

## Perlindungan Hukum terhadap Peserta Lelang Online di Media Sosial Instagram

Anggun Pulumoduyo

Fakultas Hukum, Universitas Negeri Gorontalo

Alamat: Jl. Jend. Sudirman No.6. Dulalowo Timur, kec. Kota Tengah, Kota Gorontalo.

Korespondensi penulis: [anggunpulongoduyo@gmail.com](mailto:anggunpulongoduyo@gmail.com), [zamroni@ung.ac.id](mailto:zamroni@ung.ac.id).

**Abstract.** *The research in this paper aims to find out more about the legal validity of online auctions via Instagram social media and how legal protection is for online auction participants on Instagram social media. The method used by the author in writing this article is a normative legal research ethod with a statutory approach. Research shows that the legal basis for carrying out online auctions via Instagram social media is Article 1320 of the Civil Code and 1338 of the Civil Code because the implementation is not submitted to an official auction house so it cannot be said to be an official auction and in implementing online auctions on Instagram social media there are weaknesses, namely in advertising goods. In the auction, information about the goods and services being sold is unclear, causing misperceptions among consumers or online auction participants on Instagram and is only based on trust. Legal protection for victims of social media online 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 dispute resolution is contained in Article 38 of the Law Republic of Indonesia Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions.*

**Keywords:** *Online Auctions, Social Media, Legal protection*

**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 KUHPerduta dan 1338 KUHPerduta dikarenakan dalam pelaksanaannya tidak diajukan kepada balai lelang resmi sehingga tidak dapat dikatakan sebagai lelang resmi dan dalam pelaksanaan lelang online media sosial Instargram 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, Media Sosial, Perlindungan hukum*

### LATAR BELAKANG

Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, komunikasi dan informasi di era globalisasi saat ini berjalan sangat pesat seiring laju pembangunan di segala bidang, terutama bidang perekonomian. Bahkan setiap negara memiliki berbagai macam sektor perekonomian yang menunjang kehidupan negara tersebut.<sup>1</sup> Hal ini menuntut mobilitas manusia yang cepat, efisien, dan mudah agar segala kebutuhan dapat segera terpenuhi. Globalisasi informasi dalam bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya berkembang dengan baik karena cepatnya jaringan

---

<sup>1</sup> Putri Utami Dian Safitri. Skripsi: Analisis Yuridis Putusan Hakim yang Menolak Wanprestasi (Studi Putusan Nomor 119/PDT.G/2015/PN.YYK). 2020. Jember: Universitas Jember. Hlm. 1

informasi. Hal tersebut berdampak pada perkembangan pembangunan ekonomi nasional yang mengalami kemajuan dan perubahan dalam bentuk positif, yang memungkinkan terbukanya peluang untuk mendorong pelaksanaan pembangunan ke arah yang diharapkan, walau tidak dapat dipungkiri menimbulkan dampak negatif juga. Pesatnya pembangunan di segala bidang mendorong peningkatan mobilitas gerak manusia yang cepat dan dinamis sehingga memaksa penyampaian informasi yang cepat dan dinamis pula.

Perubahan dan perilaku konsumtif akan berdampak negatif apabila dilakukan berlebihan, sedangkan dari sisi lainnya di antara perubahan yang positif adalah terbukanya dan tersedianya lapangan pekerjaan dan kesempatan kerja di berbagai bidang, tersedia dan terpenuhinya berbagai fasilitas dan kebutuhan hidup. Dampak lain yang dapat diamati adalah makin terbukanya sistem sosial yang berlaku serta terbukanya kesempatan mobilitas sosial yang terjadi dalam masyarakat. Sedangkan di antara perubahan yang negatif adalah semakin meningkatnya pola hidup konsumtif dan timbulnya kesenjangan sosial yang semakin tajam pada berbagai lapisan masyarakat.<sup>2</sup> Berbagai media dengan kemajuan di bidang teknologi, komunikasi, transportasi, informasi, membawa perubahan-perubahan dalam kehidupan manusia. Melalui informasi, manusia dapat mengetahui peristiwa disekitarnya, memperluas cakrawala pengetahuannya serta memahami kedudukan serta peranannya dalam masyarakat. Perkembangan media massa sebagai sarana informasi di Indonesia salah satunya melalui media tidak terlepas dari jalannya pembangunan nasional di segala sektor kehidupan masyarakat.<sup>3</sup>

Sebagai media komunikasi, internet dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain menjelajah berita dan mencari data, bertukar pesan melalui e-mail, berinteraksi melalui berbagai media sosial, saling mengirim gambar dan video, melakukan panggilan dan meeting online, dan kegiatan perdagangan. Adanya internet benar-benar membantu aktivitas manusia. Bahkan tidak sedikit manusia yang menghasilkan pundi-pundi rupiah melalui internet yang dikombinasikan dengan bakat yang mereka miliki.

