

## PENERIMAAN BEA LELANG: *EMPIRICAL FACTOR ANALYSIS* PADA PROSES LELANG ASET NEGARA DI INDONESIA

Agus Sunarya Sulaeman  
*asunarya@pknstan.ac.id*  
Politeknik Keuangan Negara STAN  
Luh Putu Candra Dewi Mayasari  
Direktorat Jenderal Kekayaan Negara

### ABSTRACT

*The auction fee revenue is one of the important non-tax revenue for the auction of state assets or related to the state for the disposal of these assets. Auction fees become the object of research. This study proves that auction fees are influenced by factors from the number of bidders, demographic aspects of auction winners, the bidding period, and the limited value of selling prices. This limit price becomes the basis for the imposition of auction fees as non-tax state revenue. This study uses the correlation method. The data is collected from the auction data of the Ministry of Finance and BPS. The analysis technique used is regression analysis with cross-section data. This study finds that the number of bidders and the demographic aspect has a significant effect on the increase in the final price of the auction. The bidding period has no significant effect and the starting limit price has a significant effect on the amount of the auction's final price that is formed. This study recommends adding commercial internet auction publications that are primarily targeted at men.*

*Key words: bidding prices, auction fees, internet auction, non-tax revenue.*

### ABSTRAK

Penerimaan negara bukan pajak menjadi salah satu penerimaan negara yang penting, salah satunya berasal dari penerimaan bea lelang. Bea Lelang dihitung dari harga laku lelang atas pelelangan atas aset-aset negara atau berhubungan dengan negara atas pelepasan aset tersebut. Penerimaan bea lelang menjadi objek penelitian. Penelitian ini membuktikan bahwa penerimaan bea lelang dipengaruhi oleh faktor-faktor dari jumlah peserta, aspek demografis pemenang lelang, masa tayang, dan nilai limit terhadap harga laku. Harga limit ini menjadi dasar pengenaan bea lelang sebagai penerimaan negara bukan pajak. Penelitian ini menggunakan metode korelasi. Data dikumpulkan dari data pelelangan Kementerian Keuangan dan BPS. Teknik analisis yang digunakan ialah analisis regresi dengan data *cross section*. Penelitian ini menemukan bahwa jumlah peserta lelang berpengaruh signifikan terhadap harga laku lelang yang terbentuk. Aspek demografis berupa umur pemenang lelang berpengaruh signifikan terhadap peningkatan harga laku lelang. Masa tayang lelang tidak berpengaruh signifikan dalam peningkatan harga laku lelang. Nilai limit berpengaruh signifikan terhadap besarnya harga laku lelang yang terbentuk. Penelitian ini merekomendasikan penambahan publikasi lelang internet yang bersifat komersial yang utamanya ditargetkan pada pria.

Kata kunci: harga laku, bea lelang, lelang internet, penerimaan negara bukan pajak.

### PENDAHULUAN

Dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara, yang dimaksud dengan penerimaan negara adalah uang yang masuk ke kas negara. Penerimaan negara berbeda dengan pendapatan negara. Penerimaan negara berupa uang, sedangkan

pendapatan negara merupakan hak pemerintah pusat yang dapat meningkatkan nilai kekayaan bersih. Penerimaan negara dapat berupa penerimaan pajak dalam negeri, penerimaan negara bukan pajak berupa bagian laba BUMN, hibah dari dalam dan luar negeri, pengembalian belanja dan seba-

gainya. Berbagai jenis penerimaan negara ini dapat dibedakan baik dari sumber dana, cara perolehan, objek penerimaan dan sebagainya.

Dalam Undang-Undang Nomor 9 tahun 2018 tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak, yang dimaksud dengan Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) adalah pungutan yang dibayar oleh orang pribadi atau badan dengan memperoleh manfaat langsung maupun tidak langsung atas layanan atau pemanfaatan sumber daya dan hak yang diperoleh negara, berdasarkan peraturan perundang-undangan, yang menjadi penerimaan pemerintah pusat di luar penerimaan perpajakan dan hibah dan dikelola dalam mekanisme anggaran pendapatan dan belanja negara.

Definisi PNBP dalam undang-undang baru tersebut lebih rinci dibandingkan dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 1997 tentang PNBP. Dalam peraturan terbaru tersebut, terdapat empat kriteria objek PNBP yaitu pelaksanaan tugas dan fungsi pemerintah; penggunaan dana yang bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara; pengelolaan kekayaan negara; dan/atau penetapan peraturan perundang-undangan. Objek PNBP ini meliputi pemanfaatan sumber daya alam; pelayanan; pengelolaan kekayaan negara dipisahkan; pengelolaan barang milik negara; pengelolaan dana; dan hak negara lainnya.

Munculnya Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 2018 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Kementerian Keuangan memungkinkan adanya PNBP atas permohonan lelang. Oleh karena itu, sejak tahun 2018 pendapatan bea lelang tidak hanya dihasilkan dari lelang yang laku atau batal saja. Meski begitu, fokus utama pelayanan lelang adalah pemberian jasa layanan lelang yang tentunya berupa penyelenggaraan lelang sehingga penelitian ini difokuskan pada PNBP berupa bea lelang yang dihasilkan dari bea lelang penjual dan pembeli. Kementerian Keuangan sendiri memiliki sumber-sumber PNBP dari berbagai eselon I. Salah

satu yang menarik yaitu meningkatnya realisasi PNBP berupa bea lelang dari Direktorat Jenderal Kekayaan Negara.

Tidak seperti penelitian mengenai penerimaan pajak yang telah banyak dilakukan, penelitian terkait penerimaan negara bukan pajak baik di Indonesia maupun internasional (*non-tax revenue*) belum banyak ditemukan. Penelitian yang telah mengulas tentang PNBP dalam kaitannya dengan bea lelang menunjukkan masih adanya *gap* penelitian yang perlu diisi. (Walelang *et al.*, 2017) menyimpulkan bahwa perlu adanya peningkatan kinerja agar pemungutan bea lelang terus mengalami peningkatan. Simpulan ini menunjukkan perlunya upaya untuk terus meningkatkan penerimaan bea lelang dari tahun ke tahun. Sejalan dengan lelang yang diselenggarakan oleh negara dalam hal ini KPKNL, di Indonesia rupanya aktivitas lelang secara komersial belum banyak dilakukan. Hal ini terlihat dari perkembangan lelang yang ada Indonesia yang mulai meninggalkan cara tradisional ke cara daring namun baru memiliki sedikit *platform* penyedia jasa lelang secara daring dan hanya mencakup beberapa barang tertentu saja. Hingga saat ini *platform* penyedia jasa lelang komersial di Indonesia dapat dihitung jari, sebut saja iBid, Legoas dan JBA yang berfokus pada barang-barang otomotif, atau youb.id yang melelang barang-barang hobi. *Platform-platform* ini belum banyak digunakan dibandingkan dengan *platform marketplace* yang berbasis transaksi jual beli *online* biasa seperti shopee atau tokopedia. Padahal berbicara tentang lelang secara *online* ternyata sudah sangat lumrah di luar negeri.

Salah satu *platform* terbesar yang mengakomodir lelang secara *online* yaitu eBay mampu menghasilkan miliaran dollar secara konsisten selama bertahun-tahun. Bisa jadi hal ini lah yang membuat para peneliti tertarik melakukan penelitian terkait lelang internet. Penelitian-penelitian tersebut rata-rata berfokus pada jenis barang yang dijual, karakter pembeli, *rating* pada penjual hingga tampilan *website* penjual yang pada akhirnya ditujukan untuk menemukan hal-hal

yang dapat meningkatkan pendapatan penjual. Adam *et al.* (2015) menyoroti pentingnya emosi peserta lelang dalam sebuah lelang. Bidders' arousal ini dapat meningkatkan angka penawaran yang diajukan oleh bidders' pada sebuah lelang meskipun terbatas jika mereka berhadapan dengan sesama manusia, bukan dengan komputer yang sudah tersistem (Teubner *et al.*, 2015). Disisi lain, para penjual dapat menggunakan pengetahuan tersebut untuk meningkatkan pengalaman berbelanja (secara lelang) yang menyenangkan. Hal ini tidak semata-mata menjadi pembeda dengan *online marketplace* yang lain tetapi juga secara langsung dapat meningkatkan pendapatan penjual (Rong-Da Liang, 2014).

