

ANALISIS YURIDIS LELANG *ONLINE* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Tasaria Utami¹

Fakultas Hukum Universitas Islam Malang
Jl. Mayjen Haryono Nomor 193, Kota Malang
Email : tasaaria@gmail.com

ABSTRACT

In carrying out online auctions on Instagram social media, they are not submitted to the official auction house so that they cannot be said to be official auctions and in carrying out online auctions on Instagram social media there are weaknesses that are detrimental to consumers or auction participants, such as defaults to fraud with items that are not submitted. The formulation of the problem discussed is how the legitimacy of online auctions on Instagram social media in the perspective of article 1338 of the Civil Code and how is the legal protection of consumers related to online auctions on Instagram social media in the event of a loss for consumers. normative juridical research using statutory and conceptual approaches, the sources of legal materials used are primary legal materials and secondary materials, the legal material analysis technique used is descriptively qualitative analysis. Concludes that the validity of online auctions on social media is based on article 1338 of the Civil Code which has complied with article 1320 of the Civil Code and consumer protection for online auctions is regulated in the consumer protection law and the ITE Law.

Keywords: online auction, legal agreement, legal protection consumer

ABSTRAK

Dalam pelaksanaan lelang *online* di media sosial instagram tidak diajukan kepada balai lelang resmi sehingga tidak dapat dikatakan sebagai lelang resmi dan dalam pelaksanaan lelang *online* media sosial Instagram terdapat kelemahan-kelemahan yang merugikan para konsumen atau peserta lelang tersebut, seperti wanprestasi hingga penipuan dengan barang yang tidak dikirimkan. Rumusan masalah yang dibahas adalah bagaimana keabsahan lelang *online* di media sosial instagram dalam perspektif pasal 1338 KUHPerdara dan bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen terkait lelang *online* di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen. Jenis penelitiannya yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual, sumber bahan hukumnya yang digunakan yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, teknik analisa bahan hukum yang di pakai adalah analisis deskriptif kualitatif. Menyimpulkan bahwa keabsahan lelang *online* di media sosial berdasarkan pasal 1338 KUHPerdara yang telah memenuhi pasal 1320 KUHPerdara dan perlindunagn konsumen terhadap lelang *online* diatur dalam UU perlindungan konsumen dan UU ITE

Kata Kunci: Lelang *Online*, Hukum Perjanjian, Hukum Perlindungan Konsumen

¹Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi di era saat ini berkembang sangat pesat dalam kehidupan masyarakat. Semakin pesatnya teknologi informasi melalui jejaring internet memudahkan pengguna dalam berkomunikasi melalui media sosial, saat ini media sosial juga digunakan untuk berbisnis, seperti jual beli dan lelang. Lelang di Indonesia sudah ada sejak tahun 1908, dengan adanya Peraturan Lelang atau *Vendu Reglement*. *Vendu Reglement* yang di undangkan dalam Staatsblad Nomor 189 Tahun 1908 merupakan cikal bakal lahirnya mekanisme lelang di Indonesia. Pada awal pemberlakuannya, *Vendu Reglement* hanya berlaku bagi warga Belanda yang menduduki Indonesia. Mekanisme lelang barang digunakan untuk mengatasi permasalahan barang-barang milik pejabat belanda yang berpindah tugas.

Menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.06/2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang pasal 1 ayat 1 menyebutkan “Lelang adalah penjualan barang yang terbuka untuk umum dengan penawaran harga secara tertulis atau lisan yang semakin meningkat untuk mencapai harga yang disepakati melalui pengumuman lelang. Artinya lelang dapat dilakukan melalui media *online* yang terhubung dengan internet. Dalam peraturan lelang, pelaksanaan lelang melalui situs internet yang tidak terdaftar di DJKN terdapat perbedaan, yaitu tidak adanya pihak pejabat lelang dan risalah lelang, pejabat lelang merupakan jabatan fungsional selaku pejabat umum yang melayani masyarakat untuk melaksanakan lelang. Tugas pejabat lelang untuk meneliti dokumen persyaratan lelang memimpin perlelangan dan menjadi bendahara². Sedangkan dalam sistem lelang di Instagram sama sekali tidak diajukan pada balai lelang, sehingga lelang online di media sosial ini tidak memiliki dasar hukum yang jelas, yang dapat menyebabkan hilangnya perlindungan hukum bagi peserta dan penjual barang lelang.

