

ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI TIKET KONSER K-POP

Aula Nur Ariza

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas
Hasyim Asy'ari, Jombang, Indonesia
Email: nur.ariza29@gmail.com

Norma Fitria

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas
Hasyim Asy'ari, Jombang, Indonesia
Email: normafitria@unhasy.ac.id

Abstract

*This study analyzes the concert ticket trading practice of the K-Pop group DAY6's 3rd World Tour: Forever Young in Jakarta, organized by Mecima Pro, from the perspectives of Islamic Economic Law (Hukum Ekonomi Syariah) and Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection (UUPK). This research employs a juridical-empirical approach with statutory, conceptual, and case study methods. Data were collected through interviews with consumers, document review, and literature study. The findings indicate that the transaction fulfills the basic pillars of the salam contract *aqidain*, *muslam fihi*, *ra's al-mal*, and *shighat* however, it fails to satisfy key conditions of validity, particularly regarding the clarity of the contract's object and the certainty of delivery time. The venue change from Jakarta International Stadium to Stadion Madya GBK, the receipt of expired snacks, and the delayed refund process reveal the presence of *gharar* elements in the transaction. From the UUPK perspective, the promoter violated Article 4 on consumer rights to comfort and safety, Article 8(1)(f) on the prohibition of services not matching promotional promises, and Article 19(1) on the obligation to provide compensation. It is concluded that the practice does not fully conform to the principles of Islamic Economic Law or the provisions of the UUPK, and the promoter may potentially be subject to administrative and criminal sanctions under Articles 60 and 62 of the UUPK, depending on the results of further legal assessment and proof by the competent authorities.*

Keywords: *Salam Contract, Concert Ticket, Consumer Protection, Gharar, Mecima Pro.*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis praktik jual beli tiket konser grup K-Pop DAY6 3rd World Tour: Forever Young in Jakarta yang diselenggarakan oleh Mecima Pro berdasarkan perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris dengan metode pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dengan konsumen, penelaahan dokumen, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

transaksi tersebut telah memenuhi rukun dasar akad *salam*, yaitu *aqidain*, *muslam fihi*, *ra's al-mal*, dan *sighat*. Namun, transaksi tersebut belum memenuhi syarat sah akad secara sempurna, khususnya terkait kejelasan objek akad dan kepastian waktu penyerahan. Perubahan lokasi konser dari Jakarta International Stadium ke Stadion Madya Gelora Bung Karno, diterimanya makanan ringan yang telah kedaluwarsa, serta keterlambatan proses pengembalian dana (*refund*) menunjukkan adanya unsur gharar dalam transaksi tersebut. Ditinjau dari perspektif UUPK, promotor telah melanggar Pasal 4 mengenai hak konsumen atas kenyamanan dan keamanan, Pasal 8 ayat (1) huruf f mengenai larangan memperdagangkan jasa yang tidak sesuai dengan janji promosi, serta Pasal 19 ayat (1) mengenai kewajiban pemberian ganti rugi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa praktik tersebut belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah maupun ketentuan UUPK. Berdasarkan ketentuan Pasal 60 dan Pasal 62 UUPK, promotor berpotensi dikenai sanksi administratif dan pidana apabila berdasarkan proses pemeriksaan dan pembuktian terbukti memenuhi unsur pelanggaran yang ditentukan dalam peraturan perundang-undangan.

Kata Kunci: Akad Salam, Tiket Konser, Perlindungan Konsumen, Gharar, Mecima Pro.

A. Pendahuluan

Perkembangan industri hiburan global saat ini, khususnya musik *Korean Pop* (K-Pop), menunjukkan peningkatan yang sangat pesat dan berhasil menarik minat besar masyarakat Indonesia. Konser-konser internasional yang digelar di berbagai kota besar selalu disambut antusias oleh penggemar, bahkan tiketnya kerap habis terjual hanya dalam hitungan menit. Kondisi ini tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang memudahkan masyarakat melakukan transaksi pembelian tiket secara digital melalui *platform* daring. Digitalisasi transaksi ini menghadirkan kenyamanan sekaligus menjadi bagian penting dari gaya hidup modern, sehingga praktik jual beli tiket konser semakin berkembang dan memiliki nilai ekonomi yang signifikan.

Tingginya minat masyarakat dalam memperoleh tiket konser melahirkan pola konsumsi yang cepat dan kompetitif, yang sering dikenal dengan istilah *ticket war*. Dalam situasi ini, konsumen dituntut untuk segera melakukan transaksi tanpa memiliki cukup waktu untuk memahami secara menyeluruh ketentuan dan konsekuensi pembelian. Sayangnya, transaksi pembelian tiket konser secara daring tidak selalu berjalan dengan lancar. Konsumen kerap menghadapi berbagai kendala, seperti gangguan sistem saat penjualan dibuka, ketidakjelasan informasi yang

diterima, hingga perubahan kebijakan dari pihak promotor setelah transaksi dilakukan. Kondisi tersebut berpotensi menempatkan konsumen pada posisi yang lemah dan rentan dirugikan (Longdong, Soeikromo, and Korah 2024).