Pada lelang yang diselenggarakan oleh negara, *time pressure* disini dapat disamakan dengan waktu tayang yang tersedia bagi peserta lelang yang telah terverifikasi untuk mengajukan penawaran mereka serta *time pressure* memberikan dampak pada proses lelang di mana para peserta lelang akan saling berkompetisi untuk memberikan penawaran (Chang dan Chen, 2015). *Social competition* yang muncul dalam penelitian Adam *et al.* (2015) pun di Indonesia dapat saja berlaku karena objek yang diteliti sama-sama manusia. Meskipun mungkin dapat saja terjadi perbedaan karakter bila dilakukan penelitian yang lebih dalam lagi.

Di Indonesia belum ditemukan penelitian-penelitian yang meneliti waktu tayang maupun kompetisi sosial ini, sehingga diperlukan adanya peneliti yang mau untuk memulainya.

Karakter lelang lain yang muncul di luar negeri yaitu adanya nilai limit atau *starting bid price/start bidding price*. Beberapa penelitian menunjukkan temuan yang bervariasi. Penelitian Yu *et al.* (2006) misalnya, mengklaim bahwa dalam kondisi tertentu nilai limit yang paling optimal sebaiknya berada pada level yang terendah. Hal ini tentu saja berlawanan dengan teori lelang klasik. Akan tetapi, teori lelang klasik ternyata masih berlaku. Rong-Da Liang (2014) yang mendukung teori lelang klasik

menemukan bahwa ketika penjual menyediakan *start-bidding price* yang lebih tinggi, *the end-prices* (harga laku) akan menjadi lebih tinggi pula (Balseiro *et al.*, 2021). Perbedaan hasil penelitian ini menjadi hal yang menarik untuk diteliti, terutama karena penelitian-penelitian tersebut dilakukan di luar negeri.

Apakah fenomena penelitian tersebut akan mirip dengan transaksi yang terjadi di Indonesia? Meskipun volume transaksi yang terjadi di Indonesia relatif sedikit dibandingkan dengan yang terjadi di luar negeri, proses pengamatan tidak dapat dilakukan pada tiap-tiap transaksi lelang. Oleh karena itu, hal ini hanya dapat dijawab dengan melakukan penelitian tentangnya. Meski fokus utama pada kegiatan lelang adalah transaksi lelang itu sendiri, tidak dapat dipungkiri peserta lelang memainkan peran yang penting pula. Selain karena beberapa *platform* melarang penggunaan robot/*software* untuk mengajukan lelang secara otomatis, perilaku peserta lelang dapat berbeda satu dengan yang lain. Hal ini yang menarik perhatian para peneliti untuk mengetahui bagaimana perilaku peserta lelang dalam lelang secara *online*. Seperti penelitian Wieland *et al.* (2014) yang menemukan bahwa terdapat perbedaan perilaku dalam menentukan konsumsi antara pria dan wanita. Kemungkinan adanya perbedaan perilaku bisa saja muncul dalam lelang secara *online* di Indonesia. Banyak sekali penelitian terkait lelang *online* di luar negeri, terutama pada sektor komersial. Sedangkan di Indonesia baik sektor komersial maupun sektor publik belum banyak tersentuh. Bagi sektor komersial akan memiliki persamaan tujuan dengan penjual di luar negeri yaitu pendapatan dari penjualan secara lelang.

Lalu bagaimana dengan sektor publik yang menyediakan jasa lelang secara *online*? Pada satu sisi, negara sebagai penyedia jasa lelang pada sektor publik tidak hanya memandang dari pendapatan yang dapat diterimanya ketika memberikan jasa tersebut (Romano *et al.*, 2022). Hal-hal lain seperti penyediaan kepastian hukum, pengelolaan barang milik negara (penghapusan BMN)

yang sesuai prosedur juga menjadi tanggung jawab negara. Menjaga agar tugas dan tanggung jawab tersebut terselenggara dengan seimbang menjadi hal yang penting.

Meski begitu, dari data yang diperoleh, pendapatan dari lelang yang dilakukan oleh negara nyatanya semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat terjadi karena tiga hal, yang pertama animo masyarakat pada aktivitas lelang yang meningkat, kedua, harga barang yang dilelang semakin tinggi atau yang ketiga negara butuh tambahan penerimaan dari sektor selain pajak (PNBP). *Trigger* manapun yang menyebabkan peningkatan ini bagi negara merupakan hal yang baik. Oleh karenanya, upaya peningkatan penerimaan negara harus dilakukan secara berkelanjutan.

Pada lelang yang diselenggarakan oleh negara, pemenang lelang akan dikenai bea lelang pembeli atas barang yang dimenangkannya sesuai tarif yang berlaku saat itu. Begitu pula dengan penjual, mereka akan dikenakan bea lelang penjual sesuai tarif yang berlaku. Bea lelang ini, baik bea lelang penjual maupun bea lelang pembeli, dihitung berdasarkan pokok lelang yang terbentuk/harga laku (penawaran tertinggi yang diajukan oleh pemenang lelang).

Penelitian ini bertujuan mencari jawaban bagaimana negara dapat mendorong peserta lelang untuk meningkatkan penawaran yang mereka ajukan. Hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi pokok lelang terbentuk /harga laku sehingga penerimaan negara semakin meningkat.

## TINJAUAN TEORETIS

Dalam Perpres Nomor 28 Tahun 2015 tentang Kementerian Keuangan disebutkan bahwa salah satu Direktorat Jenderal di lingkungan Kementerian Keuangan yaitu Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (DJKN) memiliki tugas dan fungsi pelaksanaan kebijakan di bidang lelang. Fungsi pelaksanaan kebijakan di bidang lelang ini salah satunya berupa pelayanan lelang yang hanya tersedia di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL). Pelaksa-

naan fungsi ini utamanya berkaitan dengan satu dari enam misi DJKN yaitu mewujudkan lelang yang efisien, transparan, akuntabel, adil, dan kompetitif sebagai instrumen jual beli yang mampu mengakomodasi kepentingan masyarakat.

Sejalan dengan perkembangan teknologi upaya perwujudan pelaksanaan fungsi-fungsi utama tadi wajib mengikuti perkembangan pula. Dengan target market yang semakin familiar dengan internet, pendekatan digital dilakukan pula terkait pelaksanaan lelang (Puspitaningrum dan Wirawan, 2020; Landina dan Marjo, 2016; Yang *et al.*, 2015). Mulai dari *piloting* sebagian kecil frekuensi lelang hingga himbauan penggunaan aplikasi *online* dalam menyelenggarakan lelang dilakukan secara bertahap oleh DJKN.

Di dalam peraturan terkait lelang, peserta lelang diperbolehkan melihat, memeriksa kondisi dan kualitas barang serta kelengkapan dokumen secara langsung karena penjualan lelang dilakukan secara *as is* (apa adanya). Akan tetapi, tidak semua calon peserta mengetahui hal ini. Adanya kepentingan dari pemohon lelang/penjual untuk dapat menjual barang yang telah mereka daftarkan memungkinkan mereka untuk menahan informasi yang hanya diketahui oleh pihak mereka saja. Hal ini dapat menyebabkan munculnya permasalahan antara agent dengan principal dalam *agency theory*.

Dalam teori keagenan, principal yang mempercayakan kekayaannya (termasuk berupa uang) seringkali sulit memonitor kegiatan agen. Celah ini memungkinkan agen untuk berbuat curang karena teori keagenan memiliki potensi memberikan agen kesempatan untuk memiliki pemikirannya sendiri dan berbeda dengan pemilik kepercayaan serta memungkinkan munculnya ketidaksimetrisan informasi (Wahyuni, 2018)

Dalam hal lelang, informasi barang yang dilelang dalam lelang konvensional, diumumkan melalui surat kabar dengan oplah (tiras/jumlah cetakan) tertentu sesuai luasan

wilayah peredarannya (kota/kabupaten, provinsi, nasional). Calon peserta yang tidak berdomisili di wilayah dimana objek lelang berada dapat menemui kesulitan untuk melakukan proses pengecekan objek tersebut (Romano *et al.*, 2022).

*Agency Theory* yang dimaksud oleh Wahyuni (2018) ini lebih ditujukan kepada hubungan principal dengan employees. Meski demikian Scott *et al.* (2015) mengemukakan bahwa sama halnya dalam lelang secara *online*, penjual dan pembeli tidak memiliki kesamaan tujuan. Akan tetapi, (Gregg dan Walczak, 2010) menemukan *website quality* dapat menjadi sinyal positif berbiaya rendah yang dapat menjadi efektif dalam meningkatkan kepercayaan terhadap penjual dari kualitas informasi yang tersedia di website.