Media sosial pada awalnya diciptakan sebagai sarana komunikasi, namun seiring waktu dengan perkembangan zaman dan teknologi, media sosial memiliki banyak sekali manfaat yang diberikan baik dari mudahnya berinteraksi,

²Pambudi, Eko Setyo. “Peran Dan Tanggung Jawab Pejabat Lelang Terhadap Keabsahan Dokumen Dalam Pelelangan (Studi KPKNL Madiun)”. Jurnal Repertorium Volume IV No. 2 (Juli – Desember 2017) h. 119

bersosialisasi, sebagai tempat usaha, dan marketing sebagai alat promosi dalam jual-beli. Pemasaran lelang *online* lebih mudah di ketahui oleh masyarakat umum, karena media *online* merupakan media ter-update sehingga pemasaran produk lebih cepat tersampaikan ke masyarakat umum. Lelang *online* bisa dilakukan dimana saja tanpa ada batasan waktu dan ruang dengan terhubungnya ke jaringan internet. Akun lelang *online* kerap disebut akun *auction* yang menjual barang lelang dengan memposting barang tersebut di halaman profilnya dengan mencantumkan nilai jual awal dan nilai jual termahal, sistem ini disebut dengan *open bidding*. Peserta dapat melihat dan menawar harga dari barang yang diinginkan pada kolom komentarnya. Sistem lelang di media sosial instagram kerap menimbulkan berbagai permasalahan, seperti penipuan dengan barang yang tidak dikirimkan. Permasalahan dalam sistem lelang *online* di media sosial instagram ini harus diperhatikan oleh badan yang berwenang dan pemerintah untuk mencegah terjadinya penipuan, agar para peserta lelang *online* tidak merasa khawatir jika terdapat pihak yang sengaja melakukan kecurangan dan tidak mau bertanggung jawab atas perbuatannya yang merugikan peserta lelang.³

Rumusan masalah yang di bahas yaitu bagaimana keabsahan lelang *online* di media sosial instagram dalam perspektif pasal 1338 KUHPdata. Kedua Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen terkait lelang *online* di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen.

Tujuan penulisan yaitu untuk mengetahui keabsahan lelang *online* di media sosial instagram dalam perspektif pasal 1338 KUHPdata dan untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen terkait lelang *online* di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen.

Jenis penelitian dalam penulisan ini adalah jenis penelitian yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual, sumber bahan hukumnya yang digunakan yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, teknik analisa bahan hukum yang di pakai adalah analisis deskriptif kualitatif. Untuk penyajiannya dilakukan secara deskriptif.

³Roesli, M., Heri, A., & Rahayu, “*S. Authority of Land Procurement Committee InThe Implementation of Compensation For Land Acquisition*”, YURISDIKSI: Jurnal Wacana Hukum Dan Sains, Univerista Merdeka Surabaya, 2017 h.46

PEMBAHASAN**Keabsahan Lelang *Online* Di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Pasal 1338 KUHPerdara**

Lelang adalah penjualan barang yang dilakukan secara terbuka untuk umum dengan penawaran harga yang mengikuti harga dari peminatnya yang semakin meningkat atau harga tertinggi yang di dahului dengan pengumuman lelang. Artinya lelang dapat dilakukan melalui media *online* yang terhubung dengan internet. Pemasaran produk lelang *online* lebih mudah di ketahui oleh masyarakat umum karena media *online* merupakan media *ter-update* sehingga pemasaran produk lebih cepat tersampaikan ke masyarakat umum.⁴ Lelang *online* bisa dilakukan dimana saja tanpa ada batasan waktu dan ruang dengan terhubungnya ke jaringan internet. Jadi mempermudah masyarakat yang ingin mengikuti pelaksanaan lelang *online*. Media sosial merupakan sebuah wadah pengembangan dari teknologi web berbasis internet, yang bertujuan untuk memudahkan banyak orang untuk melakukan akses interaksi sosial secara global, baik berpartisipasi, berbagi informasi, dan juga membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka ke khalayak publik. Macam-macam media sosial yang berkembang dan digunakan di Indonesia ini diantaranya Tiktok, Twitter, Instagram, Facebook.⁵

Media sosial pada awalnya diciptakan sebagai sarana komunikasi, namun seiring waktu dengan perkembangan zaman dan teknologi, media sosial memiliki banyak sekali manfaat yang diberikan baik dari mudahnya berinteraksi, bersosialisasi, sebagai tempat usaha, dan marketing sebagai alat promosi dalam jual-beli.⁶ Media sosial Instagram menunjukan hasil yang memuaskan untuk para pelaku bisnis *online* dalam mempromosikan barang yang dijualnya. Instagram dijadikan sebagai sebuah tempat untuk melakukan transaksi jual beli antara penjual dan pembeli, hal ini dikarenakan instragram adalah media sosial yang memiliki

⁴Endar Nirmala, “Pemasaran *Online*” diakses pada 3 Januari 2023 website: <https://repositori.kemdikbud.go.id/10285/1/pemasaran%20online%20x1.pdf>

⁵Muatia Anggraini, “Sepuluh Jenis-Jenis Media Sosial Yang Sering Digunakan, Dan Cocok Untuk Mengembangkan Bisnis” diakses pada 3 Januari 2023 website: <https://www.merdeka.com/trending/jenis-media-sosial-yang-sering-digunakan-cocok-untuk-kembangkan-bisnis-kln.html>

⁶Yuni Fitriani, *Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*, Paradigma Vol. 19, No. 2, September 2017 h. 149

fasilitas-fasilitas yang sangat mendukung untuk melakukan transaksi jual-beli, bahkan bisa dikatakan lebih lengkap jika dibandingkan dengan situs-situs *e-commerce* yang ada. Selain itu Instagram berpotensi untuk mempertemukan seseorang penjual dengan ribuan bahkan juga jutaan calon pembeli untuk saling mengenal atau bahkan berteman satu sama lain, yang mana hal ini sangat membantu untuk dalam hal komunikasi dengan orang lain dan juga bermanfaat dalam hal promosi barang dagangan.

Setiap transaksi jual-beli lelang yang dilakukan di media sosial Instagram memiliki peraturan-peraturan yang harus diperhatikan dan ditaati oleh calon penjual dan pembeli yang akan melakukan transaksi. Peraturan serta syarat lelang yang telah dibuat. Berikut peraturan dalam mengikuti lelang di sosial media Instagram yaitu:

1. Setiap penawaran (Bid) dilakukan pada kolom komentar dan dilarang menghapus komentar.
2. Jika sudah melakukan Bidding periksa kembali agar tidak di dahului orang lain.
3. Pemenang dengan penawaran tertinggi akan hubungi langsung melalui Dirrect Messenger.
4. Biaya pengiriman ditanggung pemenang
5. Pemenang harus melakukan pembayaran 1x24 jam
6. Bid and run akan di Blacklist dan Expose
7. Pemenang pertama Run akan diberikan kepada pemenang kedua (sesuai dengan persetujuan pemilik barang)

Pada dasarnya jual beli secara *online* dengan jual beli pada umumnya adalah sama, jika dilihat dari teknisnya bahwa jual-beli terjadi jika terdapat suatu kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai barang maupun jasa yang diperjual belikan, perbedaanya hanya pada media yang digunakan yaitu jual-beli *online* menggunakan media sosial instagram sebagai tempat atau wadahnya sedangkan jual-beli secara *offline* yaitu jual-beli yang dilakukan langsung dimana penjual dan pembeli bertemu di suatu tempat seperti di pusat belanja. Dalam sistem lelang *online* melalui media sosial Instagram 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. Jadi syarat sah 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 hukum positif yang berlaku saat ini. Perjanjian jual beli lelang *online* yang menggunakan media sosial Instagram sebagai wadahnya pada dasarnya sama seperti konsep perjanjian yang tercantum dalam Pasal 1313 KUHPerdata yang mengatakan bahwa “perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”. Dalam Pasal 1320 KUHPerdata menyatakan suatu perjanjian harus memenuhi empat syarat yaitu:

1. Kesepakatan dari mereka yang mengikat dirinya, Adanya kesepakatan dari mereka yang mengikat dirinya, kedua belah pihak harus mempunyai kebebasan kehendak, artinya para pihak tidak ada tekanan dalam mencapai kesepakatan sehingga tidak mengakibatkan adanya cacat bagi perwujudan kehendak tersebut.⁷
2. Kecakapan bertindak kedua belah pihak, Pihak yang membuat perjanjian harus cakap menurut hukum, kecakapan termasuk kewenangan untuk melakukan tindakan hukum. Tentang Kecakapan Bertindak, dalam Pasal 1329 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, menyebutkan bahwa setiap orang adalah cakap untuk membuat suatu perjanjian kecuali ia dinyatakan tidak cakap, sebagai orang yang tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian, yaitu anak yang belum dewasa, orang yang ditaruh dibawah pengampuan dan perempuan yang telah kawin dalam hal yang ditentukan undang-undang dan pada umumnya semua orang yang oleh undang-undang dilarang untuk membuat persetujuan tertentu.
3. Suatu hal tertentu, tentang suatu hal tertentu merupakan suatu pokok perjanjian dan merupakan objek perjanjian dalam pasal 1332 sampai dengan pasal 1334 KUHPerdata, suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu artinya bahwa dalam perjanjian harus mempunyai objek yang jelas dengan kata lain barang atau jasa harus ada dan nyata.⁸

