ABSTRAK

Fenomena budaya penggemar (*fandom*) K-Pop di Indonesia mendorong berkembangnya transaksi jual beli *photocard* sebagai barang kolektibel bernilai ekonomis tinggi. Transaksi yang umumnya dilakukan secara daring melalui media sosial tersebut rentan menimbulkan kerugian akibat ketidaksesuaian barang, keterlambatan pengiriman, hingga penipuan. Salah satu contohnya adalah kasus penipuan *group order* (GO) *photocard* pada tahun 2021 yang mengakibatkan kerugian sekitar Rp43.000.000. Padahal, Pasal 13 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang yang diperdagangkan. Kesenjangan antara ketentuan tersebut dengan praktik transaksi *photocard* K-Pop menjadi dasar dilakukannya penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi pembeli yang dirugikan dalam transaksi jual beli *photocard* K-Pop, hubungan hukum antara pelaku usaha dan pembeli dalam transaksi jual beli *photocard* K-Pop, serta akibat hukum bagi pelaku usaha yang menimbulkan kerugian bagi pembeli dalam transaksi jual beli *photocard* K-Pop.

Kerangka berpikir penelitian ini bertumpu pada teori perlindungan hukum Philipus M. Hadjon (dimensi preventif dan represif), dipadukan dengan teori perjanjian jual beli yang menempatkan transaksi jual beli sebagai perbuatan hukum yang melahirkan perjanjian, sumber perikatan, dan hubungan hukum berupa hak dan kewajiban para pihak, serta teori kepastian hukum Jan Michiel Otto mengenai kesenjangan norma hukum (*das sollen*) dan praktik (*das sein*), yang digunakan untuk menganalisis Pasal 13 PP Nomor 80 Tahun 2019, UUPK, dan KUHPerdata.

Penelitian ini menggunakan metode *deskriptif analitis* dengan pendekatan *yuridis empiris* untuk menganalisis kesesuaian antara ketentuan hukum dan praktik di lapangan. Bahan hukum primer diperoleh melalui wawancara terhadap sepuluh responden, terdiri atas delapan konsumen dan dua penjual *photocard* K-Pop di kawasan Metro Indah Mall Kota Bandung pada 6–10 November 2025. Bahan hukum sekunder diperoleh dari peraturan perundang-undangan, buku, dan jurnal ilmiah, sedangkan bahan hukum tersier berupa kamus hukum dan ensiklopedia. Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan wawancara, kemudian dianalisis secara kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan preventif dan represif bagi pembeli *photocard* K-Pop secara normatif telah diatur, namun belum optimal diterapkan, terbukti dari kerugian nyata seluruh responden konsumen sebesar Rp3.000.000,00 hingga Rp10.000.000,00. Hubungan hukum penjual-pembeli merupakan perjanjian jual beli yang sah dan menjadi sumber perikatan, tetapi pelaksanaan hak dan kewajibannya tidak seimbang, sehingga tindakan penjual dikualifikasikan sebagai wanprestasi yang melahirkan hak menuntut pemenuhan, *refund*, penggantian barang, atau ganti kerugian (Pasal 1234, 1243, dan 1267 KUHPerdata), meskipun upaya penyelesaian sengketa formal jarang ditempuh akibat rendahnya literasi hukum.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Wanprestasi, *Photocard* K-Pop.