

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi di seluruh dunia. Hal ini membuka jalan bagi kemajuan ekonomi yang signifikan yang memungkinkan produksi dalam skala besar dan meningkatkan produktivitas. Media sosial sebagai hasil dari perkembangan teknologi telah menjadi salah satu sarana utama masyarakat untuk berkomunikasi, bahkan telah menjadi sarana untuk melakukan kegiatan jual-beli. Media sosial memberikan dampak positif dalam kegiatan jual-beli yang mempermudah dan mempercepat transaksi jual-beli antara pembeli dan penjual. Mengacu pada Pasal 1457 KUHPerdara, jual-beli adalah Suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”. Salah satu bentuk transaksi jual-beli yang sedang marak terjadi dilakukan di internet adalah dengan sistem jual-beli lelang.

Lelang merupakan proses jual beli barang atau jasa dengan penawaran harga yang semakin meningkat untuk mencari kesepakatan terhadap penawaran tertinggi. Peraturan yang mengatur tentang lelang di Indonesia terdapat dalam Peraturan Kementerian Keuangan (PMK) Nomor 122 Tahun 2023 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang. Definisi lelang berdasarkan Pasal 1 Peraturan Kementerian Keuangan (PMK) Nomor 122 Tahun 2023 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”.

Mengacu pada Peraturan Menteri Keuangan Nomor 122 Tahun 2023 tentang petunjuk pelaksanaan lelang, lelang dibagi menjadi tiga jenis yaitu Lelang eksekusi, Lelang noneksekusi wajib, dan Lelang noneksekusi sukarela. Lelang memberikan peluang kepada masyarakat umum untuk ikut serta dalam proses penawaran demi meraih penawaran tertinggi. Lelang harus dilakukan pada waktu dan lokasi yang telah ditentukan, dengan pengumuman lelang sebelumnya, serta kehadiran peserta lelang, pemohon lelang, pemandu lelang, dan pejabat lelang. Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi, saat ini pelaksanaan lelang tidak hanya dilakukan dengan menghadiri lelang secara langsung, melainkan bisa dilakukan secara tidak langsung melalui media elektronik/internet.

Lelang yang dilakukan melalui media elektronik/internet disebut juga sebagai *electronic auction* (e-auction). Berbeda dengan lelang konvensional, Peserta lelang melalui media elektronik/internet tidak perlu datang langsung ke tempat pelaksanaan lelang, hal ini mengacu pada Pasal 1 ayat 12 Peraturan Menteri Keuangan Nomor 122 Tahun 2023 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang “Lelang tanpa kehadiran peserta lelang adalah lelang yang tidak dihadiri secara fisik oleh peserta lelang di tempat pelaksanaan lelang atau dilakukan melalui aplikasi lelang atau platform *e-Marketplace auction*”.

Lelang tanpa kehadiran peserta lelang dikenal juga dengan istilah lelang *online*. Dalam pelaksanaan lelang *online*, KPKNL (Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang) akan memilih pihak baik orang pribadi, badan, maupun bentuk usaha tetap yang bertempat tinggal atau bertempat kedudukan atau memiliki kegiatan usaha di dalam wilayah Negara Republik Indonesia yang menyediakan *e-Marketplace* yang disebut sebagai penyedia *e-Marketplace*. Walaupun KPKNL sudah memilih pihak-pihak yang telah menyediakan *e-Marketplace*, tetapi banyak praktik lelang yang dilakukan selain melalui pihak resmi, salah satunya adalah lelang *online* melalui media sosial *instagram*.

Instagram adalah sebuah platform yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai platform jejaring sosial.¹ *Instagram* menjadi salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak dibandingkan dengan media sosial lainnya. Tercatat Indonesia menempati posisi pertama dengan pengguna media sosial *Instagram* terbanyak dengan 88,86 juta pengguna pada Februari 2024. Hal ini tentu berbanding lurus dengan bertambah banyaknya akun-akun yang melakukan praktik jual-beli lelang.