Menilik dari fakta kenaikan pengguna internet di Indonesia yang meningkat secara signifikan, tentu saja hal ini menjadi magnet bagi pelaku bisnis untuk mencoba bisnis dan perdagangan online dengan transaksi elektronik. Transaksi ini dilakukan tanpa adanya pertemuan fisik antara penjual dan pembeli. Hal ini menjadi semakin mudah dengan tersedianya cara pembayaran seperti menggunakan mobile banking ataupun dompet digital.

---

<sup>2</sup> Zumrotin K Susilo. *Penyambung Lidah Konsumen*. 2003. Penerbit: PT Penebar Swadaya, Jakarta. hlm.18.

<sup>3</sup> Ibid. hlm.16

Penjual dan pembeli pun tidak perlu ragu lagi karena alat pembayaran tersebut sah dan berada di bawah pengawasan OJK.

Perkembangan teknologi internet yang pesat telah memberikan banyak manfaat untuk masyarakat. Internet telah menghadirkan dunia yang luas, tanpa adanya batasan waktu, jarak, dan ruang sehingga mempermudah kegiatan masyarakat. Internet juga memberikan banyak dampak positif, terutama pada sektor perdagangan dan jual beli. Internet dapat mempermudah dan mempercepat transaksi jual beli antara pembeli dan penjual tanpa adanya keterbatasan ruang dan waktu. Salah satu transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet, yaitu jual beli dengan sistem lelang.

Lelang adalah penjualan barang yang terbuka untuk umum dengan penawaran harga secara tertulis dan/atau lisan yang semakin meningkat atau menurun untuk mencapai harga tertinggi yang didahului adanya pengumuman lelang. Definisi lelang telah diatur dalam aturan pokok lelang yaitu *Vendu Reglement Staatsblad* tahun 1908 nomor 189 Pasal 1 yang berbunyi : “Penjualan umum (*openbare verkoping*) adalah pelelangan atau penjualan barang-barang yang dilakukan kepada umum dengan penawaran harga yang meningkat atau menurun atau dengan pemasukan harga dalam sampul tertutup, atau kepada orang-orang yang diundang atau sebelumnya diberitahu mengenai pelelangan atau penjualan itu, atau diizinkan untuk ikut serta, dan diberi kesempatan untuk menawar harga, menyetujui harga yang ditawarkan atau memasukkan harga dalam sampul tertutup.”

Peraturan yang mengatur tentang lelang di Indonesia terdapat dalam Peraturan Kementerian Keuangan (PMK) Nomor 213/PMK.06/ 2020 tentang perubahan atas Peraturan Kementerian Keuangan (PMK) Nomor 213/PMK.06/ 2002 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang. Definisi lelang berdasarkan Pasal 1 Peraturan Kementerian Keuangan (PMK) Nomor 213/PMK.06/ 2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang, yaitu: “Lelang adalah penjualan barang yang terbuka untuk umum dengan penawaran harga secara tertulis dan/atau lisan yang semakin meningkat atau menurun untuk mencapai harga tertinggi, yang didahului dengan pengumuman lelang.”

Peraturan mengenai lelang ini sudah ada di Indonesia sejak zaman Belanda. Peraturan lelang yang berlaku dahulu ialah *Vendu Reglement*. Pasal 1 *Vendu Reglement* menyebutkan penjualan umum (*openbare verkoping*) adalah pelelangan atau penjualan barang-barang yang dilakukan kepada umum dengan penawaran harga yang meningkat atau menurun atau dengan pemasukan harga dalam sampul tertutup, atau kepada orang-orang yang diundang atau sebelumnya diberitahu mengenai pelelangan atau penjualan itu, atau diizinkan untuk ikut-serta,

dan diberi kesempatan untuk menawar harga, menyetujui harga yang ditawarkan atau memasukkan harga dalam sampul tertutup.

Pada pasal 1 butir 1 PMK Nomor 213 Tahun 2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang menyebutkan definisi lelang adalah: “Lelang adalah penjualan barang yang terbuka untuk umum dengan penawaran harga secara tertulis dan/atau lisan yang semakin meningkat atau menurun untuk mencapai harga tertinggi, yang didahului dengan Pengumuman Lelang”. Dalam pasal 63 disebutkan penawaran lelang dapat dilakukan dengan cara: a) Lisan b) Tertulis c) Tertulis dilanjutkan dengan lisan, apabila penawaran tertinggi belum mencapai limit.

Dalam Pasal 1329 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata) yang menyatakan bahwa: “Tiap orang berwenang untuk membuat perikatan, kecuali jika ia dinyatakan tidak cakap untuk hal itu.” Selain itu adapula Pasal 1338 KUHPerdata sistem pengaturan perjanjian yang menyebutkan “Semua perjanjian yang dibuatsesuai dengan Undang-Undang berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya.” Pasal 1337 KUHPerdata menyatakan bahwa asas kebebasan berkontrak merupakan suatu asas dalam hukum perjanjian pada umumnya yang intinya memperbolehkan para pihak untuk secara bebas menuangkan kehendaknya, kemudian disusun dalam perjanjian yang mengikat para pihak yang menandatangani perjanjian asal saja tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan baik, atau ketertiban umum.

Barang-barang yang dilelang di media sosial juga beragam antara lain, alat elektronik, smartphome, tas, sepatu, pakaian, dan masih banyak lagi. Lelang melalui media sosial dimulai dengan adanya penitipan barang dari pemilik barang kepada pemilik akun lelang, yang kemudian akun lelang akan memposting barang tersebut di akun media sosialnya dengan ketentuan yang telah ditetapkan, selanjutnya akun lelang akan melelang barang tersebut dengan menggunakan sistem, kemudian para peserta lelang yang berminat akan mulai melakukan penawaran sesuai keinginan mereka, dan terakhir pemenang lelang akan diumumkan oleh akun lelang 1x24 jam.

Dilihat dari prinsipnya, transaksi lelang yang dilakukan melalui media sosial tidaklah berbeda dengan transaksi lelang yang dilakukan secara konvensional, karena pada dasarnya suatu transaksi dapat dikatakan sebagai suatu transaksi lelang apabila telah memenuhi unsur-unsur sebagai berikut :<sup>4</sup> 1) Penjualan barang; 2) Dilakukan di hadapan umum dengan cara mengumumkannya melalui media massa; 3) Pembeli belum diketahui sebelumnya; 4) Penawar

---

<sup>4</sup> Adwin Tista, “Perkembangan Sistem Lelang Di Indonesia”, Al’Adl, Vol. V No. 10, 2013, hlm. 48.

dengan harga tertinggi akan ditunjuk sebagai pembeli; 5) Dilakukan dengan cara penawaran yang khusus; 6) Dilakukan pada suatu saat dan tempat tertentu.

Transaksi lelang melalui media sosial tidak hanya memberikan kelebihan dan kemudahan bagi masyarakat tetapi juga memiliki kekurangan, dikarenakan transaksi ini tidak mempertemukan secara langsung penjual dan pembeli, sehingga mengakibatkan beberapa permasalahan terutama bagi konsumen, di antaranya barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan foto atau video serta keterangan yang dilampirkan oleh pelelang, barang yang diterima dalam kondisi rusak atau cacat, dan barang tidak dikirim.

Permasalahan-permasalahan seperti yang telah disebutkan di atas dapat dikatakan sebagai suatu perbuatan wanprestasi. Wanprestasi adalah tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kreditur dengan debitur.<sup>5</sup> Perbuatan wanprestasi biasanya dihadapi oleh konsumen karena dalam suatu transaksi konsumen merupakan salah satu pihak yang dianggap lemah dan mudah dipengaruhi.<sup>6</sup> Permasalahan-permasalahan yang muncul tersebut membuat adanya ketidaknyamanan konsumen untuk melakukan transaksi lelang melalui media sosial. Oleh karena itu, perlunya suatu perlindungan dan upaya hukum yang diberikan kepada konsumen agar hak-haknya terjamin di mata hukum. Hak-hak konsumen sebagai wujud adanya hak asasi manusia juga tertuang dalam Pasal 28 UUD 1945 yang mengatakan bahwa: (1) Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan. (2) Setiap orang berhak mendapat kemudahan dan perlakuan khusus untuk memperoleh kesempatan dan manfaat yang sama guna mencapai persamaan dan keadilan.

Pemerintah sebagai pihak yang berwenang untuk membuat suatu kebijakan telah mengeluarkan suatu peraturan tentang perlindungan konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan

---

<sup>5</sup> Salim H.S, Hukum Kontrak (Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak), Jakarta: Sinar Grafika, 2013, hlm. 98.

<sup>6</sup> Melya Stephani dan Jeane N. Saly, “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial Instagram Menurut UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Reza vs @Grosir\_Olshop799)”, Jurnal Hukum Adigama, Vol. 3, No. 1, Juli 2020, hlm. 4.

barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Selain, UUPK juga telah ada undang-undang yang mengatur tentang perlindungan hukum dalam transaksi elektronik, yaitu Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE)

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian hukum normatif (*normative law research*) menggunakan studi kasus normatif berupa produk perilaku hukum. Pokok kajiannya adalah hukum yang dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku setiap orang. Sehingga penelitian hukum normatif berfokus pada inventarisasi hukum positif.<sup>7</sup>

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi banyak perubahan yang terjadi di dunia 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. Instagram adalah Instagram merupakan aplikasi yang memberikan penggunanya untuk mengambil gambar, menerapkan efek-efek lucu, dan menyebarkannya ke berbagai pengguna lainnya secara publik. Aplikasi Instagram memberikan layanan bagi penggunanya 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 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

---

<sup>7</sup> Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, 2013, Sinar Grafika, hlm 105

selfie yang sangat digemari oleh anak-anak jaman 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 penggunanya, 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 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 permohonan lelang atau penjual dan peserta 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.

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 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."<sup>14</sup> 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 tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi atau menggunakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan, 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. 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.”<sup>16</sup> 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 sengketa 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.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **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 KUHP 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 KUHP perdata, dalam KUHP tersebut dikatakan bahwa tidak adanya ketentuan atau pengecualian dalam melakukan suatu kontrak dengan seseorang, dalam Pasal 1338 KUHP perdata 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 perlindungan hukum terhadap korban penipuan lelang online media sosial yaitu terdapat dalam dalam Pasal 1243 KUHP perdata, Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 28 ayat (1) UU ITE, dan dalam penyelesaiannya sengketa terdapat dalam Pasal 38 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

## **DAFTAR REFERENSI**

- A. Zen Umar Purba dalam Happy Susanto, 2008, Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan, Cet. I, Visimedia, Jakarta
- Abdul Halim Barkatullah, 2010. Hak-Hak Konsumen. Bandung;Nusa Media.
- Adwin Tista, 2013. Perkembangan Ssitem Lelang Di Indonesia”, Al’Adl, Vol. V No. 10
- Ahmadi Miru dan Sakka Pati, 2008, Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW), Rajagarfindo Perdasa, Jakarta
- Ahmadi Miru, 2011, Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak, RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Az. Nasution, 2002, Hukum Perlindungan Konsumen suatu Pengantar, Cetakan Kedua, Diadit Media, Jakarta
- Az. Nasution, 2014, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung
- Balindo (Balai Lelang Indonesia), Jenis-jenis Lelang, <http://balindo.com/sukarelabarujenislelang>, diakses pada 9 September 2023
- Bambang Waluyono, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, 1991
- Chrish Brogan, *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Onlibe* (New York: Wiley & Son.Inc., 2010
- Hanifah Ida, dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa Fakultas Hukum UMSU*. Pustaka Prima. Medan
- Harahap dan M. Yahya, 2009, *Ruang Lingkup Permasalahan Eksekusi Bidang Perdata*, Edisi Kedua, Jakarta: Sinar Grafika
- I Ketut Oka setiawan, 2016, *Hukum Perikatan*, Sinar Grafika, Jakarta
- Ishaq. *Dasar-dasar Ilmu Hukum*. Jakarta. Sinar Grafika. 2009
- Janus Sidabalok, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bhakti, Bandung
- Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, 2010, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, Raja Grafindo, Jakarta
- Koni, “Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Pendidikan Karakter Peserta Didik
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2014. *Hukum Perlindungan konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika