J., Yetti, & Afrita, I. (2025). Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Atas Produk Cacat Tersembunyi. *The Juris*, 9(1), 217–233. <https://doi.org/10.56301/juris.v9i1.1676>
- Shidarta. (2006). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Revisi II). PT Grasindo.
- Shidarta. (2016). Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. In *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Edisi Revi, Vol. 4, Issue 2). PT Grasindo.
- Shofie, Y. (2003). *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Teori dan Praktek Penegakan Hukum*. Citra Aditya Bakti.
- Sidabalok, J. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Sinaga, N. A. (2020). Perspektif Force Majeure Dan Rebus Sic Stantibus Dalam Sistem Hukum Indonesia. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 11(1), 4.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.35968/jh.v11i1.648>
- Srifauzi, A. (2025). Korean Wave Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif: Dampak Penyelenggaraan Konser Blackpink Terhadap UMKM Lokal Di Jakarta Tahun 2023 Dan 2025. *Journal Of Innovative and Creativity*, 5(3), 38303–38320.
- Yodo, A. M. & S. (2015). *Hukum Perlindungan Konsumen* (Cet. 9). PT Raja Grafindo Persada.
- Yovita, T. (2003). Tinjauan Yuridis Tentang Perlindungan Konsumen Perdagangan Melalui Elektronik Di Indonesia. *Perspektif*, 8(2), 100.  
<https://doi.org/10.30742/perspektif.v8i2.299>