

Perlindungan Hukum terhadap Peserta Lelang Online di Media Sosial Instagram

Anak Agung Ngurah Boyke Jagannathan, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail: boykejaganathan@yahoo.com
I Ketut Westra, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail: ketutwestrafh@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian dalam tulisan ini bertujuan yaitu untuk mengetahui lebih dalam tentang keabsahan hukum terhadap lelang online melalui media sosial instagram dan bagaimana Perlindungan Hukum Bagi Peserta Lelang Online di Media sosial Instagram. Metode yang dipergunakan oleh penulis dalam penulisan artikel ini adalah menggunakan metode penelitian hukum normative dengan pendekatan perundang-undangan. Penelitian menunjukkan bahwa dasar hukum pelaksanaan lelang online melalui media sosial Instagram adalah Pasal 1320 KUHPerdara dan 1338 KUHPerdara dikarenakan dalam pelaksanaannya tidak diajukan kepada balai lelang resmi sehingga tidak dapat dikatakan sebagai lelang resmi dan dalam pelaksanaan lelang online media sosial Instagram terdapat kelemahan-kelemahan yaitu dalam pengiklanan barang lelangnya, informasi mengenai barang maupun jasa yang di jual kurang jelas, sehingga menyebabkan salah persepsi diantara konsumen atau peserta lelang online di Instagram dan hanya berlandaskan atas kepercayaan. Perlindungan hukum terhadap korban penipuan lelang online media sosial yaitu terdapat dalam Pasal 1243 KUH Perdata, Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 28 ayat (1) UU ITE, dan dalam penyelesaiannya sengketanya terdapat dalam Pasal 38 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Kata Kunci: Lelang Online, Instagram, Perlindungan hukum

ABSTRACT

The research in this paper aims to find out more about the legal validity of online auctions through Instagram social media and how to protect the law for online auction participants on Instagram social media. The method used by the author in writing this article is to use a normative legal research method with a statutory approach. Research shows that the legal basis for conducting online auctions through Instagram social media is Article 1320 of the Civil Code and 1338 of the Civil Code because in its implementation it is not submitted to the official auction hall so it cannot be said to be an official auction and in the implementation of the online auction of Instagram social media there are weaknesses, namely in advertising auction items, information about goods and services being sold is unclear, causing misunderstandings among consumers or online auction participants on Instagram and only based on trust. Legal protection for victims of online social media auction fraud is contained in Article 1243 of the Civil Code, Article 19 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Article 28 paragraph (1) of the ITE Law, and the dispute resolution is contained in Article 38 of the Law Republic of Indonesia Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions.

Key Words: Online Auction, Instagram, Legal protection

I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Dilihat dalam historisnya lelang adalah cara *alternative* dalam menjual barang yang sudah diketahui sejak jaman dulu. Dalam sejarahnya, pelaksanaan lelang ditemukan di Yunani hingga pada zaman kekaisaran Romawi yang dipergunakan dalam menukarkan dan memperjualkan benda-benda hasil rampasan perang dari negara atau kerajaan yang telah dikalahkan¹. Umumnya lelang merupakan suatu tempat untuk memperantarai penjual dan pembeli yang bertujuan untuk memutuskan harga yang tepat untuk barang yang diperjual belikan tersebut²

Lelang pada awalnya sudah ada sejak pemerintahan Hindia. Peraturan mengenai lelang ini dapat kita temukan di Peraturan lelang *Vendureglement, staatsblad* 1908-189 dan perubahan-perubahannya) dan instruksi Lelang *Staatsblad* 1908-190, dan perubahan-perubahannya dan juga peraturan ini masih digunakan sampai sekarang³. Lelang juga terdapat dalam Pasal 1 *sub* 17 UU Nomor 19 Tahun 2000 yang diartikan sebagai "jual beli barang di hadapan umum dengan metode penawaran harga secara lisan maupun tertulis melalui usaha pengumpulan peminat atau calon pembeli".

Lelang diatur juga didalam KMK Nomer 304/KMK.01/2002 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang Pasal 1 ayat (1) yang menyatakan: "Lelang adalah penjualan barang yang terbuka untuk umum baik secara langsung maupun melalui media elektronik dengan cara penawaran harga secara lisan dan/ atau tertulis yang didahului dengan usaha mengumpulkan peminat". Pelaksanaan lelang diharuskan dilakukan dihadapan umum dan dihadapan pejabat lelang dengan mekanisme penentuan kemenangan ditentukan oleh tingginya harga tersebut ditawarkan atau dibeli baik itu secara terbuka atau lisan ataupun secara tertutup atau tertulis yang didahului dengan pengumuman lelang.