Salah satu permasalahan yang kerap muncul dalam praktik jual beli tiket konser adalah perubahan lokasi atau *venue* konser secara sepihak oleh promotor setelah tiket terjual. Perubahan tersebut dapat menimbulkan ketidakjelasan terhadap objek jual beli, termasuk penempatan dan nomor tiket yang telah dibeli konsumen. Ketidakpastian ini tidak hanya menimbulkan kebingungan, tetapi juga berdampak pada kerugian konsumen yang merasa haknya tidak terpenuhi sebagaimana perjanjian awal. Dalam beberapa kasus, konsumen yang memutuskan untuk tidak menonton konser akibat perubahan tersebut kemudian mengajukan permohonan pengembalian dana (*refund*), namun permintaan tersebut tidak segera dipenuhi atau bahkan tidak ditindaklanjuti hingga waktu yang lama (Yusrina and Sulistyowati 2023).

Hal demikian sebagaimana dialami konsumen konser *DAY6* yang diselenggarakan oleh Mecima Pro. Permasalahan ini menunjukkan pentingnya kepastian hukum dalam transaksi jual beli tiket konser. Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, setiap akad jual beli harus memenuhi rukun dan syarat yang telah ditentukan. Objek akad harus jelas, baik mengenai jenis, waktu pelaksanaan, maupun tempat penyerahan, sehingga tidak menimbulkan ketidakpastian yang dapat merugikan salah satu pihak (Cantika, Aprilida, and Marlina 2025).

Ketidakjelasan ini dalam hukum Islam disebut *gharar*, yakni suatu kondisi yang dapat merusak keabsahan akad (Kusuma et al. 2024). Di sisi lain, hukum positif di Indonesia juga memberikan perlindungan terhadap konsumen melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini mengatur hak dan kewajiban konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha dalam setiap transaksi. Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang atau jasa yang diperdagangkan.

Dalam konteks jual beli tiket konser, UUPK menjadi dasar hukum untuk menilai apakah tindakan promotor telah memenuhi kewajiban hukumnya. Dalam

Hukum Ekonomi Syariah, kegiatan jual beli dipandang sebagai akad yang melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak. Jual beli tiket konser, dengan pembayaran di muka dan penyerahan objek di kemudian hari, memiliki kemiripan yang sangat kuat dengan akad *salam*. Syariat Islam membolehkan akad *salam* berdasarkan Al-Qur'an Surat Al-Baqarah (2): 282 yang menyatakan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.”

Praktik penjualan tiket konser *DAY6* oleh promotor resmi Mecima Pro menjadi contoh konkret permasalahan tersebut. Mecima Pro selaku promotor melakukan perubahan lokasi konser dari *Jakarta International Stadium* (JIS) ke Stadion Utama Gelora Bung Karno (GBK) setelah tiket terjual, yang kemudian menimbulkan ketidakjelasan terkait nomor dan penempatan tiket. Selain itu, terdapat konsumen yang mengajukan permohonan *refund* karena tidak jadi menonton konser akibat perubahan tersebut, namun hingga waktu tertentu pengembalian dana belum sepenuhnya direalisasikan. Kondisi ini menimbulkan keluhan dan ketidakpuasan dari konsumen serta memunculkan dugaan adanya pelanggaran terhadap kewajiban pelaku usaha (Nurhaliza Damayanti 2025).

Kajian-kajian terdahulu yang berkaitan dengan topik ini umumnya membahas permasalahan dalam lingkup yang lebih terbatas. Sebagian besar penelitian berfokus pada pembatalan konser dan tanggung jawab penyelenggara secara umum, perlindungan konsumen dalam transaksi daring yang dibatalkan sepihak, maupun analisis penipuan tiket konser dari satu perspektif hukum saja, baik hukum Islam maupun hukum positif secara terpisah. Sejauh penelusuran penulis, belum terdapat penelitian yang secara khusus mengkaji praktik jual beli tiket konser K-Pop dengan mengintegrasikan dua perspektif hukum sekaligus, yakni akad *salam* dalam Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dalam konteks nyata perubahan *venue*, ketidaksesuaian fasilitas, dan keterlambatan *refund* yang dialami konsumen.

Artikel ini memiliki keunikan karena menggunakan metode analisis yang menyatukan tiga elemen berbeda dalam satu pendekatan.: akad *salam* sebagai

kerangka fikih muamalah, unsur *gharar* sebagai tolok ukur keabsahan akad, dan norma perlindungan konsumen dalam UUPK sebagai instrumen hukum positif. Integrasi ketiga elemen ini diterapkan secara bersamaan terhadap satu kasus konkret, yaitu jual beli tiket konser K-Pop yang mengalami perubahan *venue*, ketidaksesuaian fasilitas, dan keterlambatan refund. Dengan demikian, artikel ini menawarkan perspektif hukum yang lebih komprehensif dibandingkan penelitian-penelitian terdahulu yang hanya menggunakan salah satu pendekatan (Putri, Mardian, and Susanto 2024).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) bagaimana praktik jual beli tiket konser K-Pop oleh Promotor Mecima di Jakarta; (2) bagaimana perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap praktik tersebut; dan (3) bagaimana perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap praktik tersebut..

B. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum yuridis empiris. Penelitian hukum empiris merupakan penelitian yang memandang hukum sebagai perilaku masyarakat, yaitu dengan melihat bagaimana hukum bekerja dan diterapkan dalam kenyataan (Sukmawan and Damayanti 2025). Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pelaksanaan ketentuan hukum dalam praktik yang terjadi di masyarakat, khususnya dalam praktik jual beli tiket konser K-Pop oleh promotor Mecima.

Penelitian dilakukan secara digital melalui situs resmi Mecimashop.com sebagai platform penjualan tiket konser *DAY6*. Selain itu, media sosial Twitter (X) juga digunakan untuk menelusuri informasi dan tanggapan konsumen terkait praktik jual beli tiket konser. Kehadiran peneliti memiliki peran penting karena peneliti terlibat secara langsung dalam memperoleh data di lapangan melalui pengamatan, wawancara, dan penelusuran dokumen.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh melalui: (1) wawancara dengan konsumen yang mengalami perubahan lokasi konser dan keterlambatan pengembalian dana

(*refund*); dan (2) email resmi yang dikirimkan oleh promotor Mecima kepada konsumen terkait mekanisme pengembalian dana. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu dengan memilih informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan permasalahan penelitian (Kiareni, Sorisa, and Parhusip 2024). Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah: (a) konsumen yang telah melakukan pembelian tiket konser *DAY6 3rd World Tour: Forever Young in Jakarta* melalui Mecima Pro; (b) konsumen yang secara langsung terdampak oleh perubahan lokasi konser dan/atau mengajukan permohonan *refund*. Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian ini melibatkan dua informan, yaitu: pertama, Ara (nama inisial), konsumen yang membeli tiket melalui jalur *presale* khusus anggota MCP (*Mecima Membership*) via web *Mecimashop.com*; dan kedua, Din (nama inisial), konsumen yang membeli tiket melalui jalur *general sale* sebagai anggota biasa. Kedua informan dipilih karena mewakili dua jalur pembelian tiket yang berbeda, sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengalaman konsumen dalam transaksi tiket konser tersebut. Sumber data sekunder diperoleh dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, buku-buku fikih muamalah, jurnal ilmiah, serta literatur hukum lainnya yang relevan (Wiraguna 2024).

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi pasif terhadap *platform* penjualan tiket dan media sosial promotor, dokumentasi bukti pembelian tiket dan komunikasi email, wawancara dengan konsumen yang menjadi responden penelitian, wawancara dengan kedua informan dilakukan secara daring melalui *fitur Direct Message (DM)* di platform media sosial Twitter (X), mengingat kedua informan teridentifikasi dan dapat dihubungi melalui platform tersebut. Pilihan media ini didasarkan pada pertimbangan bahwa *Twitter (X)* merupakan *platform* utama yang digunakan konsumen untuk menyampaikan keluhan dan berbagi pengalaman terkait konser *DAY6* tersebut, sehingga validitas dan relevansi data yang diperoleh dapat terjaga. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara tertulis kepada masing-masing informan, dan jawaban yang diperoleh dicatat serta diverifikasi dengan data dokumentasi yang tersedia, serta studi kepustakaan terhadap berbagai literatur hukum yang relevan.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu menggambarkan fakta-fakta terkait praktik jual beli tiket secara sistematis, kemudian menganalisisnya berdasarkan teori Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Metode ini dikombinasikan dengan pola berpikir induktif, yakni menarik kesimpulan umum dari fakta-fakta khusus yang ditemukan di lapangan (Wiraguna 2024).

C. Pembahasan

1. Praktik Jual Beli Tiket Konser K-Pop oleh Promotor Mecima Pro di Jakarta

Mecima Pro merupakan perusahaan promotor hiburan asal Indonesia di bawah naungan PT Melani Citra Mahardika, yang berdiri pada tahun 2015 dan dikenal sebagai penyelenggara konser serta fan meeting artis K-Pop di Indonesia. Ruang lingkup kegiatan Mecima Pro mencakup penyelenggaraan konser dan fanmeeting, pengelolaan penjualan tiket *event*, penjualan merchandise resmi, serta penyelenggaraan event digital (Mecimapro 2025a).

Praktik jual beli tiket konser K-Pop dalam konser *DAY6 3rd World Tour: Forever Young in Jakarta* melibatkan dua pihak utama: promotor Mecima Pro sebagai pelaku usaha, dan pembeli tiket sebagai konsumen. Dalam transaksi ini, promotor berwenang menetapkan harga tiket, kategori tiket, lokasi konser, serta syarat dan ketentuan pembelian (Mecimapro 2025b). Penjualan tiket dilakukan secara bertahap, yakni penjualan khusus bagi MCP *Member* yang dibuka lebih awal, kemudian dilanjutkan dengan general sales melalui platform Mecimashop dan Tiket.com.

Mekanisme transaksi dilakukan sepenuhnya secara daring (*online*). Konsumen mengakses website resmi, memilih kategori tiket yang diinginkan, melakukan pembayaran melalui *Virtual Account* dalam batas waktu yang ditentukan sistem, dan menerima konfirmasi berupa e-voucher melalui email. Selanjutnya, tiket konser diterbitkan dalam bentuk elektronik (*e-ticket*) yang dapat diakses menjelang hari pelaksanaan konser. Keseluruhan proses transaksi dilakukan tanpa pertemuan langsung antara penjual dan pembeli melalui sistem elektronik yang tersedia.

Namun demikian, dalam pelaksanaan konser *DAY6* ditemukan beberapa permasalahan. Pertama, promotor melakukan perubahan lokasi konser dari *Jakarta International Stadium* (JIS) ke Stadion Madya Gelora Bung Karno (GBK). Berdasarkan keterangan resmi promotor, perubahan dilakukan karena JIS akan digunakan untuk pertandingan Liga 1 Indonesia pada tanggal 27 April 2025, sehingga tidak memungkinkan untuk persiapan teknis konser (Nurhaliza Damayanti 2025).

Perubahan lokasi ini berdampak pada penyesuaian denah tempat duduk (*seat plan*) dan kategori tiket karena karakteristik Stadion Madya GBK berbeda dengan JIS. Beberapa kategori tiket mengalami perubahan penamaan dan pembagian zona. Sebagian konsumen yang memilih kategori tiket berdasarkan posisi tempat duduk sesuai karakteristik JIS merasa dirugikan karena posisi yang diperoleh tidak sesuai dengan ekspektasi awal.

Kedua, dalam pelaksanaan konser ditemukan adanya keluhan terkait fasilitas tambahan, yakni *snack* (makanan ringan) yang dibagikan kepada penonton telah melewati tanggal kedaluwarsa (Dwoonly 2025). Hal ini berpotensi membahayakan kesehatan konsumen dan menunjukkan kurangnya perhatian promotor terhadap standar kelayakan fasilitas.

Ketiga, konsumen yang tidak jadi menghadiri konser akibat perubahan tersebut mengajukan permohonan *refund*, namun proses pengembalian dana mengalami keterlambatan signifikan dan berulang kali diperpanjang secara sepihak tanpa kepastian waktu yang jelas (Nitya Amanda Putri Manik Mas et al. 2025). Promotor menyampaikan janji penyelesaian *refund* melalui email resmi, namun janji tersebut mengalami perpanjangan berulang kali tanpa kepastian tanggal pencairan. Konsumen hanya menerima pemberitahuan bahwa permohonan sedang diproses tanpa kejelasan mengenai tahapan dan batas waktu penyelesaian.

Dengan demikian, praktik jual beli tiket konser K-Pop oleh promotor Mecima Pro merupakan bentuk transaksi elektronik yang memiliki tahapan sistematis dan efisien. Namun dalam pelaksanaannya masih ditemukan permasalahan yang menunjukkan ketidaksesuaian antara proses transaksi dengan

realisasi pelaksanaan konser, sehingga menimbulkan kerugian dan ketidakpastian bagi konsumen.

2. Perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap Praktik Jual Beli Tiket Konser K-Pop

Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, praktik jual beli tiket konser K-Pop pada konser *DAY6 3rd World Tour: Forever Young in Jakarta* dapat dikualifikasikan sebagai akad *salam*, yaitu akad jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan objek di kemudian hari (Jannah et al. 2025). Akad *salam* merupakan salah satu bentuk jual beli yang dibolehkan dalam Islam, sebagaimana ditegaskan dalam hadis Nabi saw.:

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَّغْلُومٍ، وَوَزَنٍ مَّغْلُومٍ، وَأَجَلٍ مَّغْلُومٍ

“Barang siapa melakukan *salam* (pesanan), hendaklah ia melakukannya dengan takaran yang jelas, timbangan yang jelas, dan waktu yang jelas.”

Perlu dikemukakan bahwa pemilihan akad *salam* sebagai kerangka analisis memerlukan argumentasi yang memadai, mengingat secara klasik akad *salam* dikenal sebagai akad jual beli atas barang (*mabi'*) yang belum ada dan akan diserahkan pada waktu mendatang (Erizal 2025), sedangkan tiket konser pada hakikatnya merepresentasikan hak akses atas suatu pertunjukan atau jasa, bukan barang berwujud. Alternatif akad yang biasa digunakan untuk objek berupa jasa adalah akad *ijarah*, yaitu akad pemindahan hak guna atas suatu manfaat atau jasa dengan pembayaran upah (*ujrah*) (Salamah 2023).

