



## **KAJIAN HUKUM KEABSAHAN LELANG MELALUI MEDIA SOSIAL TELEGRAM**

### *LEGAL STUDY OF THE VALIDITY OF AUCTIONS THROUGH TELEGRAM SOCIAL MEDIA*

**Yazid Rifan Nugraha**

Universitas Islam Al-Azhar

E-mail: [yazidrivan3@gmail.com](mailto:yazidrivan3@gmail.com)

**Atin Meriati Isnaini**

Universitas Islam Al-Azhar

E-mail: [atin@unizar.ac.id](mailto:atin@unizar.ac.id)

**Hafizatul Ulum**

Universitas Islam Al-Azhar

E-mail: [hafizatululum@unizar.ac.id](mailto:hafizatululum@unizar.ac.id)

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk membahas keabsahan hukum pelaksanaan lelang melalui media sosial Telegram, yang menjadi tren baru dalam transaksi jual beli daring. Serta mengetahui bagaimana keabsahan lelang online melalui media sosial dalam perspektif Pasal 1338 KUH Perdata dan bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dan penjual dalam praktik lelang tersebut. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan, serta analisis kualitatif secara deduktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun lelang melalui Telegram tidak dilakukan di hadapan pejabat lelang, pelaksanaan lelang dapat dianggap sah apabila memenuhi unsur-unsur sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 dan 1338 KUH Perdata, yakni adanya kesepakatan para pihak, kecakapan, objek yang jelas, dan sebab yang halal. Perlindungan hukum terhadap konsumen dan penjual diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UU ITE, terutama jika terjadi wanprestasi atau penipuan. Praktik lelang online melalui Telegram memiliki keabsahan hukum apabila memenuhi syarat perjanjian dalam KUH Perdata dan ketentuan transparansi sebagaimana prinsip lelang. Perlunya pembentukan regulasi khusus yang mengatur secara eksplisit pelaksanaan lelang melalui media sosial untuk memberikan kepastian hukum serta perlindungan yang optimal bagi seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi digital tersebut.

**Kata Kunci:** *Keabsahan; Lelang Online; Telegram.*

#### **Abstract**

*This research aims to discuss the legal validity of the implementation of auctions through Telegram social media, which has become a new trend in online buying and selling transactions. As well as knowing how the validity of online auctions through social media in the perspective of Article 1338 of the Civil Code and how the form of legal protection for consumers and sellers in the auction practice. The method used is normative legal research with a statutory approach, as well as deductive qualitative analysis. The results showed that although the auction through Telegram was not conducted in front of an auction official, the implementation of the auction can be considered valid if it fulfills the elements of a valid agreement as stipulated in Articles 1320 and 1338 of the Civil Code, namely the agreement of the parties, capacity, clear object, and halal cause. Legal protection for consumers and sellers is regulated in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and the ITE Law, especially in the event of default or fraud. The practice of online auction through Telegram has legal validity if it fulfills the terms of the agreement in the Civil Code*

*and the provisions of transparency as the principle of auction. The need for the establishment of special regulations that explicitly regulate the implementation of auctions through social media to provide legal certainty and optimal protection for all parties involved in these digital transactions.*

**Keywords:** *Validity; Online Auction; Telegram.*

## A. LATAR BELAKANG

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. Indonesia menempati urutan ketiga pengguna internet terbanyak di Asia, yang mencapai 212,35 juta jiwa pada Maret 2021.<sup>1</sup> Internet memberikan banyak dampak positif, terutama dalam sektor perdagangan. Dengan adanya internet, transaksi jual beli antara pembeli dan penjual menjadi lebih mudah dan cepat, tanpa batasan ruang dan waktu. Salah satu bentuk transaksi yang dilakukan secara online adalah lelang.

Lelang adalah proses penjualan barang secara terbuka kepada publik, di mana penawaran harga dilakukan secara tertulis atau lisan, baik meningkat maupun menurun, untuk mencapai harga tertinggi. Definisi lelang diatur dalam *Vendu Reglement Staatsblad* tahun 1908 nomor 189 Pasal 1, yang menyatakan bahwa lelang adalah penjualan barang kepada umum dengan penawaran harga yang dapat dilakukan oleh siapa saja yang diundang atau diberitahu sebelumnya.<sup>2</sup>

Di Indonesia, peraturan mengenai lelang diatur dalam Peraturan Kementerian Keuangan (PMK) Nomor 122 tahun 2023, yang mendefinisikan lelang sebagai penjualan barang secara terbuka dengan penawaran harga yang bertujuan mencapai harga tertinggi, setelah adanya pengumuman lelang. Lelang memberikan kesempatan yang sama bagi semua orang untuk berpartisipasi dalam penawaran dan mendapatkan barang yang diinginkan.<sup>3</sup> Lelang dilakukan pada waktu dan tempat tertentu, dan harus didahului dengan pengumuman lelang, serta harus dihadiri oleh peserta lelang, pemohon lelang, pemandu lelang, dan pejabat lelang.<sup>4</sup> Seiring dengan perkembangan teknologi, lelang kini tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga dapat dilaksanakan secara tidak langsung melalui media elektronik atau internet. Lelang yang dilakukan secara online dalam dunia perdagangan elektronik (*e-commerce*) dikenal sebagai *e-auction*.

Menurut Pasal 1 ayat 14 PMK Nomor 122 Tahun 2023 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang, lelang tanpa kehadiran peserta adalah lelang yang tidak dihadiri secara fisik oleh peserta di lokasi lelang, dan dapat dilakukan melalui surat, email, aplikasi lelang, atau e-marketplace auction. Lelang tanpa kehadiran peserta ini sering disebut sebagai lelang online. Lelang online merupakan salah satu bentuk transaksi jual beli elektronik. Portal resmi lelang yang dikelola oleh Kementerian Keuangan, yaitu [lelang.go.id](http://lelang.go.id), memudahkan peserta untuk mengikuti lelang

1 V. B. Kusnandar, *Pengguna internet Indonesia peringkat ke-3 terbanyak di Asia*, Katadata, 14 Oktober 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>, diakses pada 15 Februari 2024, pukul 13.17 WIB. (Berdasarkan data *Internetworldstats*, pengguna internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada Maret 2021, menempati posisi ketiga di Asia setelah Tiongkok dan India.)

2 Alfarizi, M. R., Makhrup, A. G., & Haerani, R. (2023). Pertanggungjawaban hukum PT. Pegadaian Cabang Mataram terhadap sisa hasil lelang barang gadai kepada nasabah berdasarkan hukum positif di Indonesia. *Unizar Journal*, 2(4), 1–15. <https://doi.org/10.36679/urj.v2i4.144>

3 N. W. E. Putri, *Perlindungan hukum bagi peserta lelang online berdasarkan Pasal 35 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* (skripsi, Universitas Brawijaya, Malang, 2011), hlm. 3.

4 A. Tista, "Perkembangan sistem lelang di Indonesia," *Al'Adl* 5, no. 10 (2013): hlm. 48.

secara online. Meskipun ada situs resmi, banyak juga lelang online yang berkembang di masyarakat, termasuk lelang melalui media sosial yang kini menjadi tren.

Barang-barang yang dilelang di media sosial bervariasi, mulai dari alat elektronik, smartphone, tas, sepatu, hingga pakaian. Proses lelang online dimulai dengan pemilik barang menitipkan barang kepada pemilik akun lelang, yang kemudian memposting barang tersebut di akun media sosialnya sesuai ketentuan yang ditetapkan. Setelah itu, lelang dilakukan dengan sistem *open bid*, di mana peserta yang berminat dapat melakukan penawaran. Pemenang lelang akan diumumkan oleh akun lelang dalam waktu 1x24 jam.<sup>5</sup>

Meskipun lelang online menawarkan kemudahan, ada juga kekurangan, terutama karena tidak adanya pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Hal ini dapat menyebabkan masalah bagi konsumen, seperti barang yang diterima tidak sesuai dengan foto atau deskripsi, barang dalam kondisi rusak, atau barang yang tidak dikirim sama sekali. Masalah-masalah ini dapat dianggap sebagai wanprestasi, yaitu ketidakmampuan untuk memenuhi kewajiban yang telah disepakati dalam perjanjian antara kreditur dan debitur. Konsumen sering kali menjadi pihak yang dirugikan dalam transaksi ini, karena mereka dianggap lebih lemah dan rentan.

Permasalahan ini menciptakan ketidaknyamanan bagi konsumen dalam melakukan transaksi lelang online. Hak-hak konsumen, yang merupakan bagian dari hak asasi manusia, diatur dalam Pasal 28 UUD 1945, yang menyatakan bahwa setiap orang berhak untuk hidup sejahtera, mendapatkan lingkungan yang baik, serta memperoleh pelayanan kesehatan dan perlakuan khusus untuk mencapai keadilan. Sebagai pihak yang berwenang, pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menjamin kepastian hukum untuk melindungi konsumen. Menurut Pasal 1 angka 1 undang-undang tersebut, perlindungan konsumen mencakup segala upaya untuk melindungi konsumen terhadap barang dan jasa, mulai dari proses mendapatkan hingga penggunaan barang dan jasa tersebut. Selain itu, ada juga Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur perlindungan hukum dalam transaksi elektronik.<sup>6</sup>

Menurut Peraturan Menteri Keuangan No. 122 Tahun 2023 Pasal 1 Angka 34, Risalah Lelang adalah berita acara pelaksanaan lelang yang dibuat oleh Pejabat Lelang dan berfungsi sebagai akta autentik yang memiliki kekuatan pembuktian yang sempurna. Risalah ini mencakup semua proses dari awal hingga akhir lelang. Keabsahan risalah lelang ditentukan oleh bagaimana proses lelang dilaksanakan. Selain itu, risalah ini menjadi bukti kepastian hukum bagi pihak yang memerlukan akta turunan, seperti Kutipan, Salinan, atau Grosse yang autentik yang dibuat dari Minuta Risalah Lelang.<sup>7</sup>

## B. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Normatif. Metode penelitian normatif adalah penelitian hukum kepustakaan yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan kepustakaan atau data sekunder belaka. Penelitian kualitatif digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dalam bentuk kata-kata, seperti menemukan makna, pendapat, atau suatu alasan yang mendasari topik penelitian. Dengan menggunakan metode berpikir deduktif (cara berpikir dalam penarikan kesimpulan yang ditarik dari sesuatu yang

5 Adwin Tista, "Perkembangan Sistem Lelang Di Indonesia", *Al'Adl*, Vol. V No. 10, 2013, hlm.49.

6 Indonesia, *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58), Pasal 35.

7 Sekawan Media, *Call to value: Pengertian, contoh, strategi, dan efektivitas*, 2025, <https://www.sekawanmedia.co.id/media-sosial-untuk>, diakses pada 25 Oktober 2021, pukul 14.30 WIB.

sifatnya umum yang sudah dibuktikan bahwa dia benar dan kesimpulan itu ditujukan untuk sesuatu yang sifatnya khusus).

### C. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 1. Keabsahan Lelang Online Di Media Sosial Dan Perspektif Pasal1338 KUHPerdara

Lelang adalah proses penjualan barang secara terbuka kepada publik, di mana penawaran harga dilakukan secara tertulis atau lisan, baik meningkat maupun menurun, untuk mencapai harga tertinggi setelah pengumuman lelang. Menurut Pasal 1 Vendu Reglement, lelang dapat dilakukan dengan penawaran harga yang terbuka atau melalui pemasukan harga dalam sampul tertutup, dan diikuti oleh orang-orang yang diundang atau diberitahu sebelumnya, yang memiliki kesempatan untuk menawar atau menyetujui harga yang ditawarkan.”<sup>8</sup>

Transaksi lelang melalui internet adalah bentuk perjanjian jual beli, di mana satu pihak berjanji kepada pihak lain untuk melaksanakan suatu hal. Perikatan mengacu pada hubungan hukum antara dua pihak, di mana satu pihak berhak menuntut sesuatu dari pihak lain yang berkewajiban memenuhinya. Dalam sistem lelang online melalui media sosial seperti Telegram, tidak ada kehadiran pejabat lelang, sehingga dasar hukum pelaksanaannya tidak jelas. Namun, mekanismenya tetap sama dengan lelang tradisional, menggunakan sistem bidding untuk penawaran harga tertinggi. Dasar hukum untuk jual beli melalui lelang online ini merujuk pada Pasal 1320 dan 1338 KUHPerdara.

Lelang sendiri merupakan perjanjian yang termasuk kedalam perjanjian jual beli. Perjanjian jual beli diatur didalam BW pada buku III tentang Perikatan dalam Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540. Jual beli menurut Pasal 1457 BW ada-lah suatu persetujuan dengan mana pihak satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Dari pengertian yang diberikan pasal 1457 BW diatas, persetujuan jual beli sekaligus membebaskan dua kewajiban yaitu:<sup>9</sup>

Dalam beberapa kasus, penyelenggara juga dapat meminta pengisian formulir elektronik untuk verifikasi identitas dan komitmen sebelum mengikuti lelang. Jika memenuhi Pasal 1320 dan 1338 KUHPerdara, maka jual beli online melalui sistem lelang ini sah menurut hukum. Secara umum, jual beli online mirip dengan jual beli konvensional. Penelitian ini terkait dengan studi oleh Nakayo dan Nadya Rizky (2020) yang berjudul “Legalitas Lelang yang Diselenggarakan secara Online melalui Aplikasi yang Bukan Balai Lelang,” yang membahas legalitas lelang non-balai dan perlindungan hukum dalam kasus wanprestasi. Penelitian ini lebih fokus pada lelang yang dilakukan di media sosial, berbeda dengan penelitian sebelumnya.<sup>10</sup>

Keabsahan lelang Pelaksanaan Lelang melalui internet atau media sosial *Telegram* pada dasarnya tidak berbeda jauh dengan transaksi elektronik (*e-commerce*) pada umumnya. Perbedaan hanya terletak pada cara penawaran, yaitu pada lelang *online* peserta lelang memberikan penawaran dengan sistem menaikkan harga sampai tercapai harga yang pas, kemudian pembeli atau pemenang lelang ditentukan oleh penjual. menampilkan barang yang akan dilelang secara terbuka dan dapat diakses oleh siapa saja pada profil *Telegram*-nya.

<sup>8</sup> S. Qiarasyifa, “Endorsement di kalangan *influencer* media sosial,” *Dikom FISIPOL UGM*, 2021, <https://dikom.fisipol.ugm.ac.id/endorsement-di-kalangan-influencer-media-sosial/>, diakses pada 2 Juni 2025, pukul 17.03 WIB.

<sup>9</sup> L. Permata Arina Iasya, Marjo, & Moch. Djais, “Pelaksanaan lelang atas barang milik daerah melalui internet (e-auction) oleh Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Semarang,” *Diponegoro Law Review* 5, no. 2 (2016): hlm 3.

<sup>10</sup> *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* [Burgerlijk Wetboek], diterjemahkan oleh R. Subekti dan R. Tjitrosudibio (Jakarta: Balai Pustaka, 2014).

Lelang dapat dilihat pengaturan dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 122 tahun 2023 tentang Petunjuk Pelaksanaan 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 dengan pengumuman lelang.<sup>11</sup>

Dalam Pasal 1329 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata) dinyatakan bahwa “tiap orang berwenang untuk membuat perikatan, kecuali jika ia dinyatakan tidak cakap untuk hal itu.” Selain itu, Pasal 1338 KUHPperdata menyebutkan bahwa “semua perjanjian yang dibuat sesuai dengan Undang-Undang berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya.” Pasal 1337 KUHPperdata menegaskan asas kebebasan berkontrak, yang memungkinkan para pihak untuk secara bebas menyusun perjanjian yang mengikat, asalkan tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, atau ketertiban umum.

Barang-barang yang dilelang di media sosial bervariasi, termasuk alat elektronik, smartphone, tas, sepatu, pakaian, dan lainnya. Proses lelang melalui media sosial dimulai dengan penitipan barang dari pemilik kepada pemilik akun lelang. Akun lelang kemudian memposting barang tersebut dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Setelah itu, lelang dilakukan dengan sistem penawaran, di mana peserta lelang yang berminat dapat memberikan penawaran sesuai keinginan mereka. Pemenang lelang akan diumumkan oleh akun lelang dalam waktu 1x24 jam.<sup>12</sup>

Pelaksanaan lelang secara online (*e-Marketplace*) diatur dalam Pasal 29 ayat (2) Peraturan Menteri Keuangan Nomor 122 tahun 2023 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang menyatakan penawaran lelang secara tertulis tanpa kehadiran peserta lelang, peserta lelang mengajukan penawaran dengan menggunakan :

- a. Melalui surat elektronik (*e-mail*)
- b. Melalui surat tromol pos, atau
- c. Melalui internet baik secara terbuka (*open bidding*) maupun cara tertutup (*closed bidding*).

Pelaksanaan lelang secara online dapat dilakukan dengan dua cara penawaran yaitu:<sup>13</sup>

- a. Penawaran tertutup (*closed bidding*), dimana penawaran yang disampaikan oleh peserta lelang yang hanya dapat diketahui oleh peserta lelang lainnya setelah daftar penawaran dibuka oleh Pejabat Lelang.
- b. Penawaran terbuka (*opened bidding*), penawaran yang disampaikan oleh peserta lelang yang dapat diketahui oleh peserta lelang lainnya yang telah menyampaikan penawaran.
- c. Pejabat Lelang dapat menetapkan pemenang lelang setelah lelang selesai dan terdapat penawaran, dengan disaksikan oleh Penjual, 1 (satu) orang saksi dari penyelenggara lelang melalui online, dan 1 (satu) orang saksi dari penjual. Sistem secara otomatis mengurutkan penawaran yang masuk berdasarkan nilai penawaran dan waktu masuknya penawaran.

## 2. Perlindungan Hukum Yang Di Berikan Kepada Penjual Dan Pembeli Dalam Praktik Jual Beli Melalui Lelang Online

Hukum perlindungan konsumen muncul sebagai respons terhadap posisi konsumen yang lemah dalam transaksi, sehingga diperlukan perlindungan hukum. Perlindungan konsumen merujuk pada upaya hukum yang diberikan untuk melindungi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan. Hukum perlindungan konsumen dapat diartikan

11 Indonesia, Kementerian Keuangan, *Peraturan Menteri Keuangan Nomor 27 Tahun 2016 tentang Pedoman Pelaksanaan Lelang dengan Penawaran Secara Tertulis Tanpa Kehadiran Peserta Lelang Melalui Internet* (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 270), Pasal 54.

12 *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Pasal 1338.

13 Mafita, “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* 2, no. 2 (Desember 2019) hlm. 30

sebagai keseluruhan peraturan yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha dalam upaya memenuhi kebutuhan. Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Pada dasarnya, perlindungan konsumen merupakan bagian dari perlindungan hak asasi manusia (HAM). Az. Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas dan kaidah-kaidah yang bersifat mengatur serta melindungi kepentingan konsumen.<sup>14</sup>

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa banyak perubahan, terutama dalam bidang komunikasi. Di masa lalu, media komunikasi jarak jauh hanya mengandalkan surat sebagai sarana pengantar, sedangkan saat ini terdapat cara yang lebih mudah dan cepat untuk mengirim pesan kepada teman, kerabat, atau keluarga yang jauh. Media sosial termasuk dalam kategori media baru (*new media*), yang merupakan evolusi dari metode komunikasi jarak jauh.

Dalam pelaksanaan sistem lelang online di media sosial seperti Telegram, terdapat dua pihak utama: pemohon lelang atau penjual, dan peserta lelang. Penjual lelang dapat berupa individu, badan hukum, atau badan usaha yang memiliki barang untuk dijual. Penjual memiliki wewenang untuk menjual dan mempromosikan barang tersebut, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang mengatur jual beli, sehingga transaksi ini dianggap sah. Sementara itu, peserta lelang, yang juga dapat berupa individu atau badan hukum, berhak mengajukan penawaran dalam lelang. Peserta lelang yang memberikan penawaran tertinggi (*highest bidder*) dan mencapai atau melampaui harga maksimal akan dinyatakan sebagai pemenang lelang.

Untuk memberikan perlindungan hukum, sistem lelang online di media sosial harus memuat asas kepastian hukum atas hak-hak pemenang lelang. Asas ini berfungsi sebagai penjaga agar tujuan perjanjian tercapai, yang pada gilirannya memberikan perlindungan hukum bagi pemenang lelang serta memastikan tercapainya ketertiban, kepastian hukum, dan keadilan. Hal ini sejalan 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.”

Namun, pelaksanaan lelang online melalui media sosial juga dapat menimbulkan berbagai permasalahan, seperti pelanggaran kesepakatan atau wanprestasi, serta konsekuensi dan mekanisme penyelesaian wanprestasi tersebut. Oleh karena itu, penting untuk memahami kelebihan dan kekurangan dari pelaksanaan lelang melalui media sosial.<sup>15</sup>

Dalam penyelenggaraan lelang online di Telegram melalui media internet, jika terjadi penipuan atau wanprestasi, para korban yang merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan kepada penjual barang lelang tersebut. Setiap orang yang mengikuti atau menggunakan platform lelang online berhak untuk mengajukan gugatan jika mereka merasa dirugikan.

Wanprestasi biasanya disebabkan oleh pemohon lelang yang awalnya setuju pada kesepakatan yang memuat hak dan kewajiban baik pemohon maupun peserta lelang, namun kemudian tidak memenuhi perjanjian tersebut. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, juga mengatur mengenai penipuan yang terjadi di media sosial. Pasal 28 ayat (1) UU ITE menyatakan:

14 A. Nasution, *Hukum perlindungan konsumen: Suatu pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2011), hlm. 12.