Secara garis besar, lelang dikelompokkan menjadi 4 jenis yaitu lelang eksekusi, lelang non-eksekusi wajib, lelang-non eksekusi sukarela dan lelang online. Namun seiring jalannya waktu dan perkembangan teknologi yang tiada hentinya, yang dimana pada masa kini semua berbasis secara online. Seperti halnya surat kabar/koran, transaksi perdagangan, iklan produk, Pendidikan, maupun pengisian data diri yang sangat mudah melalui gadget terkini seperti handphone ataupun laptop secara daring. Sehingga dari hal ini lelang secara online menjadi sangat populer dan sangat diminati oleh masyarakat, dikarenakan lelang secara online ini memiliki kelebihan yang tidak dimiliki pada saat kita mengikuti lelang offline pada umumnya yaitu dalam mengikuti lelang secara online ini tidak mengharuskan peserta lelang maupun penjual barang untuk datang dan bertemu di suatu lokasi layaknya acara lelang pada umumnya, pelaku hanya perlu duduk maupun bersantai dirumahnya dengan memainkan platformnya seperti *handphone* atau Laptop untuk memberikan penawaran pada barang tersebut.⁴

Namun seiring perkembangannya lelang online ini, banyak masyarakat yang mengfungsikan media sosialnya menjadi tempat diadakannya suatu lelang online.

¹ Tista, Adwin. "Perkembangan Sistem Lelang di Indonesia." *Al-Adl: Jurnal Hukum* 5, no. 10 (2013): 46

² Halim, Stefanus. "Keabsahan Lelang Barang Milik Swasta dengan Media internet Ditinjau dari Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik Dan Peraturan Lelang." *CALYPTRA* 4, no. 1 (2015): 5

³ Maliki, Yonani Bijak. "Tinjauan Yuridis Keabsahan Jual Beli Lelang Melalui Internet." *Jurnal Hukum*, (2015): 2

⁴ Harwanto Bimo Pratomo, <https://www.merdeka.com/uang/simak-6-tips-sukses-dan-aman-saat-mengikuti-lelang-online.html> diakses pada tanggal 1 Juni 2021.

Media sosial adalah situs atau tempat yang memungkinkan untuk mempertemukan orang-orang untuk berkumpul dan bertukar pikiran mengenai isu-isu maupun permasalahan-permasalahan terkini secara online.⁵ Pemakaian media sosial akhir-akhir ini menjadi semakin meningkat di berbagai jenjang umur baik itu dikalangan anak-anak, remaja maupun dewasa, fungsi utama media sosial tersebut yaitu sebagai sarana komunikasi dengan keluarga, teman, dan bahkan digunakan sebagai sarana untuk mencari teman baru. Namun, seiring berjalan waktu, media sosial beralih fungsinya tidak hanya sebagai sarana komunikasi melainkan dipakai untuk melakukan praktek jual beli dengan sistem lelang online.⁶ Melalui aplikasi media sosial ini para penggunanya dapat memasarkan barang maupun jasa yang dimilikinya dengan cara penjual memamerkan foto barang yang akan mereka jual kepada akun-akun lelang online.

Lelang online dengan cara ini sangat banyak di temukan didalam aplikasi media sosial Instagram. Akun lelang online atau kerap dikesebut akun *Auction* ini menjual barang lelangnya dengan memposting barangnya di halaman profilnya dengan mencantumkan nilai jual awal dan nilai jual termahal, sistem ini disebut dengan *open bid* sehingga peserta lelang dapat melihat dan menawar barang yang diinginkan di halaman komentar foto tersebut.

Media sosial Instagram sangat mendukung untuk melakukan sistem lelang online dibandingkan aplikasi media sosial yang lain dikarenakan Instagram sangat terkenal di kalangan muda maupun dewasa sehingga pasar lelang ini sangat luas dan mudah dalam mempromosikan penjualan. Selain itu pemasaran dalam media sosial Instagram ini tidak dikenakan biaya dan lokasi pertemuan sehingga tidak menimbulkan biaya untuk lapak, sewa tempat dan perizinan lain. Barang-barang yang dijual pun beragam dari produk kecantikan, *handphone*, otomotif hingga rumah mewah yang harganya sangat mahal dan fantastis.

Penjual yang berkeinginan untuk menjual barangnya secara Lelang melalui media Internet atau secara online, diharuskan untuk melampirkan permohonan kepada Kepala KPKNL atau Pimpinan Balai Lelang disertai dokumen persyaratan lelang yang dimana permohonan harus secara tertulis. Selain mengajukan permohonan secara tertulis, pemohon kemudian melakukan permohonan melalui aplikasi.⁷ Sedangkan dalam sistem lelang di Instagram sama sekali tidak diajukan pada balai lelang sehingga lelang online dalam media sosial ini tidak memiliki dasar hukum yang jelas yang dapat mengakibatkan hilangnya perlindungan hukum terhadap peserta maupun penjual barang lelang di media sosial Instagram ini.

Sistem lelang online di Instagram ini juga kerap menimbulkan berbagai permasalahan-permasalahan dikarenakan peserta lelang tidak dapat melihat barang tersebut secara langsung oleh peserta lelang sehingga penjual sering sekali melakukan penipuan terhadap kualitas produk yang mereka jual. Permasalahan dalam sistem lelang online ini harus sangat diperhatikan oleh pemerintah atau badan yang berwenang untuk mencegah terjadinya penipuan-penipuan yang kerap terjadi. Hal ini bertujuan

⁵ Ari Styaningrum, Yusuf Udaya dan Efendi. "Prinsip-prinsip Pemasaran", (Jakarta: Andi Offset, 2015) : 393.

⁶ Septiyani, Mustiqoh. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram." PhD diss., IAIN Purwokerto, (2017): 8.

⁷ Kementerian Keuangan Republik Indonesia, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jabar/baca-artikel/13204/Lelang-Melalui-Internet-E-Auction.html> diakses pada tanggal 1 Juni 2021.

agar para peserta lelang online di media sosial Instagram tidak merasa khawatir jika terdapat pihak yang dengan sengaja melakukan kecurangan dan tidak bertanggung jawab yang dapat merugikan peserta lelang dan hanya menguntungkan pihak penjual itu sendiri.⁸

Bahwa dalam penelitian ini dibutuhkan penelitian pembanding atau yang memuat tema yang sama, hal ini agar bisa menunjukkan adanya suatu pembeda antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dibuat, sehingga bisa dijadikan pembanding. Berikut ini adalah jurnal yang penulis pergunakan sebagai pembanding dalam penulisan jurnal ini terkait dengan pembahasannya yang berkaitan lelang melalui media sosial ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nakayo dan Nadya Rizky. Pada tahun 2020, dengan judul "Legalitas Lelang yang Diselenggarakan secara Online melalui Aplikasi yang Bukan Balai Lelang", yang membahas mengenai legalitas yang bukan merupakan balai lelang dan perlindungan hukum jika terjadi wanprestasi. Jika dibandingkan dengan penelitian ini terlihat perbedaan pembahasan yang dikaji oleh penelitian sebelumnya dikarenakan penelitian ini lebih menitikberatkan kepada lelang yang dilakukan di media sosial Instagram. Sehingga berdasarkan uraian diatas, diperlukannya penelitian lebih lanjut dan detail mengenai lelang online di media sosial Instagram dan membuat suatu karya tulis ilmiah berjudul "**Perlindungan Hukum Terhadap Peserta Lelang Online Di Media Sosial Instagram**".

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana keabsahan hukum terhadap lelang online melalui media sosial instagram?
2. Bagaimana Perlindungan Hukum Bagi Peserta Lelang Online di Media sosial Instagram?

1.3. Tujuan Penulisan

Pembuatan karya ilmiah ini memiliki tujuan untuk menelaah dan memahami permasalahan yang dihadapi peserta lelang dalam sistem lelang online media sosial Instagram dan bagaimana Perlindungan Hukum Bagi Peserta Lelang Online di Media sosial Instagram.

II. Metode Penelitian

Penulisan karya ilmiah ini menggunakan metode hukum normatif. Sehingga dalam pelaksanaan penelitian hukum ini memiliki tujuan kajian yaitu norma hukum. Dikarenakan dalam penulisan jurnal ilmiah ini menggunakan metode hukum normative maka dalam penulisan artikel ini memakai pendekatan perundang-undangan, pendekatan konsep, dan pendekatan kasus. Bahan hukum yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah ini berupa bahan hukum primer yaitu peraturan perundang-undangan yaitu, UU Nomor 8 Tahun 1999, UU Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 ITE serta KUHPPerdata, kemudian bahan hukum sekunder yang dipergunakan adalah buku dan jurnal online serta bahan hukum tersier seperti Kamus Hukum dan selanjutnya dianalisis untuk mendapatkan

⁸ Roesli, M., Heri, A., & Rahayu, "S. Authority of Land Procurement Committee In The Implementation of Compensation For Land Acquisition", *YURISDIKSI: Jurnal Wacana Hukum Dan Sains*, Univerista Merdeka Surabaya, (2017): 46

kesimpulan sehingga tercipta gambaran mengenai perlindungan hukum bagi peserta lelang online di media sosial Instagram.⁹

III Hasil dan Pembahasan

3.1 Keabsahan Hukum Terhadap Lelang Online Melalui Media Sosial Instagram

Lelang online dapat diterapkan untuk lelang eksekusi, lelang noneksekusi wajib, dan lelang noneksekusi sukarela. Pasal 2 Peraturan Menteri Keuangan (PMK) 27/PMK.06/2016 pada dasarnya menyatakan bahwa “lelang harus diselenggarakan oleh Pejabat Lelang kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan”. Dalam peraturan ini tidak terdapat ketentuan khusus sehingga dalam pelaksanaan lelang internet diharuskan untuk dilakukan dihadapan pejabat lelang tanpa pengecualian.

Dalam Sistem lelang online melalui media sosial Instagram ini sama sekali tidak dilakukan dihadapan pejabat lelang sehingga, sistem lelang ini tidak memiliki dasar hukum yang jelas dalam pelaksanaannya. Namun sistem lelang online melalui media sosial Instagram ini memiliki mekanisme yang sama seperti lelang pada umumnya yaitu menggunakan sistem bidding yaitu penawaran dengan harga tertinggi. Sehingga dasar hukum jual beli dengan cara lelang online melalui media sosial Instagram ini adalah Pasal 1320 KUHPerdara. Konsep perjanjian jual beli lelang online yang menggunakan media sosial Instagram sebagai wadahnya pada dasarnya sama seperti konsep perjanjian yang tercantum dalam Pasal 1313 KUH Perdata yang mengatakan bahwa “perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”. Pasal 1320 KUHPerdara menyatakan suatu perjanjian harus memenuhi empat syarat yaitu: “a) Kesepakatan dari mereka yang mengikat dirinya, b) Kecakapan untuk membuat perikatan, c) Suatu hal tertentu, d) Suatu sebab yang halal”.

Apabila telah memenuhi Pasal 1320 KUHPerdara, maka jual beli online melalui sistem lelang ini telah sah menurut hukum. Pada dasarnya jual beli secara online dengan jual beli pada umumnya adalah sama, jika kita lihat dari teknisnya bahwa jual beli terjadi jika terdapat suatu kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai barang maupun jasa yang diperjual belikan, perbedaan hanya pada media yang digunakan yaitu jual beli online menggunakan media sosial sebagai tempat atau wadahnya sedangkan jual beli secara offline diharuskan untuk bertemu langsung di tempat yang disepakati untuk menawarkan harga barang tersebut. Dalam sistem lelang online melalui media sosial Instagram ini ini menggunakan metode interaksi tanpa kertas (*paperless method*), sebagai pilihan baru terhadap metode yang menggunakan media kertas (*paper based method*) dalam jual beli pada umumnya, dimana metode tanpa kertas ini berkemungkinan akan menghadapi dinamika-dinamika dari hukum nasional. Dikarenakan selama ini dalam pengimplementasian hukum sudah terbiasa menggunakan dokumen kertas dikarenakan *paper based method* ini memenuhi ketentuan syarat tertulis dan ditanda tangani dengan asli. Maka daripada itu perjanjian yang dilakukan dengan media sosial adalah perjanjian yang absah menurut sudut pandang hukum positif, hal ini harus dicermati dan dianalisa dengan detail mengacu pada huku positif yang berlaku saat ini.

Dengan berpatokan pada isi Pasal 1320 KUHPerdara, tidak terdapat ketentuan khusus yang mengatur tentang mekanisme atau media yang digunakan dalam

⁹ Ray Adityanata, Nyoman Bagiastra. “Upaya memperoleh kepastian hukum demi hak dari pemenang suatu lelang”, *Jurnal Fakultas Hukum*, (2020): 780

pembuatan perjanjian, maka dari hal ini Pasal 1320 KUHPPerdata tidak mengharuskan dalam pembuatan perjanjian harus dilakukan secara langsung atau offline sehingga dibebaskan bahwa dalam bertransaksi dapat dilakukan secara offline maupun online.

Sama halnya dengan asas kebebasan berkontrak yang dianut KUHPPerdata, dalam KUHPPer tersebut dikatakan bahwa tidak adanya ketentuan atau pengecualian dalam melakukan suatu kontrak dengan seseorang, dalam Pasal 1338 KUHPPerdata ini para pihak dibebaskan dalam memilih dan membuat suatu perikatan atau perjanjian dengan pihak lain yang dimana perjanjian ini dilakukan atas itikad baik.¹⁰ Maka dari itu suatu perjanjian atau perikatan tidak membatasi media yang digunakan dan juga dalam pembuatan perjanjian tersebut dapat dilakukan oleh semua orang dan mengikat para pihak hal ini mengacu pada Pasal 1320 dan Pasal 1338 KUHPPerdata.

3.2 Perlindungan Hukum Bagi Peserta Lelang Online di Media sosial Instagram

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi banyak perubahan yang terjadi didunia yang dimana salah satunya yaitu pada bidang komunikasi, jika kita kembali pada jaman dahulu media komunikasi jarak jauh hanya memanfaatkan surat sebagai media pengantarnya sedangkan pada jaman ini terdapat cara yang lebih mudah dalam mengirim pesan kepada teman, kerabat maupun keluarga yang sangat jauh dengan waktu yang singkat. Media sosial termasuk dalam media baru atau new media, yang merupakan perkembangan dari metode komunikasi jarak jauh yang terjadi di dunia ini.¹¹

Instagram adalah Instagram merupakan aplikasi yang memberikan penggunaanya untuk mengambil gambar, menerapkan efek lucu, dan menyebarkannya ke berbagai pengguna lainnya secara publik¹² Aplikasi Instagram memberikan layanan bagi penggunaanya dalam membagikan hasil karyanya baik foto maupun video ke dalam *feed* yang dapat diedit dengan berbagai *filter* dengan *tag* dan informasi lokasi. Unggahan tersebut dapat dilihat secara public ataupun teman yang telah disetujui sebelumnya. Aplikasi ini sangat digemari dan populer di bandingkan dengan aplikasi media sosial lainnya, dikarenakan Instagram ini sangat mudah digunakan dan juga para pengguna Instagram didominasi oleh kalangan anak muda atau remaja. Aplikasi Instagram ini sejalan juga dengan *trend* yang sangat ramai yang dilakukan oleh masyarakat pada zaman ini yaitu foto selfie yang sangat digemari oleh anak-anak zaman sekarang.

Instagram tidak hanya berproses sebagai aplikasi media komunikasi jarak jauh yang dapat mengantarkan pesan dengan waktu singkat, aplikasi ini juga dapat dimanfaatkan sebagai ladang bisnis ataupun tempat lelang online bagi para penggunaanya, dikarenakan aplikasi Instagram ini sangat efektif dan dapat mencakup semua orang dari berbagai penjuru daerah sehingga cakupan pasar menjadi sangat luas, kelebihan lainnya yaitu semua promosi yang dilakukan di Instagram adalah gratis atau tidak membutuhkan biaya sekalipun.

Praktik jual beli dengan sistem lelang di Instagram sudah terjadi dalam kurun waktu beberapa tahun lalu. Dalam praktiknya, lelang berbasis online di sosial Media

¹⁰ Rusli, Tami. "Asas Kebebasan Berkontrak Sebagai Dasar Perkembangan Perjanjian di Indonesia." *Pranata Hukum* 10, no. 1 (2015): 24

¹¹ Nainggolan, Vitri, Sintje A. Rondonuwu, and Grace J. Waleleng. "Peranan media sosial Instagram dalam interaksi sosial antar mahasiswa fakultas ilmu sosial dan politik UNSRAT Manado." *Acta Diurna Komunikasi* 7, no. 4 (2018): 3

¹² Prihatiningsih, Witanti. "Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja." *Communication* 8, no. 1 (2017): 52

Instagram ini memiliki syarat dan peraturan yang harus dipenuhi oleh peserta lelang tersebut, baik penjual maupun pembeli.

Dalam pelaksanaan sistem lelang online di media sosial Instagram memuat pemohon lelang atau penjual dan peserta lelang lelang. Penjual lelang dapat dikatakan sebagai pemilik barang yang dapat dilakukan secara perorangan atau badan hukum maupun badan usaha. Penjual diberikan wewenang dalam menjual dan mempromosikan barang tersebut hal ini mengacu pada peraturan perundang undangan jual beli dan transaksi ini dianggap sah. Sedangkan pemilik barang hanya sebagai pemegang hak kepemilikan.

Peserta lelang atau bisa disebut sebagai pembeli dapat dikatakan sebagai individu atau badan hukum atau badan usaha yang dapat mengajukan penawaran dalam lelang lelang dan jika suatu peserta lelang memiliki penawaran paling tinggi (*highest bidders*) dari pada peserta lainnya yang mencapai dan melampaui harga maksimalnya dapat disahkan sebagai pemenang lelang.

Dalam Sistem lelang online di Instagram ini walaupun memiliki banyak keuntungan dan keunggulan daripada sistem lelang *offline*, tapi tidak luput juga dari kelemahan-kelemahan yang dimana antara lain:

1. Informasi mengenai barang maupun jasa yang di jual kurang jelas, sehingga menyebabkan salah persepsi diantara konsumen atau peserta lelang online di Instagram, hal ini kerap kali terjadi dalam lelang online yang dimana ini dilakukan dengan sengaja oleh penjual barang contohnya, kerusakan dan kecacatan barang tidak dicantumkan dan juga fungsi dari barang tersebut berbeda dengan yang ada dideskripsi iklan. Kasus ini biasanya terjadi dikarenakan penjual mencantumkan bahwa barang yang sudah diterima oleh pemenang lelang tidak dapat *direfund* sehingga para konsumen sangat tidak diuntungkan dan dirugikan.
2. Sistem lelang online di Instagram ini hanya berdasarkan kepercayaan antara konsumen dengan penjual barang. Maka dari itu tidak adanya jaminan peserta lelang maupun penjual membayar atau memberikan barangnya, walaupun dicantumkan bahwa peserta lelang ataupun penjual yang tidak mengikuti peraturan akan di masukkan dafyat hitam (*black list*) maupun di laporkan pada pihak berwenang, namun masih tetap saja terdapat pihak-pihak dengan sengaja melakukan penipuan demi keuntungan dirinya sendiri.¹³

Dalam kenyataannya peserta lelang online melalui Instagram yang paling sering menjadi korban kecurangan para pihak penjual barang lelang yang tidak jujur. Dalam hal ini peserta lelang diharapkan dapat melapor ataupun complain mengenai permasalahan ini yang bertujuan untuk memenuhi haknya sebagai konsumen barang tersebut. Jika tidak adanya inisiatif para peserta lelang online dalam mengadakan haknya sebagai konsumen, kemungkinan terburuk yang akan terjadi adalah pihak penjual yang berbuat curang ini akan terus bertambah dan presepsi lelang online yang mudah ini akan tidak dipercaya lagi oleh masyarakat. Kita sebagai peserta lelang yang memenangkan barang tersebut harusnya bersikap aktif dalam memberantas para pihak yang melakukan kecurangan dan memenuhi hak kita sebagai konsumen barang tersebut.

¹³Ekaputri, Novita Wahyu. "Perlindungan Hukum Bagi Peserta Lelang Online Berdasarkan Pasal 35 Undang undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik." PhD diss., Universitas Brawijaya, (2011): 5.

Untuk memberikan perlindungan hukum, sistem lelang online di media sosial Instagram ini harus memuat asas kepastian hukum atas hak-hak pemenang lelang. Asas tersebut bertindak sebagai penjaga agar tetap tercapainya tujuan dari perjanjian, yang pada sendiri akhirnya memberikan perlindungan hukum bagi pemenang lelang dan tercapainya tujuan hukum itu yaitu ketertiban, kepastian hukum dan keadilan. Hal ini sesuai dengan Pasal 28 huruf D ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan "Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum."¹⁴

Banyak permasalahan-permasalahan yang dapat timbul dalam pelaksanaan lelang online melalui media sosial Instagram ini, seperti kesepakatan yang dilanggar atau wanprestasi, konsekuensinya dan mekanisme dari penyelesaiannya wanprestasi tersebut. Maka dari hal tersebut kita dapat memperoleh dan memahami kelebihan dan kekurangan dari pelaksanaan lelang melalui media sosial Instagram.

Dalam penyelenggaraan lelang online di Instagram dengan media internet, jika terdapat suatu penipuan atau sebuah wanprestasi, para korban yang merasa dirugikan tersebut dapat mengajukan gugatan kepada penjual lelang barang tersebut, oleh setiap orang yang mengikuti atau menggunakan tempat lelang online tersebut.

Wanprestasi biasanya disebabkan oleh pemohon lelang yang pada awalnya setuju pada kesepakatan awal yang disetujui sejak awal yang memuat hak dan kewajiban pemohon maupun peserta lelang yang dimana harus memenuhinya namun pemohon atau penjual barang tidak memenuhi perjanjian tersebut.

UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE sebagaimana telah diubah oleh UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE mengatur juga mengenai penipuan yang terjadi di media sosial. Hal ini diatur dalam ketentuan Pasal 28 ayat (1) UU ITE yang menyatakan:

"Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik."

Jika pada saat barang yang datang atau diterima pemenang lelang tidak sesuai yang diperjanjikan atau terdapat kerusakan, kecacatan barang yang dapat merugikan pembeli, maka penjual diharuskan mengganti rugi terhadap barang yang dia jual kepada konsumen, hal ini merancu pada Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam Pasal 19 mengenai perlindungan konsumen ini mengatur tentang tanggungjawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi atau menggunakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan,¹⁵ pasal tersebut berisi: "a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan, b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi, d

¹⁴ Mafita, Mafita. "Pelaksanaan Lelang Melalui Internet Terhadap Aset Barang Milik Negara Pada Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Serang Berdasarkan Asas Kepastian Hukum." *Nurani Hukum: Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 2 (2020): 137.

¹⁵ Riung, Chrisai Marselino. "Tanggung Jawab Pelaku USAha Terhadap Kerugian Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-commerce." *Lex Privatum* 3, no. 2 (2015): 1235

Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan, e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.”¹⁶

Penyelesaian sengketa bagi pihak pelaksana lelang maupun peserta online Instagram termuat dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Pasal 38 mengatur bahwa: “1. Setiap Orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian. 2. Masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.”

Penyelesaian sengketa yang terjadi di lelang online media sosial ini tidak saja bisa diajukan dengan gugatan perdata saja, namun pihak-pihak yang merasa dirugikan dapat menyelesaikan sengketanya dengan cara lainnya yaitu penyelesaiannya dengan arbitrase, atau Lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya. Yang dimana ini termuat pada ketentuan Pasal 39 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008

Kepastian dalam perlindungan hukum merupakan hal yang penting bagi masyarakat yang bertransaksi menggunakan media online. Hal ini memiliki tujuan agar masyarakat mendapatkan perlindungan hukum yang jelas, sehingga pemerintah sekaligus masyarakat harus aktif dan perlu dilibatkan agar mengetahui ketentuan maupun syarat syarat yang diperlukan dalam pelaksanaan lelang online media sosial ini. Hal ini perlu dijelaskan dan dirumuskan dalam suatu ketentuan yang mencakup dari pelaksanaan lelang online hingga transaksi menggunakan media elektronik, sehingga permasalahan-permasalahan yang akan terjadi pada sistem lelang online melalui media sosial Instagram dapat dihindari.

IV Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian mengenai perlindungan hukum terhadap peserta lelang online di media sosial Instagram yaitu, Dasar hukum Lelang online melalui media sosial Instagram mengacu pada KUHPer pada Pasal 1320 yaitu syaratnya perjanjian. Jika dalam suatu jual beli online dengan sistem lelang online ini sudah memenuhi syarat pada pasal 1320 maka dapat dikatakan sah dalam hukum, sama halnya dengan asas kebebasan berkontrak yang dianut KUHPerdata, dalam KUHPer tersebut dikatakan bahwa tidak adanya ketentuan atau pengecualian dalam melakukan suatu kontrak dengan seseorang, dalam Pasal 1338 KUHPerdata ini para pihak dibebaskan dalam memilih dan membuat suatu perikatan atau perjanjian dengan pihak lain yang dimana perjanjian ini dilakukan atas itikad baik. Dalam pelaksanaan lelang online media sosial Instagram terdapat kelemahan-kelemahan yaitu dalam pengiklanan barang lelangnya, informasi mengenai barang maupun jasa yang di jual kurang jelas, sehingga menyebabkan salah persepsi diantara konsumen atau peserta lelang online di Instagram dan juga sistem lelang online di Instagram ini hanya berdasarkan kepercayaan antara konsumen dengan penjual barang Bentuk

¹⁶ Andiansyah, Diecky Eka Koes. "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Jual Beli Dalam Platform Media Sosial Instagram Dan Facebook." *Celebes Cyber Crime Journal* 1, no. 1 (2019): 33

perlindungan hukum terhadap korban penipuan lelang online media sosial yaitu terdapat dalam dalam Pasal 1243 KUH Perdata, Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 28 ayat (1) UU ITE, dan dalam penyelesaiannya sengketanya terdapat dalam Pasal 38 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ari Styaningrum, Yusuf Udaya dan Efendi. "Prinsip-prinsip Pemasaran", (Jakarta: Andi Offset, 2015).

Jurnal

Andiansyah, Diecky Eka Koes. "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Jual Beli Dalam Platform Media Sosial Instagram Dan Facebook." *Celebes Cyber Crime Journal* 1, no. 1 (2019)

Ekaputri, NovitaWahyu. "Perlindungan Hukum Bagi Peserta Lelang Online Berdasarkan Pasal 35 Undang undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik." PhD diss., Universitas Brawijaya, (2011)

Halim, Stefanus. "Keabsahan Lelang Barang Milik Swasta dengan Media internet Ditinjau dari Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik Dan Peraturan Lelang." *CALYPTRA* 4, no. 1 (2015)

Mafita, Mafita. "Pelaksanaan Lelang Melalui Internet Terhadap Aset Barang Milik Negara Pada Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Serang Berdasarkan Asas Kepastian Hukum." *Nurani Hukum: Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 2 (2020)

Maliki, Yonani Bijak. "Tinjauan Yuridis Keabsahan Jual Beli Lelang Melalui Internet.", *Jurnal Hukum*, Universitas JEMBER, (2015)

Nainggolan, Vitri, Sintje A. Rondonuwu, and Grace J. Waleleng. "Peranan media sosial Instagram dalam interaksi sosial antar mahasiswa fakultas ilmu sosial dan politik UNSRAT Manado." *ACTA DIURNA KOMUNIKASI* 7, no. 4 (2018): 3

Prihatiningsih, Witanti. "Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja." *Communication* 8, no. 1 (2017)

Ray Adityanata, Nyoman Bagiastra. "Upaya memperoleh kepastian hukum demi hak dari pemenang suatu lelang", *Jurnal Fakultas Hukum*, vol 8, No 2, (2020)

Riung, Chrisai Marselino. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-commerce." *Lex Privatum* 3, no. 2 (2015)

Roesli, M., Heri, A., & Rahayu, "S. Authority of Land Procurement Committee In The Implementation of Compensation For Land Acquisition", *YURISDIKSI: Jurnal Wacana Hukum Dan Sains Univerista Merdeka Surabaya*, (2017)

Rusli, Tami. "Asas Kebebasan Berkontrak Sebagai Dasar Perkembangan Perjanjian di Indonesia." *Pranata Hukum* 10, no. 1 (2015)

Tista, Adwin. "Perkembangan Sistem Lelang di Indonesia." *Al-Adl: Jurnal Hukum* 5, no. 10 (2013)

Skripsi, Tesis & Disertasi

Melani Ananta, "Sistem Lelang Online Melalui iPasar Kayu Jati Perum Perhutani Ditinjau Novita Wahyu, "Perlindungan Hukum Bagi Peserta Lelang Online

Berdasarkan Pasal 35 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Transaksi Elektronik, *Skripsi Universitas Brawijaya, Malang*, (2011)
Septiyani, M, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram", *Skripsi Fakultas Syari'ah IAIN Purwokerto*, (2017)

Internet

Harwanto Bimo Pratomo, <https://www.merdeka.com/uang/simak-6-tips-sukses-dan-aman-saat-mengikuti-lelang-online.html> diakses pada tanggal 1 Juni 2021
Kementrian Keuangan Republik Indonesia,
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jabar/baca-artikel/13204/Lelang-Melalui-Internet-E-Auction.html> diakses pada tanggal 1 Juni 2021

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 2008 Nomor 4843)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2000 tentang Penagihan Pajak Dengan Surat Paksa
Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.304/KMK.01/2002 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang