

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam praktik jual beli, termasuk munculnya layanan jasa titip (jastip) tiket konser K-Pop yang dilakukan secara *online*. Dalam praktiknya, transaksi ini seringkali tidak dilindungi oleh kontrak tertulis yang jelas, sehingga sangat bergantung pada asas itikad baik dari para pihak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan asas itikad baik dalam penyelesaian sengketa perjanjian jual beli jasa ticketing K-Pop secara *online*, serta menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen akibat wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode yuridis empiris, yaitu dengan memadukan kajian normatif terhadap peraturan perundang-undangan yang relevan dengan temuan di lapangan. Penelitian ini menemukan bahwa dalam banyak kasus, asas itikad baik tidak diterapkan secara optimal, yang ditandai dengan minimnya transparansi, keterlambatan *refund*, dan pengabaian komunikasi dari pelaku jasa titip kepada konsumen. Hal ini menimbulkan kerugian baik materiil maupun immateriil terhadap konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam kasus ini telah diatur dalam KUH Perdata dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, lemahnya pengawasan dan belum adanya regulasi khusus yang mengatur jasa titip di media sosial menyebabkan konsumen masih berada dalam posisi yang lemah secara hukum. Oleh karena itu, dibutuhkan peran aktif dari pemerintah dan lembaga terkait dalam memberikan edukasi dan menciptakan regulasi yang mampu mengakomodasi dinamika transaksi digital informal seperti jasa titip tiket konser.

Kata Kunci: Itikad Baik, Jual Beli *Online*, Jasa Titip, Wanprestasi, Perlindungan Konsumen