Namun demikian, terdapat argumen yang kuat untuk tetap menggunakan akad *salam* dalam menganalisis transaksi ini. Pertama, secara struktural, transaksi pembelian tiket konser berciri khas pemesanan di muka (*bay' al-salam*): pembayaran dilunasi sepenuhnya saat akad, sementara objek akad dalam hal ini hak akses dan fasilitas konser baru diterima konsumen pada tanggal pelaksanaan. Kedua, dalam perkembangan fikih muamalah kontemporer, para ulama dan ekonom Islam telah memperluas cakupan objek akad *salam* tidak hanya terbatas pada barang komoditi, melainkan juga mencakup sesuatu yang dapat dideskripsikan secara terperinci (*mawshuf fi al-dhimmah*), termasuk hak akses atas suatu pertunjukan yang spesifikasinya dapat ditentukan, seperti kategori tempat duduk,

lokasi, dan tanggal pelaksanaan (Erizal 2025). Ketiga, berbeda dengan akad *ijarah* yang menekankan aspek pemanfaatan (*manfa'ah*) atas sesuatu yang sudah ada dan siap digunakan, dalam transaksi tiket konser ini objek akad berupa paket pertunjukan beserta seluruh fasilitasnya belum ada pada saat akad dilangsungkan dan baru akan terwujud pada waktu yang disepakati. Hal ini lebih sesuai dengan karakteristik akad *salam* yang justru mensyaratkan objek belum ada (*ma'dum*) saat akad dan baru dipenuhi pada waktu yang ditentukan kemudian (Jannah et al. 2025). Oleh karena itu, dalam penelitian ini akad *salam* dipilih sebagai kerangka analisis yang lebih tepat dibandingkan akad *ijarah*, karena elemen pembayaran penuh di muka dan ketidakhadiran objek pada saat akad merupakan ciri pembeda yang paling dominan dalam transaksi tiket konser ini.

Ditinjau dari rukun akad *salam*, praktik ini pada dasarnya telah memenuhi unsur-unsur pokok. Pertama, adanya *aqidain* (para pihak), yaitu promotor sebagai *muslim ilaih* (pihak yang berkewajiban menyerahkan objek) dan konsumen sebagai *muslim/rabb al-salam* (pihak yang membayar di awal). Kedua, adanya objek akad (*muslam fihi*) berupa tiket konser yang merepresentasikan hak akses masuk ke pertunjukan. Ketiga, adanya harga atau modal (*ra's al-mal*) yang dibayarkan secara tunai oleh konsumen pada saat akad berlangsung. Keempat, adanya *shighat* (ijab dan qabul) yang diwujudkan melalui sistem elektronik berupa klik pembelian dan persetujuan syarat dan ketentuan (Rahayu, Syai'in, and Azizah 2025).

Kemudian, dalam hukum Islam, terpenuhinya rukun saja belum cukup untuk menentukan sahnya suatu akad. Suatu akad juga harus memenuhi syarat-syarat sah, khususnya dalam akad *salam* yang menekankan pada kejelasan objek (*muslam fihi*) dan kepastian waktu penyerahan (*al-ajalu*). Pertama, terkait syarat kejelasan spesifikasi objek. Dalam akad *salam*, objek harus dijelaskan secara rinci meliputi jenis, kualitas, dan karakteristiknya agar tidak menimbulkan perselisihan (Rahayu, Syai'in, and Azizah 2025). Dalam praktik ini, promotor memang telah memberikan informasi awal mengenai kategori tiket dan posisi tempat duduk (*seating plan*). Akan tetapi, fakta di lapangan menunjukkan adanya perubahan posisi kursi yang tidak sesuai dengan informasi awal yang dijanjikan. Kondisi ini menunjukkan

bahwa spesifikasi objek yang seharusnya bersifat pasti menjadi tidak konsisten antara akad dan realisasinya.

Selain itu, pemberian snack yang telah kedaluwarsa juga menunjukkan bahwa kualitas fasilitas tambahan yang menjadi bagian dari objek jasa tidak memenuhi standar kelayakan. Imam Wahbah al-Zuhaili menjelaskan bahwa dalam akad *salam*, syarat sifat barang harus dipenuhi secara sempurna karena pembeli membayar di muka dengan dasar kepercayaan terhadap deskripsi yang diberikan penjual. Jika sifat barang berubah, maka pembeli berhak menolak atau meminta ganti rugi (Az-Zuhaili 2011).

Kedua, terkait syarat kepastian waktu penyerahan (*al-ajalu*). Dalam akad *salam*, waktu penyerahan objek harus ditentukan secara jelas sejak awal untuk memberikan kepastian hukum bagi para pihak. Dalam konteks konser, waktu pelaksanaan acara pada dasarnya telah ditentukan secara pasti. Namun, permasalahan muncul pada mekanisme pengembalian dana (*refund*) ketika terjadi kendala. Promotor tidak menepati waktu pengembalian dana yang telah dijanjikan dan justru melakukan penundaan secara sepihak dari bulan Agustus hingga September tanpa kepastian yang jelas (Nitya Amanda Putri Manik Mas et al. 2025).

Kondisi di atas menunjukkan adanya unsur gharar dalam transaksi yang dilakukan oleh Mecima Pro. Imam al-Zuhaili mendefinisikan gharar sebagai ketidakpastian yang ada dalam suatu transaksi, baik terkait keberadaan barang, karakteristik, harga, maupun waktu penyerahan (Azzahra et al. 2024). Para ulama sepakat bahwa akad yang mengandung gharar yang bersifat berat (*gharar fahisy*) menjadi tidak sah atau *fasid* (rusak). Namun, perlu dilakukan pembedaan lebih dalam antara gharar yang melekat pada objek akad sejak semula dan ketidaksesuaian yang terjadi pada tahap pelaksanaan akad. Pembedaan ini penting agar analisis memiliki implikasi hukum yang berbeda.