⁷Subekti, “*Hukum Perjanjian*”, PT. Intermasa, Jakarta, 1979, h.17

⁸Ibid, h.19

4. Suatu sebab yang diperbolehkan, tentang sebab yang diperbolehkan dalam Pasal 1337 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang dimaksud suatu sebab yang diperbolehkan dalam perjanjian adalah ketentuan dari perjanjian tersebut harus tidak bertentangan dengan undang-undang ataupun kemanusiaan, jika dalam perjanjian tersebut bertentangan dengan undang-undang ataupun kemanusiaan sehingga perjanjian tersebut batal demi hukum.

Di dalam Pasal 1320 KUHPerdata, tidak terdapat ketentuan khusus yang mengatur tentang mekanisme atau media yang digunakan dalam pembuatan perjanjian, dalam Pasal 1320 KUHPerdata tidak mengharuskan dalam pembuatan perjanjian harus dilakukan secara offline atau *online* sehingga dalam bertransaksi dapat dilakukan secara offline maupun *online*. Keabsahan Lelang *online* di media sosial instagram ini sah di dalam ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dengan dasar hukum Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata yang telah memenuhi syarat sahnya perjanjian sesuai dengan pasal 1320 KUHPerdata bahwa “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik Pasal 46 ayat (2) yang mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdata menyebutkan bahwa Kontrak Elektronik dianggap sah apabila:

1. Terdapat kesepakatan para pihak
2. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
3. Terdapat hal tertentu
4. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Sistem lelang *online* di media sosial Instagram ini memiliki mekanisme yang sama seperti lelang pada umumnya yang menggunakan sistem *bidding* yaitu penawaran dengan harga tertinggi. Sehingga keabsahan lelang *online* di media sosial instagram ini sah menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dengan dasar hukum Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata yang telah memenuhi syarat sahnya perjanjian sesuai dengan pasal 1320 KUHPerdata bahwa “Semua

perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya”. Jadi Setiap perjanjian yang dibuat oleh kedua belah pihak yang secara sah pada dasarnya berlaku layaknya Undang-Undang bagi mereka yang membuat perjanjian tersebut. Keabsahan perjanjian yang dilakukan di media elektronik juga diatur dalam PP No 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik pasal 46 ayat (2) yang mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdata. Contohnya seperti perjanjian jual beli dengan sistem lelang *online* di media sosial instagram dimana ada pihak pembeli dan penjual yang mengikatkan dirinya, ketika pembeli telah melakukan pembayaran sesuai dengan perjanjian dan penjual harus mengirimkan barang tersebut sampai ke rumah pembeli dengan keadaan yang baik seperti pada sedia kala saat di toko.

Meskipun lelang online melalui media sosial Instagram sah menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, namun lelang *online* melalui media sosial instagram tidak berada di bawah naungan Direktorat Jendral Kekayaan Negara atau Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang, bahkan dari balai lelang yang secara khusus menangani lelang swasta tidak memegang pengawasan terhadap lelang *online* di media sosial Instagram sebagaimana yang telah di atur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.06/2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang, yang dijelaskan bahwa lelang harus diselenggarakan oleh pejabat lelang, kecuali telah ditentukan oleh peraturan perundang-undangan, yang artinya terdapat ketentuan khusus, sedangkan dalam Sistem lelang *online* di media sosial Instagram ini sama sekali tidak dilakukan dihadapan pejabat lelang. Namun dalam prakteknya lelang *online* di media sosial instagram ini ada, jadi keabsahan lelang *online* di media sosial instagram ini sah menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dengan dasar hukum Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata yang telah memenuhi syarat sahnya perjanjian sesuai dengan pasal 1320 KUHPerdata bahwa “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Jadi Setiap perjanjian yang dibuat oleh kedua belah pihak yang secara sah pada dasarnya berlaku layaknya Undang-Undang bagi mereka yang membuat perjanjian tersebut. Hubungan antara kedua ketentuan pasal 1320 dan pasal 1338 KUHPerdata ini menyangkut mengenai syarat sah perjanjian dan mengikatnya sebuah perjanjian

antara para kedua belah pihak dan berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuat perjanjian. Walaupun perjanjian jual beli lewat transaksi elektronik tidak dilakukan pertemuan langsung (bertemu secara langsung) dan para pihak tidak saling mengenal tetaplah sah menurut hukum dan menimbulkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak, sepanjang perjanjian tersebut telah memenuhi syarat sah perjanjian 1320 KUHPerdara maupun ketentuan yang diatur dalam UU ITE dengan PP No. 71 Tahun 2019 PSTE, dan perjanjian tersebut tidak dilarang oleh undang-undang dan tidak bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum. Tetapi, apabila adanya unsur penipuan perjanjian jual beli online dengan sistem lelang maka akan memunculkan akibat hukum, baik akibat hukum pidana maupun hukum perdata

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Lelang *Online* Di Media Sosial Instagram Apabila Terjadi Kerugian Bagi Konsumen

Semakin berkembangnya jual-beli yang dilakukan secara *online* tentunya akan menimbulkan akibat hukum seperti pelanggaran yang dilakukan oleh salah satu pihak dan bisa diuntut secara perdata dan ranah hukum pidana dengan kasus penipuan.⁹ Dalam kenyataannya peserta lelang *online* di media sosial 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 dengan tujuan untuk memenuhi haknya sebagai konsumen barang tersebut. Jika tidak adanya inisiatif para peserta lelang *online* dalam mengadukan haknya sebagai konsumen, kemungkinan terburuk yang akan terjadi adalah pihak penjual yang berbuat curang ini akan terus bertambah dan persepsi lelang *online* yang mudah ini akan tidak dipercaya lagi oleh masyarakat. 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.

Untuk memberikan perlindungan hukum, sistem lelang *online* di media sosial Instagram ini harus memuat asas kepastian hukum atas hak-hak pemenang

⁹I Gede Krisna Wahyu Wijaya and Nyoman Satyayudha Dananjaya, “Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online,” Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 6, no. 8 (2018): 1–15

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 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”.¹⁰

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 kerugian konsumen akibat mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa yang dihasilkan.¹¹

Dalam Pasal 45 ayat (1) dan (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mengatur bahwa:

1. Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak memberikan akibat hukum kepada para pihak
2. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak wajib memperhatikan:
 - a. Iktikad baik
 - b. Prinsip kehati-hatian
 - c. Transparansi
 - d. Akuntabilitas
 - e. Kewajaran

Untuk mengantisipasi terjadinya persoalan-persoalan hukum seperti penipuan yang sering terjadi dalam jual beli *online*, para pelaku usaha maupun konsumen wajib mematuhi aturan UU ITE khususnya yang terdapat dalam Pasal 45 ayat (2) PP No 71 Tahun 2019, dan wajib memperhatikan iktikad baik dalam

¹⁰Mafita. "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, h. 137

¹¹Riung Chrisai Marselino. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-commerce." *Lex Privatum* 3, no. 2, 2015

transaksi jual beli *online* dan prinsip kehati-hatian, sehingga perjanjian jual beli *online* tidak terjadi penipuan. Iktikad baik ini sangat wajib diperhatikan oleh para pihak dalam jual beli online karena apabila salah satu pihak tidak mempunyai iktikad baik muncul akibat hukum, terjadinya wanprestasi maupun penipuan.¹² Kasus wanprestasi atau penipuan yang kerap terjadi dalam transaksi di media ini membuat masyarakat resah. Berbagai cara dilakukan dalam aksi penipuan jual beli online dengan sistem lelang yang kini sering terjadi di dunia internet. Para pelaku penipuan pun sudah tidak takut lagi dengan hukuman atau pidana yang dapat menjerat mereka apabila mereka terbukti melakukan kejahatan penipuan tersebut. Bahkan penipuan jual beli online melalui sistem lelang semakin marak terjadi dengan cara-cara yang lebih canggih seperti meninggalkan bukti.¹³

Perlindungan hukum terhadap konsumen terkait lelang *online* di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen, jika terdapat sebuah wanprestasi, Wanprestasi biasanya disebabkan oleh penjual barang lelang *online* yang pada awalnya di setujui pada kesepakatan awal memuat hak dan kewajiban penjual maupun peserta lelang yang dimana harus memenuhinya namun penjual barang lelang *online* tidak memenuhi perjanjian tersebut. Apabila terbukti penjual lalai dalam mengirimkan barang yang tidak sesuai ke pembeli, bentuk pertanggung jawaban dari penjual yaitu (*retur*) pengembalian barang yang tidak sesuai oleh konsumen ke penjual, kemudian penjual akan mengirimkan barang baru yang sesuai dan biaya pengembalian barang yang tidak sesuai di tanggung oleh penjual. Adapun bentuk pertanggung jawaban dengan (*refund*) yaitu pengembalian uang.¹⁴

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.” Pasal 45 ayat 2 Undang-Undang

¹²Jevlin Solim, “Upaya Penanggulangan Tindak Pidana Penipuan Situs Jual Beli Online Di Indonesia,” Jurnal Hukum Samudra Keadilan Vol. 14, No. 1 (2019): 96–109

¹³Yudha Sri Wulandari, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce,” Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum Vol. 2, No. 2 (2018): 199–210

¹⁴Marvita Totimage, Taufik Aziz, “Pertanggungjawaban Terjadinya Ketidaksesuaian Objek Jual Beli Transaksi Elektronik” Jurnal pemandhu: Vol 3 No 2 (2022) h. 72

Nomor 19 tahun 2016, Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Pasal 378 jo KUHPidana tentang Penipuan berbunyi “barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan dirinya atau orang lain dengan melanggar hukum, baik dengan memakai nama atau kedudukan palsu, baik dengan perbuatanperbuatan tipu muslihat maupun dengan rangkaian kebohongan, membujuk 57 orang lain supaya menyerahkan suatu barang atau supaya membuat utang atau menghapuskan piutang, dihukum karena penipuan (oplihting) dengan hukuman penjara selamalamanya empat tahun”. Pasal 378 KUHP dan Pasal 28 ayat (1) UU ITE mengatur hal yang berbeda. Hal ini disebabkan karena pada Pasal 378 KUHP mengatur mengenai penipuan secara konvensional sedangkan pada Pasal 28 ayat (1) UU ITE diatur mengenai berita bohong dan menyesatkan sehingga menyebabkan kerugian terhadap konsumen dalam transaksi elektronik. Dalam kasus penipuan jual beli online melalui sistem lelang yang terjadi karena adanya berita bohong dan menyesatkan yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen dalam transaksi elektronik sehingga Pasal 28 ayat (1) UU ITE beserta sanksinya yang terdapat dalam Pasal 45A ayat (1) UU ITE dapat diterapkan. Selain itu, dengan melihat ketentuan dalam Pasal 378 KUHP yang belum mengatur secara komprehensif mengenai penipuan jual beli online menyebabkan pasal ini sulit untuk diterapkan. Hal ini sejalan dengan adanya asas *Lex Specialis Derogat Legi Generali* yang mengandung makna bahwa aturan hukum yang khusus akan mengesampingkan aturan hukum yang umum. Oleh karena itu, jika terjadi penipuan jual beli *online* melalui sistem lelang pasal yang dapat diterapkan adalah Pasal 28 ayat (1) UU ITE jo. Pasal 45A ayat (1) UU ITE selama unsur-unsurnya terpenuhi. 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 lain yaitu penyelesaiannya dengan arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya. Wanprestasi dan

penipuan yang terjadi dalam perjanjian jual beli online melalui sistem lelang dengan transaksi elektronik, masih rawan terjadi karena tidak dilakukan pertemuan secara langsung dalam transaksinya. Akan tetapi, dilakukan lewat media elektronik melalui media sosial instagram, masalah yang sering muncul, yaitu pembeli atau pemenang lelang sudah membayar harga sesuai kesepakatan tetapi penjual tidak mengirim barang sampai waktu yang lama bahkan tidak sampai, karena barang tersebut memang tidak pernah ada sebelumnya, barang yang sampai ke pembeli rusak atau tidak sebagaimana mestinya sehingga pembeli tidak memakainya. Berdasarkan masalah hukum tersebut, adanya kerugian yang dialami oleh pembeli maka akan memberikan konsekuensi hukum berupa tanggung jawab kepada penjual atas kerugian pembeli tersebut, baik tanggung jawab pidana (pidana penjara) maupun tanggung jawab denda sesuai dengan pengaturan UU ITE dan PP PSTE akibat penipuan *online*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan hasil penelitian terhadap permasalahan yang dikaji, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Lelang online di media sosial instagram ini sah di dalam ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dengan dasar hukum Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata yang telah memenuhi syarat sahnya perjanjian sesuai dengan pasal 1320 KUHPerdata bahwa “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Jadi Setiap perjanjian yang dibuat oleh kedua belah pihak yang secara sah pada dasarnya berlaku layaknya Undang-Undang bagi mereka yang membuat perjanjian tersebut. Keabsahan perjanjian yang dilakukan di media elektronik juga diatur dalam PP No 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik pasal 46 ayat (2) yang mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdata. Meskipun lelang online melalui Instagram sah menurut KUHPerdata, tetapi lelang *online* melalui media sosial instagram bukan di bawah naungan Direktorat Jendral Kekayaan Negara atau Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang, bahkan dari balai lelang sekalipun yang secara khusus menangani lelang swasta tidak memegang pengawasan terhadap lelang online di media

sosial Instagram, sebagaimana yang telah di atur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.06/2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang. Jadi, lelang *online* di media sosial instagram ini tidak berada dibawah naungan dari DJKN ataupun KPKNL.

2. Perlindungan hukum terhadap konsumen terkait lelang *online* di media sosial instagram terjadi saat muncul akibat hukum yang ditimbulkan oleh pelaksanaan lelang online di media sosial, baik cacat barang atau tidak sesuai, yang berdampak kerugian bagi konsumen, jika terdapat suatu penipuan atau sebuah wanprestasi, para korban yang merasa dirugikan tersebut dapat mengajukan gugatan kepada penjual lelang barang tersebut, Bentuk perlindungan hukum terhadap korban penipuan lelang online media sosial yaitu terdapat dalam beberapa ketentuan beberapa perundang-undangan yaitu, Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Pasal 28 ayat (1) UU ITE, dandalam penyelesaian sengketa terdapat dalam Pasal 45 ayat (2) UU ITE bahwa: Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

DAFTAR PUSTAKA

Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.06/2020 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang

Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Lelang, Departemen Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Piutang dan Lelang Negara, Biro Hukum-Sekretaris Jenderal, Jakarta, 2005.

Buku

Danis Puntoadi, (2011). *“Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial”*, Jakarta: PT Elex Komputindo

Rachmadi Usman, (2016). *“Hukum Lelang”*, Jakarta: Sinar Grafika

Subekti S.H (1979) *“Hukum perjanjian”* PT. Intermasa, Jakarta

Suratman dan Philips Dillah, (2015). *Metode Penelitian Hukum*, Cet. 3, Bandung: Alfabeta

Jurnal

I Gede Krisna Wahyu Wijaya and Nyoman Satyayudha Dananjaya, (2018) *“Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online”* Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 6, Vol. 8, No. 1–15

Jevlin Solim, (2019), *“Upaya Penanggulangan Tindak Pidana Penipuan Situs Jual Beli Online Di Indonesia,”* Jurnal Hukum Samudra Keadilan Vol. 14, no. 1 96–109,

Marvita Totimage, Taufik Aziz, (2022) *“Pertanggungjawaban Terjadinya Ketidaksesuaian Objek Jual Beli Transaksi Elektronik”* Jurnal pemandhu: Vol. 3, No.2

Pambudi, Eko Setyo. (2017), *“Peran Dan Tanggung Jawab Pejabat Lelang Terhadap Keabsahan Dokumen Dalam Pelelangan (Studi KPKNL Madiun)”*. Jurnal Repertorium Volume IV No. 2

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

Yudha Sri Wulandari, (2018), *“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce,”* Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum Vol. 2, No. 2

Yuni Fitriani, (2017), "*Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*", Paradigma Vol. 19, No.2

Internet

Endar Nirmala, *Pemasaran Online*. Diakses pada 3 Januari 2023 website: <https://repositori.kemdikbud.go.id/10285/1/pemasaran%20online%20x1>.

Muatia Anggraini, (2020). *Sepuluh Jenis-Jenis Media Sosial Yang Sering Digunakan, dan Cocok Untuk Mengembangkan Bisnis*. Diakses pada 3 Januari 2023 website: <https://www.merdeka.com/trending/jenis-mediasosial-yang-sering-digunakan-cocok-untuk-kembangkan-bisnis-kln.html>