15 B. Asshofah, *Metode penelitian hukum* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hlm. 79.

“Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak, menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.”Ketentuan ini memberikan dasar hukum bagi konsumen untuk melindungi diri dari penipuan yang mungkin terjadi dalam transaksi online, termasuk dalam konteks lelang di media sosial. Dengan demikian, korban penipuan atau wanprestasi memiliki hak untuk menuntut ganti rugi dan mendapatkan keadilan melalui jalur hukum yang tersedia.”<sup>16</sup> Jika barang yang diterima oleh pemenang lelang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau terdapat kerusakan dan kecacatan yang merugikan pembeli, maka penjual diwajibkan untuk memberikan ganti rugi atas barang yang dijual kepada konsumen. Hal ini mengacu pada Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi atau menggunakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan. Pasal 19 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.

Penelitian oleh Bakhtiar Satria Aditya (2024) menunjukkan bahwa pemenang lelang hak atas tanah yang menjadi objek sengketa di pengadilan mendapatkan perlindungan hukum yang signifikan. Jika ada pihak lain yang menggugat objek lelang dan pengadilan memutuskan bahwa pemenang lelang adalah pihak yang sah, maka pemenang tersebut akan memiliki kekuatan hukum tetap dan tidak dapat diganggu gugat. Namun, jika pengadilan membatalkan lelang karena adanya perbuatan melawan hukum, pemenang lelang tidak akan mendapatkan keuntungan dari pembelian objek yang telah dibayarkan. Selain itu, perlindungan hukum preventif juga diberikan melalui berita acara pelaksanaan lelang yang dibuat oleh pejabat lelang, yang berfungsi sebagai akta otentik dengan kekuatan pembuktian yang kuat.<sup>17</sup>

Dalam menghadapi sengketa, penting bagi semua pihak yang terlibat untuk memahami mekanisme penyelesaian yang tersedia. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui mediasi, arbitrase, atau pengadilan. Mediasi sering menjadi pilihan utama karena prosesnya lebih cepat dan biaya yang dikeluarkan lebih rendah dibandingkan litigasi. Sebagai contoh, dalam sengketa antara penjual dan pembeli dalam lelang online, kedua belah pihak dapat memilih untuk menggunakan jasa mediator terdaftar. Mediator akan berusaha mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan tanpa harus membawa masalah ke pengadilan. Namun, jika mediasi tidak membuahkan hasil, langkah selanjutnya adalah membawa kasus tersebut ke arbitrase atau pengadilan sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya.<sup>18</sup>

16 G. Saleh & R. Pitriani, “Pengaruh media sosial Instagram dan WhatsApp terhadap pembentukan budaya *alone together*,” *Jurnal Komunikasi Universitas Abdurrah* 10, no. 2 (Desember 2018) hlm.104

17 S. Bakhtiar, *Perlindungan hukum bagi pemenang lelang hak atas tanah yang dijadikan objek sengketa dalam perkara di Pengadilan Tinggi Semarang* (skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2024).

18 D. S. R. Sediati, “Peranan pejabat lelang kelas II dalam pelaksanaan lelang di Indonesia,” *Jurnal MMH* 39, no. 2 (Juni 2010)

Perlindungan hukum bagi pihak-pihak yang terlibat dalam jual beli lelang online sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan integritas dalam transaksi. Dalam konteks ini, Undang-Undang ITE memberikan landasan hukum yang kuat untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha. Misalnya, Pasal 27 Undang-Undang ITE mengatur tentang larangan penyebaran informasi yang menyesatkan dan merugikan pihak lain.<sup>19</sup>

Dalam praktiknya, lembaga perlindungan konsumen juga berperan aktif dalam memberikan edukasi dan advokasi kepada masyarakat terkait hak dan kewajiban mereka dalam transaksi online. Data dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menunjukkan bahwa jumlah pengaduan terkait transaksi online meningkat setiap tahunnya, sehingga perlunya sosialisasi mengenai hak-hak konsumen dan mekanisme pelaporan jika terjadi sengketa.<sup>20</sup>

#### D. KESIMPULAN

Keabsahan lelang online melalui Telegram secara hukum dapat dinyatakan sah apabila memenuhi unsur-unsur perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 dan 1338 KUH Perdata, yakni adanya kesepakatan para pihak, kecakapan, objek yang jelas, dan sebab yang halal. Meskipun tidak dilakukan di hadapan pejabat lelang, pelaksanaan lelang tetap memiliki kekuatan hukum apabila dijalankan dengan prinsip transparansi dan memenuhi ketentuan dalam Peraturan Menteri Keuangan No. 122 Tahun 2023.

Perlindungan hukum bagi penjual dan pembeli dalam lelang online melalui media sosial diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan UU ITE, yang memberikan hak kepada konsumen untuk menuntut ganti rugi atas wanprestasi atau penipuan. Konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas dan barang sesuai deskripsi, sementara penjual tetap terlindungi selama melaksanakan kewajiban secara profesional dan jujur. Mekanisme penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui mediasi, arbitrase, atau jalur pengadilan sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Buku

- Asshofah, B. (2007). *Metode penelitian hukum*. Rineka Cipta.
- Az Nasution, A. (2011). *Hukum perlindungan konsumen: Suatu pengantar*. Diadit Media.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata [Burgerlijk Wetboek]. (2014). Diterjemahkan oleh R. Subekti & R. Tjitrosudibio. Balai Pustaka. (Karya asli tidak diterbitkan secara spesifik, diterjemahkan ke Bahasa Indonesia)
- Soemitro, R. (1987). *Peraturan dan instruksi lelang*. PT. Eresco Skripsi, Tesis, dan Disertasi
- Anak Agung Boyke. (2022). *Perlindungan hukum terhadap peserta lelang online di media sosial Telegram* (Skripsi). Fakultas Hukum, Universitas Udayana.
- Bakhtiar, S. (2024). *Perlindungan hukum bagi pemenang lelang hak atas tanah yang dijadikan objek sengketa dalam perkara di Pengadilan Tinggi Semarang* (Skripsi). Fakultas Hukum, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Novita Wahyu Eka Putri. (2011). *Perlindungan hukum bagi peserta lelang online berdasarkan*

<sup>19</sup> Edwin Arga Muhammad, *Peserta Lelang Online Melalui Media Sosial Telegram*, Wawancara, Tanggal 12 Juni 2022.

<sup>20</sup> Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), *Laporan tahunan pengaduan konsumen* (2022).

*Pasal 35 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* (Skripsi). Universitas Brawijaya, Malang.

### **Jurnal Ilmiah dan Artikel dalam Jurnal**

- Adwin Tista. (2013). Perkembangan sistem lelang di Indonesia. *Al'Adl*, 5(10), 48–49.
- Alfarizi, M. R., Makhrup, A. G., & Haerani, R. (2023). Pertanggungjawaban hukum PT. Pegadaian Cabang Mataram terhadap sisa hasil lelang barang gadai kepada nasabah berdasarkan hukum positif di Indonesia. *Unizar Journal*, 2(4), 1–15. <https://doi.org/10.36679/urj.v2i4.144>
- Gunawan Saleh, G., & Pitriani, R. (2018). Pengaruh media sosial Instagram dan WhatsApp terhadap pembentukan budaya *Alone Together*. *Jurnal Komunikasi Universitas Abdurrah*, 10(2), 103–115.
- Landina, Permata Arina Iasya, Marjo, & Moch. Djais. (2016). Pelaksanaan lelang atas barang milik daerah melalui internet (e-auction) oleh Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Semarang. *Diponegoro Law Review*, 5(2), 1–15.
- 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*, 2(2), 25–35.
- Sediati, D. S. R. (2010). Peranan pejabat lelang kelas II dalam pelaksanaan lelang di Indonesia. *Jurnal MMH*, 39(2), 1–10.
- Sumber Online (Website, Laporan, dan Wawancara)
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). (2022). *Laporan tahunan pengaduan konsumen*.
- Kusnandar, V. B. (2021, 14 Oktober). *Pengguna internet Indonesia peringkat ke-3 terbanyak di Asia*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- Sekawan Media. (n.d.). *Pengaruh penggunaan media sosial dan manfaat untuk bisnis*. <https://www.sekawanmedia.co.id/media-sosial-untuk-bisnis>
- Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. (n.d.). *Endorsement di kalangan influencer media sosial*. <https://dikom.fisipol.ugm.ac.id/endorsement-di-kalangan-influencer-media-sosial/>

### **Perundang-Undangan**

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.