



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

**SKRIPSI**



Oleh  
**Tasaria Utami**  
21901021114

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS HUKUM  
MALANG  
2023**



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

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Memperoleh Gelar Kesarjanaan Dalam Ilmu Hukum



Oleh

**Tasaria Utami  
21901021114**

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS HUKUM  
MALANG  
2023**

## RINGKASAN

ANALISIS YURIDIS LELANG *ONLINE* DI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN DAN  
HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMENTasaria Utami  
Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

Pada skripsi ini, penulis mengangkat tentang analisis yuridis lelang *online* di media sosial instagram dalam perspektif hukum perjanjian dan hukum perlindungan konsumen, pilihan tema tersebut di latar belakang 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 barang yang tidak dikirim kepada pemenang lelang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dalam skripsi ini terdapat dua rumusan masalah sebagai berikut: yang pertama bagaimana keabsahan lelang *online* di media sosial instagram dalam perspektif pasal 1338 KUHPerduta. yang kedua Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen terkait lelang *online* di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen.

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

Hasil dari analisis yuridis lelang *online* di media sosial instagram dalam perspektif hukum perjanjian dan hukum perlindungan konsumen bahwa dasar hukum Lelang *online* melalui media sosial Instagram mengacu dalam KUHPerduta, jika telah memenuhi Pasal 1320 KUHPerduta syarat sah perjanjian maka suatu perjanjian dikatakan sah, dan dijadikan sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya (pihak penjual dan pembeli) seperti yang telah dijelaskan dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPerduta yang berbunyi “suatu perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. 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 KUHPerduta. Perlindungan hukum terhadap korban wanprestasi lelang *online* media sosial yaitu terdapat dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 28 ayat (1) UU ITE, sanksi penyelesaian terhadap korban penipuan terdapat dalam Pasal 45 ayat 2 UU ITE setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

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

## SUMMARY

### **JURIDICAL ANALYSIS OF ONLINE AUCTIONS ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM IN AGREEMENT LEGAL PERSPECTIVE AND CONSUMER PROTECTION LAW**

**Tasaria Utami**  
**Faculty of Law, University Islam Malang**

*In this thesis, the author raises the juridical analysis of online auctions on social media Instagram from the perspective of contract law and consumer protection law. In conducting online auctions on social media Instagram, some weaknesses harm consumers or auction participants, such as goods not being sent to the auction winner.*

*Based on this background, there are two problem formulations in this thesis as follows: first, how is the legitimacy of online auctions on Instagram social media in the perspective of article 1338 of the Civil Code. Second, how is legal protection for consumers related to online auctions on social media Instagram in the event of a loss of consumers.*

*This research is a normative juridical research using statutory and conceptual approaches, the sources of legal material used are primary legal materials and secondary materials, and the analysis technique of legal materials used is Qualitative Analysis. The presentation is done descriptively.*

*The results of the juridical analysis of online auctions on social media Instagram in the perspective of contract law and consumer protection law are that the legal basis for online auctions through social media Instagram refers to in the Civil Code said that there are no provisions or exceptions in entering into a contract with someone, if you have fulfilled article 1320 of the civil code, the terms of the agreement are valid, then an agreement is said to be valid, and serve as a shrimp law for those who make it (the seller and the buyer). The validity of agreements made in electronic media is also regulated in PP No. 71 of 2019 concerning the Implementation of Electronic Systems and Transactions article 46 paragraph (2) which refers to Article 1320 of the Civil Code. Legal protection for victims of online social media auction fraud is contained in Article 19 of Law Number 8 1999 concerning Consumer Protection, Article 28 paragraph (1) of the ITE Law. Legal protection for victims of social media online auction defaults is contained in Article 19 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Article 28 paragraph (1) of the ITE Law, the settlement sanction for victims of fraud is contained in Article 45 paragraph 2 of the ITE Law every person who fulfilling the elements referred to in Article 28 paragraph (1) or paragraph (2) shall be subject to imprisonment for a maximum of 6 (six) years or a fine of a maximum of Rp. 1,000,000,000.00 (one billion rupiah).*

**Keywords:** *online auction, legal agreement, legal protection consumer*

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi di era saat ini berkembang sangat pesat dalam kehidupan masyarakat, tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan internet memberikan dampak positif juga bagi pengguna. 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. Definisi jual beli menurut pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata adalah suatu perjanjian dimana pihak satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain untuk membayar harga dari barang tersebut yang sudah disepakati.<sup>1</sup> Lelang merupakan proses jual beli barang atau jasa dengan melakukan penawaran, menetapkan harga lebih tinggi, dan kemudian menjual barang atau jasa kepada penawar yang menawarkan harga lebih tinggi. 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”.<sup>2</sup>

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

---

<sup>1</sup>Soesilo dan pramudji, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1457 tentang Jual-Beli, 2007

<sup>2</sup>Peraturan Menteri Keuangan No.213/PMK.06/2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang

lelang di Indonesia.<sup>3</sup> Pada awal pemberlakuanya, *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, lelang dibagi menjadi tiga jenis yaitu Lelang eksekusi, Lelang noneksekusi wajib, Lelang noneksekusi sukarela. Di era modern saat ini apapun dapat dilakukan secara daring (*Online*) dengan menggunakan Internet, internet adalah layanan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan perangkat komputer, yang diselenggarakan di seluruh dunia melalui telepon atau satelit dengan menghubungkan perangkat mereka ke Internet. Perkembangan yang sangat pesat ini tidak lagi melangsungkan untuk bertatap muka saat melakukan transaksi jual beli, tetapi relatif melalui media internet. Salah satunya aplikasi media sosial Instagram, sebab instagram mempunyai fasilitas yang mendukung dan lebih lengkap dibanding website *e-commerce*.<sup>4</sup> Media sosial instagram ini sangat populer diberbagai kalangan anak muda dan dewasa, sehingga pasar lelang di media sosial instagram sangat luas, selain itu pemasaran media sosial instagram gratis, pertemuan tidak dikenakan biaya untuk stan persewaan dan izin lainnya. kegiatan jual beli dengan sistem lelang di instagram ini memperjual belikan berbagai barang mulai dari barang elektronik, fashion dan lain-lain.

---

<sup>3</sup>Rachmadi Usman, *Hukum Lelang*, Sinar Grafika, Jakarta, 2016, h. 15

<sup>4</sup>Permata Arinalasya Landina, Marjo, Moch. Djais, “*Pelaksanaan Lelang Atas Barang Milik Daerah Melalui Internet (E-Auction) Oleh Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang (Kpkn) Semarang*”, *Diponegoro Law Review* Volume 5, Nomor 2, 2016, h. 7

Proses lelang *online* menggunakan sistem penawaran, dimana konsumen lelang dapat menawar lebih tinggi dari harga yang ditawarkan. Pelaksanaan lelang di Indonesia diatur dalam ketentuan umum berupa peraturan perundang-undangan yang secara khusus mengatur persyaratan dan tata cara lelang. Pelaksanaan lelang secara *online* dilakukan dengan dua cara penawaran yaitu:<sup>5</sup>

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.

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 pelelangan dan menjadi bendahara.<sup>6</sup> Sedangkan dalam sistem lelang di Instagram sama sekali tidak diajukan pada balai lelang, sehingga lelang *online* dimedia sosial ini tidak memiliki dasar hukum yang jelas, yang dapat menyebabkan hilangnya perlindungan hukum bagi peserta dan penjual barang lelang. Penjual yang ingin menjual barangnya melalui lelang *online* diharuskan untuk melampirkan

---

<sup>5</sup>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, Volume 2 Nomor 2, Desember 2019, h. 30.

<sup>6</sup>Pambudi, 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

permohonan kepada KPKNL atau balai lelang disertai dokumen persyaratan lelang yang dimana permohonan harus secara tertulis, kemudian pemohon melakukan permohonan melalui aplikasi.<sup>7</sup>

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 korban 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.<sup>8</sup>

Contoh kasus lelang *online* di langsa aceh, Dirreskrimum polda aceh telah menangkap pelaku yang berinisial MAP (17 Tahun), dalam aksinya pelaku telah menipu dengan modus lelang handphone di media sosial instagram dengan akun instagram @Fox.auction dengan korban 20 orang dengan total kerugian mencapai Rp75.000.000.<sup>9</sup> Dari uraian ini penulis merasa tertarik untuk meneliti

---

<sup>7</sup>Kementerian Keuangan Republik Indonesia, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jabar/baca-artikel/13204/Lelang-Melalui-Internet-E-Auction.html> diakses pada tanggal 28 oktober 2022

<sup>8</sup>Roesli, 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

<sup>9</sup>Alfath Asmunda “Modus lelang murah handphone di instagram, pemuda ini tipu 20 orang” diakses 28 oktober 2022 website: <https://m.merdeka.com/berita-trending/20220122/peristiwa/4-modus-lelang-murah-handphone-di-instagram-pemuda-ini-tipu-2-orang.html>.



lebih lanjut mengenai keabsahan sistem pelaksanaan lelang dan perlindungan konsumen lelang *online* di media sosial instagram.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, penulis tertarik untuk mengambil skripsi berjudul: “ANALISIS YURIDIS LELANG *ONLINE* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN”

### **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana keabsahan lelang *online* di media sosial instagram dalam perspektif pasal 1338 KUHPperdata ?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen terkait lelang *online* di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen ?

### **C. Tujuan penulisan**

Dalam penulisan skripsi ini memiliki beberapa tujuan, yaitu :

1. Untuk mengetahui keabsahan lelang *online* di media sosial instagram dalam perspektif pasal 1338 KUHPperdata
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen terkait lelang *online* di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna secara praktis maupun secara teoritis yaitu:

1. Secara Teoritis
  - a. Bagi Mahasiswa

Untuk menambah wawasan mengenai keabsahan hukum lelang *online* di media sosial instagram, dan perlindungan hukum terhadap konsumen terkait lelang *online* di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen.

b. Bagi Fakultas Hukum

Dapat digunakan sebagai acuan dalam membangun minat dan motivasi membaca mahasiswa sehingga dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa fakultas hukum tentang lelang *online* di media sosial instagram dan perlindungan hukum terhadap konsumen terkait lelang *online* di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk meningkatkan keilmuan penelitian dan peneliti selanjutnya di bidang hukum perdata terkait lelang *online* di media sosial instagram dan perlindungan hukum terhadap konsumen terkait lelang *online* di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen.

2. Secara Praktis

a. Bagi Masyarakat

Untuk menambah literatur bacaan dan menambah pengetahuan masyarakat mengenai lelang *online* di media sosial instagram dan perlindungan konsumen lelang *online* di media sosial.

b. Untuk Pemerintahan

Untuk memberikan pedoman ataupun saran bagi pemerintah dalam menangani kasus terhadap konsumen terkait lelang *online* di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen

## E. Orisinalitas Penelitian

Berkaitan dengan penelitian ini, sebelumnya penulis sudah melakukan penelusuran yang berkaitan dengan lelang *online* di media sosial instagram. Dalam penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan sebagai berikut:

Skripsi yang pertama, dengan judul, “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMENANG LELANG ATAS BARANG LELANG YANG DIKUASAI PIHAK DEBITUR BERDASARKAN PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 27/PMK.06/2016 TENTANG PETUNJUK PELAKSANAAN LELANG” yang disusun oleh Dinitia Anjarwati Sskripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas lelang barang di media sosial instagram. Dan terdapat perbedaan yaitu membahas perlindungan hukum terhadap pemenang lelang atas barang lelang yang dikuasai oleh pihak debitur berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 27/PMK.06/2016 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang keabsahan lelang *online* di media sosial instagram dalam perspektif pasal 1338 KUHPerdara dan perlindungan konsumen apabila terjadi kerugian pada lelang *online* di media sosial instagram

Skripsi yang kedua, dengan judul “KAJIAN HUKUM TERHADAP LELANG BARANG DI MEDIA SOSIAL ARIEF MUHAMMAD MENURUT HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM” di susun oleh Suciana Aulia Nasution Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Memiliki persamaan yaitu membahas tentang lelang barang di media sosial instagram dan memiliki perbedaan yaitu membahas legalitas hukum pelaksanaan lelang

barang di media sosial instagram dari Arief Muhammad menurut hukum positif dan hukum islam. Sedangkan pada penelitian ini penulis membahas tentang keabsahan lelang *online* di media sosial instagram dalam perspektif pasal 1338 KUHPerdara dan perlindungan konsumen apabila terjadi kerugian pada lelang *online* di media sosial instagram.

Skripsi yang ketiga, dengan judul “TRANSAKSI JUAL BELI LELANG BERBASIS *ONLINE* VIA PLATFORM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KAJIAN PERSPEKTIF UU INFORMASI TRANSAKSI ELEKTRONIK DAN KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH” disusun oleh Ilham Kamili skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Memiliki persamaan yaitu membahas lelang *online* di media sosial instagram, dan memiliki perbedaan yaitu lelang *online* di media sosial Instagram dalam perspektif undang-undang informasi transaksi elektronik dan kompilasi hukum ekonomi syariah, sedangkan pada penelitian ini penulis membahas tentang keabsahan lelang *online* di media sosial instagram dalam perspektif pasal 1338 KUHPerdara dan perlindungan konsumen apabila terjadi kerugian pada lelang *online* di media sosial instagram.

Berdasarkan pembahasan tentang persamaan dan perbedaan diatas, maka terdapat tabel sebagai berikut:

No.	PROFIL	JUDUL
1	DIMITIA ANJARWATI SKRIPSI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU	PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMENANG LELANG ATAS BARANG LELANG YANG DIKUASAI PIHAK DEBITUR BERDASARKAN PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 27/PMK.06/2016 TENTANG PETUNJUK PELAKSANAAN LELANG

<b>ISU HUKUM</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Bagaimana perlindungan hukum terhadap pemenang lelang atas barang lelang yang dikuasai oleh pihak debitur berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 27/PMK.06/2016 tentang petunjuk pelaksanaan lelang?</li> <li>2) Bagaimana penyelesaian sengketa atas barang lelang yang dikuasai oleh pihak debitur berdasarkan peraturan menteri keuangan republik Indonesia nomor 27/PMK.06/2020 tentang petunjuk pelaksanaan lelang ?</li> </ol>	
<b>INTI PENELITIAN</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Perlindungan hukum terhadap hak pemenang lelang eksekusi hak tanggungan terdapat dalam PMK No.27/PMK.06/2016, HIR, vendureglement, KUHPerdata, dan Yurisprudensi Putusan MA. Perlindungan hukum terhadap hak pemenang lelang eksekusi hak tanggungan diatur secara preventif yaitu perlindungan yang bersifat pencegahan yaitu terdapat dalam vendureglement dan PMK No. 27/PMK.06/2016 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang. Akan tetapi risalah lelang tidak dapat menjamin perlindungan hukum bagi pembeli lelang eksekusi hak tanggungan dikarenakan terdapat klausula yang dapat merugikan pemenang lelang.</li> <li>2) Upaya yang dapat dilakukan oleh pemenang lelang untuk mendapatkan hak-hak nya yaitu dapat melalui eksekusi riil atau eksekusi pengosongan yang diatur dalam pasal 200 ayat (11) HIR. Eksekusi pengosongan dapat diajukan apabila tereksekusi atau pemberi jaminan hak tanggungan tidak mau meninggalkan dan mengosongkan objek lelang, sehingga merugikan pemenang lelang karena tidak dapat menguasai secara fisik objek yang dimenangkan. Upaya lain yang dapat dilakukan pemenang lelang untuk mendapatkan hak-hak nya yaitu mengajukan gugatan pengosongan.</li> </ol>	
<b>HUBUNGAN DENGAN PENELITIAN INI</b>	
<b>PERSAMAAN</b>	Yaitu sama-sama membahas lelang <i>online</i> di media sosial instagram.
<b>PERBEDAAN</b>	Yaitu membahas perlindungan hukum terhadap pemenang lelang atas barang lelang yang dikuasai oleh pihak debitur berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 27/PMK.06/2016 tentang petunjuk pelaksanaan lelang, sedangkan pada penelitian ini membahas tentang keabsahan lelang <i>online</i> di media sosial instagram dalam perspektif pasal 1338 KUHPerdata dan perlindungan konsumen apabila terjadi kerugian pada lelang barang di media sosial instagram.

No.	PROFIL	JUDUL
2	SUCIANA AULIA NASUTION SKRIPSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYA H SUMATERA UTARA.	KAJIAN HUKUM TERHADAP LELANG BARANG DI MEDIA SOSIAL ARIEF MUHAMMAD MENURUT HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM
<b>ISU HUKUM</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Bagaimana keberadaan lembaga lelang di media social Arief Muhammad menurut hukum positif dan hukum Islam?</li> <li>2) Bagaimana legalitas hukum pelaksanaan lelang barang melalui media social Arief Muhammad menurut hukum positif dan hukum Islam?</li> <li>3) Bagaimana akibat hukum yang timbul dalam pelaksanaan lelang barang melalui media sosial Arief Muhammad menurut hukum positif dan hukum islam?</li> </ol>		
<b>INTI PENELITIAN</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Keberadaan lembaga lelang di media sosial menurut hukum positif sudah ada lembaga yang menaungi pelaksanaan lelang, yaitu KPKNL, Balai lelang, dan Pejabat lelang Kelas II. Transaksi lelang melalui internet pada dasarnya merupakan bentuk dari perjanjian dan perikatan dari jualbeli. Hal tersebut serupa dengan akad wakalah dalam Hukum Islam. Menurut kalangan Syafi'iyah arti wakalah adalah ungkapan atau penyerahan kuasa (almuwakkil) kepada orang lain (al-wakil) supaya melaksanakan sesuatu dari jenis pekerjaan yang bias digantikan (an-naqbaluanniyabah) dan dapat dilakukan oleh pemberi kuasa, dengan ketentuan pekerjaan tersebut dilaksanakan pada saat pemberi kuasa masih hidup. Sebagaimana yang menjadi rujukan alwakalah adalah kisah tentang Nabi Yusuf Alaihissalam saat ia berkata kepada raja .Kontek sayatini, Nabi Yusuf siap untuk menjadi wakil dan pengembananan menjaga "federal Reserve" negeri Mesir.</li> <li>2) Legalitas hukum pelaksanaan lelang barang melalui media sosial Arief Muhammad menurut hukum positif diatur dalam Pasal 64 ayat (2) Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.06/2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang menyatakan penawaran lelang secara tertulis tanpa kehadiran peserta lelang, peserta lelang mengajukan penawaran dengan menggunakan melalui surat elektronik (<i>e-mail</i>), melalui surat tromol pos, atau melalui internet baik secara terbuka (<i>open bidding</i>) ataupun tertutup (<i>closed bidding</i>). Pelaksanaan lelang barang menurut Hukum Islam memfokuskan pada harga yang diletakkan pada barang yang akan dilelang, sebagaimana harga</li> </ol>		