Dalam konteks transaksi tiket konser *DAY6* ini, perubahan lokasi konser dari *Jakarta International Stadium* ke Stadion Madya GBK merupakan bentuk gharar yang paling dekat dengan gharar dalam objek akad (*gharar fi al-muslam fihi*), karena spesifikasi *venue* yang telah dijanjikan sejak awal merupakan bagian dari deskripsi objek akad yang harus dipenuhi dengan jelas dan pasti sesuai syarat

muslam fihi. Perubahan *venue* yang tidak sesuai dengan janji awal menunjukkan bahwa objek akad tidak terdeskripsi secara pasti sejak semula, atau setidaknya tidak terjamin kepastian pemenuhannya. Kemudian perubahan *seat plan* yang mengakibatkan ketidaksesuaian kategori tempat duduk yang diterima konsumen dengan yang tertera pada tiket dapat dikualifikasikan sebagai *gharar* dalam karakteristik objek akad. Adapun pemberian *snack* yang telah kedaluwarsa dan keterlambatan proses *refund* lebih tepat dikategorikan sebagai *taqshir* (kelalaian/keteledoran) atau wanprestasi dalam pelaksanaan akad pasca-kesepakatan. Kelalaian ini tidak secara otomatis membatalkan akad sejak awal, namun menimbulkan kewajiban ganti rugi (*dhaman*) bagi pihak yang lalai (Azzahra et al. 2024). Dengan demikian, dari seluruh permasalahan yang terjadi dalam transaksi ini, unsur *gharar* yang paling signifikan dan berpotensi menjadikan akad bersifat *fasid* terletak pada ketidakpastian *venue* dan spesifikasi tempat duduk yang merupakan bagian inti dari objek akad, sedangkan permasalahan *snack* kedaluwarsa dan keterlambatan *refund* memperkuat adanya pelanggaran kewajiban pelaksanaan akad yang menimbulkan tanggung jawab ganti rugi.

Hal ini juga berkaitan dengan prinsip jual beli dalam Islam yang mengharuskan adanya kerelaan (*ridha*) dari kedua belah pihak. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa (4): 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu.”

Berdasarkan analisis tersebut, meskipun rukun akad *salam* secara formal telah terpenuhi, namun syarat-syarat sah akad tidak terpenuhi secara sempurna, khususnya terkait kejelasan spesifikasi objek dan kepastian waktu pemenuhan kewajiban. Ketidakterpenuhan syarat sah akad berimplikasi pada cacatnya akad tersebut karena mengandung unsur *gharar* yang merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, praktik jual beli tiket konser tersebut belum sepenuhnya sesuai dengan rukun dan syarat akad *salam* dalam hukum ekonomi syariah.

3. Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap Praktik Jual Beli Tiket Konser K-Pop

Dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), analisis praktik jual beli tiket konser *DAY6 3rd World Tour: Forever Young in Jakarta* dilakukan dengan mengkaji kesesuaian antara ketentuan normatif dengan fakta yang terjadi di lapangan. Promotor bertindak sebagai pelaku usaha jasa hiburan, sedangkan pembeli tiket merupakan konsumen akhir yang menggunakan jasa tersebut untuk kepentingan pribadi.

Pertama, berdasarkan Pasal 4 angka (1) UUPK yang menyatakan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa (Indonesia 1999). Dalam praktiknya, unsur kenyamanan tidak terpenuhi karena adanya ketidaksesuaian antara informasi awal mengenai posisi tempat duduk dengan realisasi di lapangan.

Konsumen yang dijanjikan mendapatkan view yang dekat dengan panggung justru memperoleh posisi yang lebih jauh. Selain itu, dari aspek keamanan dan keselamatan, pemberian *snack* yang telah kedaluwarsa menunjukkan adanya potensi risiko kesehatan bagi konsumen. Dengan demikian, praktik tersebut menunjukkan bahwa hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 angka (1) UUPK tidak terpenuhi secara optimal.

Kedua, Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam keterangan, iklan, atau promosi. Promotor telah menyampaikan informasi mengenai *seating plan* dan fasilitas yang akan diterima konsumen. Namun, fakta menunjukkan adanya perbedaan antara janji tersebut dengan kondisi nyata, khususnya terkait posisi tempat duduk yang tidak sesuai serta fasilitas tambahan berupa *snack* yang tidak layak konsumsi (Utari and Fadillah 2025). Oleh karena itu, tindakan promotor dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK.

Ketiga, berdasarkan Pasal 19 ayat (1) UUPK, pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan jasa yang diperdagangkan (Indonesia 1999). Meskipun promotor telah

mencantumkan ketentuan mengenai *refund*, realisasi pengembalian dana tidak berjalan sebagaimana mestinya. Ditemukan adanya konsumen yang tidak menerima *refund* serta adanya penundaan waktu pengembalian dana secara berulang tanpa kepastian. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya secara optimal dalam memberikan ganti rugi kepada konsumen, sehingga bertentangan dengan ketentuan Pasal 19 ayat (1) UUPK.