Proses berjalannya lelang *online* menggunakan sistem penawaran, dimana peserta lelang dapat menawar lebih tinggi dari harga yang ditawarkan. Pelaksanaan lelang di Indonesia diatur dalam ketentuan umum berupa perundang-undangan yang secara khusus mengatur persyaratan dan tata cara

¹ Witanti Prihatiningsih. 2017. 'MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN REMAJA', *Communication*, 8.1.

lelang. Pelaksanaan lelang secara *online* dilakukan dengan dua cara penawaran yaitu:²

1. Penawaran tertutup (*Closed Bidding*) penawaran yang disampaikan oleh peserta lelang yang hanya diketahui oleh peserta lelang lainya setelah daftar penawaran dibuka oleh pejabat lelang.
2. Penawaran terbuka (*Opened Bidding*) penawaran yang disampaikan oleh peserta lelang yang dapat diketahui oleh peserta lelang lainya yang telah menyampaikan penawaran.

Praktik jual-beli lelang online melalui media sosial Instagram bukanlah hal yang baru. Kita bisa dengan mudah menemukan akun-akun jual-beli yang biasanya melakukan praktik jual-beli lelang setiap hari. Biasanya barang-barang yang biasanya dijadikan objek lelang di media sosial Instagram adalah barang-barang yang kita pakai sehari-hari, seperti pakaian, tas, sepatu, *smartphone*, dan alat elektronik. Tapi, tidak jarang pula barang yang dijadikan objek lelang memiliki nilai yang sangat tinggi seperti motor, mobil, tanah, dan bahkan rumah.

Jika mengacu pada Peraturan Menteri Keuangan No. 122 Tahun 2023, maka praktik jual-beli lelang di *Instagram* termasuk dalam lelang noneksekusi sukarela, hal ini dikarenakan lelang yang ada di *instagram* diselenggarakan oleh akun yang dimiliki oleh perseorangan. Dalam praktiknya, lelang online di

² Mafita. 2019. Pelaksanaan Lelang melalui *online* Terhadap Aset Barang Milik Negara Pada Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang Serang Berdasarkan Asas Kepastian Hukum. Nurani Hukum: Jurnal Ilmu Hukum. Vol. 2. No. 2. Hlm. 30.

media sosial Instagram hanya terdapat dua pihak, yakni peserta lelang dan penyelenggara lelang yang berperan pula menjadi penjual.

Proses lelang di Instagram diawali dengan akun yang berperan sebagai penyelenggara lelang dan juga penjual akan memposting foto barang yang akan dijadikan objek lelangnya lengkap dengan deskripsi objek lelang, setelahnya objek lelang akan dilelang dengan menggunakan sistem *open bid* yang kemudian peserta lelang akan melakukan penawaran sesuai dengan keinginan mereka, dan pemenang lelang akan diumumkan setelah 1x24 jam.

Sebenarnya, pada prinsipnya sistem lelang yang dilakukan melalui media sosial Instagram tidak berbeda dengan sistem lelang yang dilakukan secara konvensional, karena pada prinsipnya suatu transaksi dapat dikatakan sebagai suatu transaksi lelang apabila telah memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:³

- 1) Penjualan barang;
- 2) Dilakukan di hadapan umum dengan cara mengumumkannya melalui media massa;
- 3) Pembeli belum diketahui sebelumnya;
- 4) Penawar dengan harga tertinggi akan ditunjuk sebagai pembeli;
- 5) Dilakukan dengan cara penawaran yang khusus;
- 6) Dilakukan pada suatu saat dan tempat tertentu.

Mudahnya melakukan transaksi jual-beli lelang melalui media sosial Instagram, serta tidak ada peraturan khusus yang mengatur tentang tata cara praktik jual-beli lelang di media sosial Instagram tentunya membawa masalah

³ Adwin Tista, 2013, *Perkembangan Sistem Lelang Di Indonesia*, Al'Adl, Vol. V, No. 10, hal. 49.

baru di dalam praktiknya. Tidak dipertemukannya penjual dan pembeli secara langsung, serta tidak adanya pihak yang mengawasi jalannya transaksi jual-beli lelang di media sosial Instagram menimbulkan beberapa masalah baru, diantaranya seperti barang yang diterima tidak sesuai dengan foto atau deskripsi, penawar yang sudah terpilih sebagai pemenang lelang tetapi tidak membayar (*bid and run*), barang yang tidak dikirim oleh penjual, dan masalah-masalah lainnya.

Masalah yang timbul dalam praktik transaksi jual-beli lelang di media sosial biasanya terkait dalam suatu perbuatan wanprestasi. Wanprestasi adalah “Pelaksanaan perjanjian yang tidak tepat waktunya atau dilakukan tidak menurut selayaknya atau tidak dilaksanakan sama sekali.”⁴ Perbuatan wanprestasi dalam kegiatan praktik jual-beli lelang di media sosial tidak hanya dirasakan oleh peserta lelang, tetapi juga dirasakan oleh penjual. Adanya permasalahan yang timbul tentu membuat adanya ketidaknyamanan masyarakat dalam melakukan kegiatan jual-beli lelang melalui Instagram. Dibutuhkan suatu perlindungan dan kepastian hukum yang diberikan kepada pihak-pihak yang melakukan praktik lelang di Instagram agar hak-haknya terjamin di mata hukum.

Untuk menjamin berjalannya lelang, pemerintah sudah mengeluarkan peraturan khusus tentang lelang dalam Peraturan Menteri Keuangan No. 122 Tahun 2023 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang. Namun, dalam peraturan

⁴ Yahya Harahap, Segi-Segi Hukum Perjanjian, Cet. II, Bandung: Alumni, 1986, hal. 60.

tersebut belum ada pasal yang mengatur tentang bagaimana jika lelang diadakan dalam suatu platform sosial media. Kitab Undang-Undang Hukum perdata sebagai kitab yang didalamnya berisi tentang peraturan yang terkait dengan Hukum Perdata, menjadi acuan sebagai bentuk perlindungan bagi peserta dan penjual lelang.

Tidak adanya peraturan khusus yang mengatur tentang bagaimana transaksi lelang online di media sosial, tentunya akan timbul banyak masalah yang dapat merugikan pihak-pihak yang terkait dalam transaksi lelang online di media sosial. Kekosongan hukum terkait perlindungan hukum para pihak dalam lelang online melalui media sosial Instagram mengakibatkan tidak terpenuhinya kepastian hukum bagi para pihak. Peraturan khusus diperlukan sebagai perlindungan yang maksimal bagi pihak-pihak dalam lelang online di media sosial Instagram, agar lelang dapat berjalan dengan lancar dan meminimalisis kerugian yang dapat dirasakan oleh pihak-pihak dalam lelang online di media sosial instagram.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PIHAK-PIHAK DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI LELANG DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.

B. Rumusah Masalah

Bagaimana perlindungan hukum terhadap peserta lelang dan penjual dalam transaksi lelang online melalui media sosial Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah disebutkan di atas, tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap peserta lelang dan penjual dalam transaksi lelang online melalui media sosial instagram jika terdapat pihak mengalami kerugian.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori di bidang jual-beli, khususnya terkait perlindungan para pihak dalam jual-beli dalam bentuk lelang online di media sosial.
- b. Penelitian ini menyediakan dasar yang kuat untuk penelitian lanjutan dalam bidang perjanjian jual-beli dalam bentuk lelang dan isu-isu yang berkaitan dengan perlindungan hukum para pihak dalam jual-beli dalam bentuk lelang online di media sosial.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini bermanfaat secara praktis dalam memberikan gambaran dan panduan hukum bagi para pihak dalam lelang online di media sosial dalam memahami hak dan perlindungan hukumnya.
- b. Skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan hukum dalam praktik lelang online di media sosial yang belum banyak diatur secara khusus.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini berguna sebagai suatu upaya untuk memberikan kontribusi pemikiran dan pemahan yang lebih mendalam bagi masyarakat sebagai konsumen dan pelaku usahan dalam transaksi lelang online melalui Instagram.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis penulisan tugas akhir ini berguna sebagai sumber informasi dan referensi bagi masyarakat, khususnya mahasiswa Universitas Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Malang, serta masyarakat umum mengenai perlindungan hukum dalam transaksi lelang online melalui *instagram*, serta keabsahan hukumnya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum yuridis normatif. Menurut Soejono Soekanto pendekatan yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.⁵

⁵ Soerjono Soekanto & Sri Mamudja. 2001. Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat). Rajawali Pers. Jakarta. Hal 13-14.

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan pengkajian terhadap Perlindungan Hukum Bagi Pihak-Pihak Dalam Lelang Online di Media Sosial Instagram sebagaimana diatur dalam KUHPPerdata, dan beberapa asas-asas hukum. Sehingga metode penelitian yuridis normatif merupakan metode yang tepat, hal tersebut dikarenakan pada metode penelitian yuridis normatif merupakan penelitian dengan menggunakan rujukan terhadap kaidah dan norma hukum serta Peraturan Perundang-Undangan yang dilaksanakan dengan studi kepustakaan (*library research*). Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mengutip, membaca, dan menganalisis teori yang berkaitan dengan topik dalam penelitian ini.

2. Pendekatan Hukum

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*Statue Approach*) dan pendekatan konseptual (*conseptual approach*) dengan mengkaji asas-asas hukum perjanjian dengan meneliti tentang keterkaitan asas-asas perjanjian dan doktrin hukum dengan hukum positif, maupun yang hidup dalam masyarakat.⁶

3. Bahan Hukum

Bahan hukum yang digunakan pada penelitian ini adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder:

A. Bahan Hukum Primer

- i. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

⁶ Meray Hendrik Mezak. 2006. Jenis, Metode dan Pendekatan Dalam Penelitian Hukum. Law Review, Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan. Vol. V. No. 3. Hal. 92.

- ii. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- iii. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 122 Tahun 2023 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang;
- iv. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

B. Bahan Hukum Sekunder

Selain bahan hukum primer, penelitian ini juga menggunakan bahan hukum sekunder. Bahan hukum sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah jurnal-jurnal, buku-buku, serta penelitian-penelitian terdahulu tentang perlindungan hukum terhadap pembeli dan penjual, mekanisme jual beli lelang secara elektronik, serta ketentuan lelang dalam perspektif hukum positif Indonesia.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Pada penelitian ini Penulis menggunakan teknik pengumpulan bahan hukum studi kepustakaan (*library research*). Pada teknik pengumpulan bahan hukum studi kepustakaan, penelitian akan dilakukan dengan mengkaji literatur-literatur hukum seperti, putusan pengadilan, Peraturan Perundang-Undangan, buku, serta jurnal. Dalam penelitian ini Penulis melakukan pengkajian terhadap Perlindungan Hukum Terhadap Pihak-Pihak Dalam Transaksi Jual-Beli Lelang Di Media Sosial Instagram.

5. Teknik Analisis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis data preskriptif. Analisis preskriptif sendiri digunakan untuk memberikan suatu opini atau argumentasi mengenai suatu ketentuan dalam perundang-undangan. Dalam hal ini penulis menganalisis tentang Perlindungan Hukum Terhadap Pihak-Pihak Dalam Transaksi Jual-Beli Lelang Di Media Sosial Instagram berdasarkan kepada UUD 1945, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Peraturan Menteri Keuangan Nomor 122 Tahun 2023, Undang-Undang ITE, dan beberapa asas-asas hukum.

1. BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini meliputi: Latar belakang masalah. Latar Belakang berisikan penjelasan mengenai urgensi isu yang akan diangkat oleh penulis; Rumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Manfaat Penelitian; Kegunaan Penelitian; Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

2. BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini meliputi: Tinjauan Pustaka. Tinjauan Pustaka sendiri berisikan teori-teori ataupun ketentuan hukum yang digunakan dalam transaksi lelang online di media sosial Instagram dan teori-teori ataupun ketentuan hukum yang akan digunakan dalam menganalisis Perlindungan Hukum Terhadap Pihak-Pihak Dalam Transaksi Jual-Beli Lelang Di Media Sosial Instagram.

3. BAB III: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan analisis terkait Perlindungan Hukum Terhadap Pihak-Pihak Dalam Transaksi Jual-Beli Lelang Di Media Sosial *Instagram*.

4. BAB IV: PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari analisis Perlindungan Hukum Terhadap Pihak-Pihak Dalam Transaksi Jual-Beli Lelang Di Media Sosial Instagram.