	<p>merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mekanisme pasar. Dalam Islam harga dikenal dengan harga yang adil.</p> <p>3) Akibat hukum yang timbul dalam pelaksanaan lelang barang melalui media sosial Arief Muhammad menurut hukum positif berakibat pada kerugian Negara, sebagai mana lelang yang dilakukan tanpa mengikut sertakan pejabat lelang ialah Negara sehingga Negara tidak mendapatkan bea hasil lelang dari penjual. Menurut hukum Islam, akibatnya merupakan perbuatan dosa, sebagaimana harga yang ditetapkan oleh Arief Muhammad tidak sesuai dengan harga pasar dan sangat merugikan penjual lainnya, inilah yang disebut ikhtikhar yang tidak saja dilarang oleh ajaran Islam karena merugikan masyarakat banyak, tetapi juga dikategorikan perbuatan dosa.</p>	
	<b>HUBUNGAN DENGAN PENELITIAN INI</b>	
	<b>PERSAMAAN</b> Yaitu membahas tentang lelang <i>online</i> di media sosial instagram.	
	<b>PERBEDAAN</b> Yaitu membahas legalitas hukum pelaksanaan lelang barang di media sosial instagram dari Arief Muhammad menurut hukum positif dan hukum islam. Sedangkan pada penelitian ini penulis membahas tentang keabsahan lelang <i>online</i> di media sosial instagram dalam perspektif pasal 1338 KUHPerdara dan perlindungan konsumen apabila terjadi kerugian pada lelang barang di media sosial instagram.	
<b>No.</b>	<b>PROFIL</b>	<b>JUDUL</b>
3	ILHAM KAMILI SKRIPSI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM	TRANSAKSI JUAL BELI LELANG BERBASIS <i>ONLINE</i> VIA PLATFORM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KAJIAN PERSPEKTIF UU INFORMASI TRANSAKSI ELEKTRONIK DAN KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH
	<b>ISU HUKUM</b>	
	<p>1) Bagaimana praktek jual beli dengan sistem lelang melalui platform media sosial Instagram ditinjau menurut perspektif Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik?</p> <p>2) Bagaimana praktek jual beli dengan sistem lelang melalui platform media sosial Instagram ditinjau menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah?</p>	
	<b>INTI PENELITIAN</b>	

- 1) Berlakunya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengikat pula untuk praktik jual beli lelang *online* melalui Instagram ini sebagai transaksi yang memanfaatkan teknologi informasi. Adapun berbagai permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya apabila ditinjau dari Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik terdapat kategori pelanggaran dan sanksi yang diberlakukan. Pertama, apabila terdapat tindakan bid and run, UU ITE tidak memberikan aturan cedera janji pada transaksi elektronik. Namun pihak yang dirugikan dapat memberikan sanksi berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata. Kedua, deskripsi produk tidak sesuai kenyataan yang disajikan dalam caption Instagram termasuk dalam tindakan menyesatkan sehingga mengakibatkan kerugian sebagaimana diatur dalam Pasal 28 ayat (1) UU No. 11 Tahun 2008. Pelanggaran tersebut dapat dikenai sanksi menurut Pasal 45 A ayat (1) UU Nomor 19 Tahun 2016. Ketiga, mengenai penggunaan akun fiktif merupakan tindakan melawan hukum berupa manipulasi sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 35 UU Nomor 11 Tahun 2008, akan dikenakan sanksi sesuai Pasal 51 ayat (1) UU Nomor 11 Tahun 2008.
- 2) Transaksi lelang *online* di media social Instagram ditinjau dari sudut pandang Kompilasi Hukum Ekonmi Syariah (KHES) ialah boleh. Jual beli secara *online* sendiri pada dasarnya belum diatur secara khusus dalam KHES, namun karena konsep dasarnya masih sesuai dengan jual beli secara langsung berada didalam satu majlis maka segal hal yang mengatur pelaksanaannya masih disamakan. Jual beli lelang secara *online* ini harus terpenuhi seluruh rukun dan syaratnya sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 23 sampai Pasal 25 KHES. Pada praktiknya, lelang berbasis *online* di sosial media Instagram sudah terpenuhi secara rukun dan syarat lelang. Namun terdapat permasalahan mengenai subjek hukum yang terlibat dalam transaksi masih di bawah umur atau belum baligh. Hal ini menyebabkan perjanjian jual beli terdapat fasad atau kerusakan. Beberapa ulama memberikan keabsahannya dalam transaksi tersebut dengan catatan mempertimbangkan kemaslahatannya dan semaksimal mungkin menghilangkan ke-mudharat-an. Kemudian mengenai bai' najasy ditegaskan untuk tidak diperkenankan dalam transaksi lelang ini sebagaimana pertimbangan kemaslahatan calon pembeli.

#### HUBUNGAN DENGAN PENELITIAN INI

- Persamaan** Yaitu sama-sama membahas lelang *online* di media sosial instagram.
- Perbedaan** Yaitu membahas lelang *online* di media sosial Instagram dalam perspektif undang-undang informasi transaksi elektronik dan kompilasi hukum ekonomi syariah, sedangkan pada penelitian ini penulis membahas tentang keabsahan lelang *online* di media sosial instagram dalam



	perspektif pasal 1338 KUHPdata dan perlindungan konsumen apabila terjadi kerugian pada lelang barang di media sosial instagram.
--	---

Sedangkan penelitian ini adalah:

PROFIL	JUDUL
TASARIA UTAMI SKRIPSI UNIVERSITAS ISLAM MALANG	ANALISIS YURIDIS LELANG <i>ONLINE</i> DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN
<b>ISU HUKUM</b>	
1) Bagaimana keabsahan lelang <i>online</i> di media sosial instagram dalam perspektif pasal 1338 KUHPdata ? 2) Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen terkait lelang <i>online</i> di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen ?	
<b>NILAI KEBARUAN</b>	
Pada Skripsi ini, peneliti peneliti lebih fokus membahas tentang keabsahan lelang <i>online</i> di media sosial instagram dalam perspektif hukum perjanjian dan perlindungan konsumen terkait lelang <i>online</i> di media sosial instagram apabila terjadi kerugian bagi konsumen.	

## F. METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis normatif, yang dimaksud dengan penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan pustaka atau data sekunder belaka.<sup>10</sup> Penelitian normatif ini menjelaskan tentang pelaksanaan dan perlindungan konsumen lelang *online* di media sosial instagram. Dalam

<sup>10</sup>Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, “*Penelitian Hukum, Suatu Tinjauan Singkat*,” Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003, h. 13

penelitian ini penulis mengambil referensi dari sumber hukum yang dipakai, beberapa buku, jurnal hukum, artikel, dan juga peraturan perundang-undangan.

## 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah :

- a. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*), pendekatan ini dilakukan karena peneliti harus melihat latar belakang aspek konsep hukum yang mendasarinya, pandangan dan pendapat yang berkembang di dalam ilmu hukum, dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti mengacu pada landasan hukum yang dikemukakan oleh para ahli.<sup>11</sup>
- b. Pendekatan Perundang-Undangan (*statute Approach*), dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, UU ITE dan UU Perlindungan Konsumen. Pendekatan ini menelaah semua perundang-undangan dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang sedang diteliti.<sup>12</sup>

## 3. Jenis dan Sumber Bahan Hukum

Dalam skripsi ini menggunakan jenis penelitian yuridis normatif, maka sumber bahan hukumnya yang digunakan yaitu bahan hukum primer dan bahan sekunder.

### a. Bahan Hukum Primer

---

<sup>11</sup>Jonaedi Efendi, Johnny Ibrahim, “*Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*”, Prenada media Group, Depok, 2018 h. 135

<sup>12</sup>*Ibid.*, h. 132

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas, kekuatan hukum yang mengikat.<sup>13</sup> Bahan hukum primer yang berkaitan yaitu:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
  - 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
  - 3) 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
  - 4) Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
  - 5) Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.06/2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang
- b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang berkaitan erat dengan bahan hukum primer, dapat membantu menganalisis dan memahami bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder meliputi (*teks book*) buku hukum yang memuat teori-teori dan konsep tentang hukum, pandangan para pakar, jurnal ilmiah, makalah dan lain sebagainya.<sup>14</sup>

#### 4. Teknik Memperoleh Bahan Hukum

Dalam pengumpulan bahan hukum, penulis mengambil langkah yaitu Studi Kepustakaan (*Library Research*). Dilakukan dengan cara mempelajari

---

<sup>13</sup>Suratman, dan Philips Dillah, “*Metode Penelitian Hukum*”, Alfabeta, Bandung, 2015 h. 67

<sup>14</sup>*Ibid.*, h. 67

dan mengkaji bahan-bahan hukum primer yang berkaitan dengan isu hukum yang terdapat dalam penelitian ini seperti perundang-undangan dan bahan hukum sekunder seperti buku, jurnal ilmiah, makalah dan artikel.<sup>15</sup> Setelah mengumpulkan bahan hukum primer dan sekunder maka selanjutnya yaitu mengelompokkan hasil yang sudah didapatkan dan digolongkan sesuai dengan permasalahan yang dibahas.

#### 5. Teknik Analisis Bahan Hukum

Dalam teknik analisa bahan hukum yang di pakai adalah Analisis kualitatif. Untuk penyajiannya dilakukan secara deskriptif yaitu suatu cara analisa yang dilakukan dengan menyusun secara sistematis, proses menyederhanakan atau menggolongkan dari hasil yang sudah diperoleh, yang akhirnya dapat disimpulkan. Penyajian yang tersusun sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan guna menjawab permasalahan yang diteliti.<sup>16</sup>

### G. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami skripsi ini, penulis menyusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini di uraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

---

<sup>15</sup>Bahder Juhan Nasution, “*Metode Penelitian Hukum*”, Mandar Jaya, Bandung, 2003 h. 96

<sup>16</sup>Sunarto, “*Metode Penelitian Deskriptif*”, Surabaya, Usaha Nasional, 1990 h. 47

Pada bab ini memuat uraian yang sistematis dari apa yang diangkat dari judul skripsi ini, pertama tentang lelang *online*, membahas tentang pengertian lelang *online*, jenis lelang *online*, fungsi lelang *online*, manfaat media online dan manfaat media sosial. Kedua tentang hukum perjanjian yang membahas pengertian perjanjian, syarat sah perjanjian, asas-asas perjanjian, pelaksanaan perjanjian, berakhirnya perjanjian. Ketiga tentang perlindungan konsumen yang membahas tentang pengertian perlindungan konsumen, dasar hukum perlindungan konsumen, manfaat perlindungan konsumen, asas-asas perlindungan konsumen dan tujuan perlindungan konsumen.

### BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas masalah atau isu hukum yang diangkat yaitu Keabsahan Lelang *Online* Di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Pasal 1338 KUHPerdara dan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Lelang *Online* Di Media Sosial Instagram Apabila Terjadi Kerugian Bagi Konsumen.

### BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdapat dua sub bab yaitu kesimpulan dari permasalahan yang telah di bahas dalam skripsi ini, sub bab kedua yakni saran dari pembahasan yang sudah dijelaskan.

## BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Dari penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

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, dan dalam penyelesaian sengketanya terdapat dalam Pasal 45 ayat 2 UU ITE, 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).

### **B. Saran**

Dari kesimpulan diatas maka dapat diberikan saran yaitu :

1. Peraturan Lelang *online* di media sosial instagram ini tidak berada dalam lelang resmi seperti yang telah dijelaskan di Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.06/2020 tentang petunjuk pelaksanaan lelang, tetapi

dalam prakteknya lelang *online* di media sosial ini ada dan dilakukan oleh masyarakat, jadi keabsahan lelang *online* di media sosial instagram dilihat sah menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dengan dasar hukum Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara bahwa “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Oleh sebab itu akan lebih baik jika pelaksanaan lelang *online* yang dilakukan di media sosial instagram diperhatikan oleh badan yang berwenang dan pemerintah untuk mencegah terjadinya penipuan agar ada payung hukum yang menaungi dengan demikian masyarakat dapat merasa lebih aman secara hukum dalam pelaksanaan lelang *online* di media sosial intagram.

2. Ditujukan kepada peserta lelang yang ingin melakukan lelang secara *online* di media sosial Instagram. Kepada para peserta lelang yang akan mengikuti lelang secara *online* di media sosial Instagram agar selalu teliti untuk memilih dan memilah akun Instagram mana yang sekiranya bisa dipercaya dan memiliki testimoni yang baik dari para pelanggan. Hal ini bertujuan supaya tidak ada lagi kerugian yang terjadi karena mengikuti lelang di akun Instagram palsu atau abal-abal.



## DAFTAR PUSTAKA

### Peraturan 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

Jonaedi Efendi, dan Johnny Ibrahim, (2018), “*Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*”, Prenada media Group, Depok

Janus Sibadolok, (2006). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti

Marihot Pahala Siahaan, (2010). *Hukum Pajak Formal*, Yogyakarta: Graha Ilmu

M.Yahya Harahap (1994). *Ruang Lingkup Permasalahan Eksekusi Bidang Perdata*. Jakarta: Gramedia

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

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

Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, (2003). *Penelitian Hukum, Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Raja Grafindo Persada

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

### Jurnal

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

Eka putri, Novita Wahyu, 2011. "*Perlindungan Hukum Bagi Peserta Lelang Online Berdasarkan Pasal 35 Undang undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik.*" Phd diss., Universitas Brawijaya,

Hendro Prahasto dan Siti Isfiati, 2001. "*Analisis Kebijakan Kemungkinan Penerapan Sistem Lelang Dalam Rangka Meningkatkan Nilai Kayu (Hutan)*" Vol. 2, No.1 *Jurnal Sosial Ekonomi*

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,

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

Marvita Totimage, Taufik Aziz, (2022) "Pertanggungjawaban Terjadinya Ketidaksiesuaian Objek Jual Beli Transaksi Elektronik" *Jurnal pemandhu: Vol. 3, No.2 h. 72*

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

Pambudi, EkoSetyo. (2017) "*Peran Dan Tanggung Jawab Pejabat Lelang Terhadap Keabsahan Dokumen Dalam Pelelangan (Studi KPKNL Madiun)*". Vol. 4, No. 2 *Jurnal Repertorium*

Permata Arina Iasya Landina, Marjo, Moch. Djais, (2016) "*Pelaksanaan Lelang Atas Barang Milik Daerah Melalui Internet (E-Auction) Oleh Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang (Kpkn) Semarang*", *DIPONEGORO LAW REVIEW* Vol. 5, No. 2

- Prihati ningsih, Witanti. (2017) "*Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja.*" *Communication*. Vol. 8, No.1
- Ray Adityanata, Nyoman Bagiastra.(2020) "*Upaya memperoleh kepastian hukum demi hak dari pemenang suatu lelang*", *Jurnal Fakultas Hukum*
- Riung Chrisai Marselino. (2015) "*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-commerce.*" *Lex Privatum* Vol. 3, No. 2
- Rusli, Tami. (2015) "*Asas Kebebasan Berkontrak Sebagai Dasar Perkembangan Perjanjian di Indonesia.*" *Pranata Hukum* 10, Vol. 24, No. 1
- Satya Haprabu, (2017) "*Penjualan Lelang Barang jaminan Hak Tanggungan Menurut Perspekti fhukum Islam*", Vol.4 No. 1 *Jurnal Repertorium*
- Yudha Sri Wulandari, (2018), "*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce,*" *Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 2, No. 2 199–210
- Yuni Fitriani, (September 2017) "*Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*", *Paradigma* Vol. 19, No. 2
- Wahyu Adi Susanto, Heni Hendrawati, and Basri, (2017) "*Tinjauan Kriminologi Terhadap Tindak Pidana Penipuan Jual Beli Online*" *Varia Justicia* Vol. 13, No. 1 h. 38–46

### Internet

- Alfath Asmunda "*Modus lelang murah handphone di instagram, pemuda ini tipu 20 orang*" diakses 28 oktober 2022 *website* <https://m.merdeka.com/berita-trending/20220122/peristiwa/4-modus-lelang-murah-handphone-di-instagram-pemuda-ini-tipu-2-orang.html>
- DSLA, (2020) "*Perlindungan Konsumen Aman Oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen*", diakses pada 28 oktober 2022 *Website* <https://www.dslalawfirm.com/id/perlindungan-konsumen/>
- Endar Nirmala, *Pemasaran Online*. Diakses pada 3 Januari 2023 *website*: <https://repositori.kemdikbud.go.id/10285/1/pemasaran%20online%20x1.pdf>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia, diakses 28 oktober 2022 *Website* <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jabar/baca/artikel/13204/Lelang-Melalui-Internet-E-Aiction.html>

Laeli azizah, (3 Agustus 2021). *Manfaat Media Sosial Untuk Kehidupan Sehari-Hari*. Diakses pada 15 Desember 2022 website: <https://www.gramedia.com/literasi/manfaat-media-sosial/>

Letezia Tobing, (2021). *Mengenai Asas Lex Specialis Derogat Legi Generalis*, diakses pada 3 januari 2023 website: <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt509fb7e13bd25/lex-spesialis-dan-lex-generalis>

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-media-sosial-yang-sering-digunakan-cocok-untuk-kembangkan-bisnis-kl.html>

Renata Christa, (26 juli 2022). *Hukum Perlindungan Konsumen: Cakupan, Tujuan, dan Dasarnya*. Diakses pada 15 November 2022 website: <https://www.hukumonline.com/klinik/a/hukum-perlindungan-konsumen-cakupan-tujuan-dan-dasarnya-lt62dfc65f7966c>

Shelly Meysari, (20 November 2022). *Pengertian Media Online serta Kelebihan & Kekurangannya*. Diakses pada 20 Desember 2022 website: <https://www.akudigital.com/bisnis-tips/pengertian-media-online/>

Wahyu Hidayat dan Royani, (3 oktober 2011). *Sejarah Lelang*. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, diakses pada 28 oktober 2022, website: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/2286/SEJARAH-LELANG.html>