Selain ketentuan di atas, terdapat pula pelanggaran terhadap Pasal 16 huruf a UUPK yang melarang pelaku usaha untuk tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai yang dijanjikan (Indonesia 1999). Promotor Mecima Pro tidak menepati janji waktu penyelesaian *refund* yang telah diumumkan kepada konsumen. Hal ini merupakan bentuk pelanggaran langsung terhadap ketentuan UUPK yang memberikan kepastian pemenuhan kewajiban pelaku usaha kepada konsumen.

Berdasarkan analisis terhadap ketentuan-ketentuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli tiket konser oleh Mecima Pro telah memenuhi unsur-unsur pelanggaran terhadap beberapa ketentuan dalam UUPK, khususnya terkait pemenuhan hak konsumen, kesesuaian antara promosi dan layanan, serta tanggung jawab dalam pemberian ganti rugi.

Akibat dari pelanggaran tersebut, pelaku usaha dapat dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan UUPK. Berdasarkan Pasal 60 UUPK, pelaku usaha yang melanggar dapat dikenakan sanksi administratif berupa kewajiban membayar ganti rugi paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Selain itu, pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 8 dan Pasal 19 juga dapat dikenakan sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 62 ayat (1) UUPK, yaitu pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Dengan demikian, ketentuan sanksi dalam UUPK menjadi bentuk perlindungan hukum bagi konsumen serta upaya untuk menegakkan tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Perlindungan hukum terhadap konsumen perlu ditegakkan secara konsisten agar tercipta iklim usaha yang sehat, adil, dan berkeadilan bagi semua pihak.

D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap praktik jual beli tiket konser DAY6 3rd World Tour: Forever Young in Jakarta oleh promotor Mecima Pro, dapat ditarik kesimpulan bahwa praktik jual beli tiket konser K-Pop yang dilakukan oleh promotor Mecima Pro merupakan transaksi elektronik yang dilaksanakan secara daring melalui sistem yang terstruktur, mulai dari proses pemesanan, pemilihan kategori tiket, pembayaran menggunakan Virtual Account, hingga penerbitan e-ticket. Secara prosedural, mekanisme transaksi ini berjalan secara sistematis. Namun, pelaksanaannya menimbulkan permasalahan berupa perubahan venue konser dari Jakarta International Stadium ke Stadion Madya GBK, ketidaksesuaian fasilitas tempat duduk dan pemberian snack kedaluwarsa, serta keterlambatan proses pengembalian dana (refund) yang menimbulkan kerugian nyata bagi konsumen.

Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, praktik jual beli tiket konser K-Pop dapat dikualifikasikan sebagai akad salam karena pembayaran dilakukan di awal sedangkan objek berupa akses konser diserahkan di kemudian hari. Secara rukun, akad ini telah terpenuhi karena adanya para pihak (aqidain), objek akad (muslam fihi), harga (ra's al-mal), dan shighat. Namun, dari segi syarat sah akad salam, terdapat permasalahan pada kejelasan spesifikasi objek dan kepastian pemenuhan hak konsumen. Perubahan venue dan ketidaksesuaian seat plan dikualifikasikan sebagai unsur gharar pada objek akad, sedangkan pemberian snack kedaluwarsa dan keterlambatan refund merupakan wanprestasi pasca-akad yang menimbulkan kewajiban ganti rugi (dhaman). Secara keseluruhan, praktik ini belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah.

Dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tindakan promotor Mecima Pro berpotensi melanggar sejumlah hak konsumen yang dijamin oleh undang-undang. Pertama, hak konsumen atas kenyamanan dan keamanan sebagaimana diatur dalam Pasal 4 tidak terpenuhi akibat perubahan venue yang terjadi tanpa persetujuan konsumen. Kedua, terdapat ketidaksesuaian antara promosi dengan realisasi layanan yang melanggar ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf f, khususnya terkait spesifikasi fasilitas yang tidak

terpenuhi sebagaimana dijanjikan. Ketiga, kewajiban pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi secara tepat waktu sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (1) tidak dilaksanakan secara optimal. Atas pelanggaran-pelanggaran tersebut, Mecima Pro dapat dikenai sanksi administratif maupun pidana sesuai ketentuan UUPK. Selain itu, terdapat ketidaksesuaian antara promosi dengan realisasi layanan yang melanggar Pasal 8 ayat (1) huruf f, serta tidak optimalnya pemberian ganti rugi kepada konsumen yang bertentangan dengan Pasal 19 ayat (1). Atas pelanggaran tersebut, pelaku usaha dapat dikenakan sanksi administratif maupun pidana sesuai ketentuan UUPK.

E. Daftar Pustaka

- Az-Zuhaili, Wahbah. 2011. *Fiqih Islam Wa Adillatuhu Jilid 5*. Jakarta: Gema Insani.
- Azzahra, Muthia, Lara Dwi Alma, Intan Nuraini Azzahra, and Wismanto. 2024. "Gharar Konsep Memahami Dalam Fiqih : Definisi Dan Implikasinya Dalam Transaksi." *Hikmah : Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam* 1 (4). <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.61132/hikmah.v1i4.265>.
- Cantika, Risa Aprilida, and Lina Marlina. 2025. "Analisis Penipuan Tiket Konser Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Konser Coldplay)." *Hare: Sharia Economic Review* 02 (02).
- Dowoonly. 2025. "Unggahan Mengenai Snack Kedaluwarsa Sebagai Benefit Konser." X. 2025. <https://x.com/i/status/1918611645602857210>.
- Erizal. 2025. "Akad Jual Beli Salam Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Al-Mizan: Jurnal Hukum Islam Dan Ekonomi Syariah* 12 (1).
- Indonesia, Republik. 1999. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Indonesia.
- Jannah, Zahratul, Zilhayatul Husna, Nurulk Assyfa, and Rudi Hartono I. 2025. "Akad Dalam Jual Beli : Akad Murabahah , Akad Salam , Akad Istishna." *Hidayah : Cendekia Pendidikan Islam Dan Hukum Syariah* 2 (2): 227–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/hidayah.v2i2.977>.
- Kiareni, Lusia Cindi, Cinda Sorisa, and Jadianan Parhusip. 2024. "Analisis Penerapan Distribusi Sampling Terhadap Kualitas Informasi Dan Kepuasan Pengguna Media Sosial." *Jurnal Sains Student Research* 2 (6): 560–64. <https://doi.org/10.61722/jssr.v2i6.3004>.

- Kusuma, Atik Devi, Lidya Zanti, Wan Elnayla Azzahra, and Windi Alya Ramadhani. 2024. "Gharar Dalam Transaksi Ekonomi : Analisis Hukum Islam Dan Implikasinya." *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum* 2 (6). <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i6.1413>.
- Longdong, Virgin Velyna Mutiara, Deasy Soeikromo, and Revy S.M Korah. 2024. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Pembatalan Konser Menurut Hukum Positif." *Jurnal Fakultas Hukum UNSRAT* 12 (4): 7–8. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/administratum/article/view/55731/46483>.
- Mecimapro. 2025a. "Profil Mecima." 2025. <https://mecimapro.com/>.
- . 2025b. "Ticket Purchase Notice." Instagram. 2025. https://www.instagram.com/p/DEC2gHUzauO/?img_index=1&igsh=MW52bmFpenMwYmU0Mw==.
- Nitya Amanda Putri Manik Mas, Made, Anak Agung Ayu Ngurah Sri Rahayu Gorda, Kadek Januarsa Adi Sudharma, Anak Agung Ayu Intan Puspawati, and Jurnal Ilmu Sosial. 2025. "Refund Tiket Konser Musik K-Pop Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen: Antara Kepastian Hukum Dan Keadilan." *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 3 (6): 8156–64. <https://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/AlZayn/article/view/2524>.
- Nurhaliza Damayanti, Rani Apriani. 2025. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pada Kasus Perubahan Venue Konser DAY6 Oleh Promotor." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11:74–84. <https://doi.org/https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11968>.
- Putri, Mutia Sari, Husni Mardian, and Rindang Susanto. 2024. "Penerapan Rukun Dan Syarat Jual Beli Dalam Transaksi Online Berdasarkan Ekonomi Syariah." *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Pariwisata Halal* 3 (2): 39–52. <https://doi.org/10.70371/jseht.v3i2.246>.
- Rahayu, Wedi Pratanto, Syai'in, and Ninik Azizah. 2025. *Akad-Akad Perdagangan Dalam Kajian Fikih Muamalah*. Edited by Ummi Ulfatus S. Jombang: Wasilah Media Creative.
- Salamah, Maulida. 2023. "Penerapan Akad Ijarah Dalam Bermuamalah." *Journal Of Economics Business Ethic and Science Histories* 1 (1): 41–49. <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/>.
- Sukmawan, Yulia Audina, and Dwi Damayanti. 2025. "Metode Penelitian Hukum

Normatif Dan Empiris Sebagai Strategi Penguatan Perspektif Kajian Ilmu Hukum.” *Nolaj* 4 (1): 114–28.

- Utari, Aprilla, and Alya Fadillah. 2025. “Perlindungan Konsumen Atas Pelanggaran Hak Dalam Perjanjian Jual Beli Tiket Konser Dan Fasilitas Terkait Oleh Promotor.” *Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan* 1 (3): 360.
<https://jurnal.globalscients.com/index.php/jkhp/article/view/535>.
- Wiraguna, Sidi Ahyar. 2024. “Metode Normatif Dan Empiris Dalam Penelitian Hukum : Studi Eksploratif Di Indonesia.” *PUBLIC SPHARE: Jurnal Sosial Politik, Pemerintahan Dan Hukum* 3 (3).
<https://doi.org/10.59818/jps.v3i3.1390>.
- Yusrina, Saraya, and Eny Sulistyowati. 2023. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terkait Pembatalan Transaksi Online Secara Sepihak Oleh Pihak TIX ID.” *Novum: Jurnal Hukum* 10 (03): 101–10.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/novum/article/view/47447>.