Kegiatan pelayanan lelang pada Kementerian Keuangan bertujuan untuk memberikan kepastian hukum atas objek yang dilelang. Misalnya barang rampasan yang diajukan lelang oleh pengadilan, dokumen kelengkapan objek lelang seringkali tidak lengkap karena proses pemilikannya yang tidak sah sehingga bila dilakukan dengan penjualan biasa sulit untuk membuktikannya kepemilikan pembeli tersebut di hadapan hukum. Bukti kepemilikan dan perolehan yang sah dan legal di mata hukum ini akan berdampak pada urusan terkait administrasi di masa yang akan datang (Winriadirahman, 2017; Landina dan Marjo, 2016).

Kegiatan pelayanan lelang difungsikan sebagai sarana yang solutif atas kepentingan masyarakat. Kepentingan ini dapat berupa penyelesaian piutang negara atas aset yang dijamin, penjualan barang terkait sengketa di pengadilan, barang sitaan dan rampasan pengadilan, penjualan barang yang dijamin atas kredit pada bank, penjualan barang dalam kondisi usang atau rusak berat yang diperoleh dengan menggunakan APBN/APBD, ataupun penjualan barang yang dari sifatnya akan lebih optimal bila dilakukan melalui lelang seperti barang-barang bernilai seni misalnya lukisan, dan

sebagainya. Besar kecilnya pendapatan negara ditentukan juga besar kecilnya harga jual dari suatu lelang yang dilakukan panitia lelang (Walelang *et al.*, 2017).

Parlindungan (2018) mencontohkan salah satu lelang yang diselenggarakan oleh KPKNL Jakarta III atas Barang Sitaan Komisi Pemberantasan Korupsi. Mekanisme lelang ini dilakukan sebagai salah satu bentuk implikasi hukum atas keikutsertaan Indonesia dalam United Nations Convention Against Corruption 2003. Dalam konvensi ini, salah satu pembahasan penting yang diatur adalah mengenai hal pengembalian aset (*Asset Recovery*). Dengan penyelenggaraan lelang ini, Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dapat mengoptimalkan pengembalian aset negara akibat korupsi (Parlindungan, 2018).

Dalam setiap kegiatan pelaksanaan lelang terdapat biaya yang dikenakan atas pelayanan tersebut. Terdapat beberapa jenis bea lelang diantaranya bea lelang penjual dan bea lelang pembeli (Febrianto dan Ayunda, 2019; Cholifah dan Fanida, 2019). Konsep pengenaannya adalah bila objek lelang tersebut diperoleh dari dana APBN atau APBD maka pihak yang dikenakan bea lelang adalah pembeli. Akan tetapi, bila objek lelang tersebut tidak didapat dari APBN ataupun APBD maka yang dikenakan bea lelang adalah penjual dan pembeli (Walelang *et al.*, 2017).

Bea lelang yang dikenakan terhadap pelayanan lelang memiliki tarif yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 2018. Tarif inilah yang nantinya dikalikan dengan harga laku atas barang yang dilelang. Hasil perkalian inilah yang menjadi hak negara berupa penerimaan negara bukan pajak berupa bea lelang (Rahayu dan Suharizal, 2019; Scott *et al.*, 2015; Padhi *et al.*, 2016).

Dalam waktu yang terbatas pada sebuah lelang memberikan efek terhadap harga akhir hanya jika terdapat kompetisi sosial (Adam *et al.*, 2015). Kompetisi sosial ini dipahami sebagai adanya kompetitor lain dalam pelaksanaan lelang. Lebih khusus lagi, kompetitor ini hanya dapat memberi

pengaruh jika kompetitor tersebut adalah manusia lain dan bukan akun yang diciptakan untuk menjadi pesaing (Agarwal *et al.*, 2018; Rahayu dan Suharizal, 2019; Gultom *et al.*, 2016). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa jumlah peserta dalam sebuah lelang secara langsung mempengaruhi harga akhir yang mereka tawarkan terhadap objek lelang tersebut.

Dalam pasal 3 ayat 1 Petunjuk Pelaksanaan Lelang, lelang yang dilaksanakan oleh KPKNL dapat terselenggara meskipun hanya diikuti oleh satu peserta lelang. Dengan adanya informasi nilai limit yang ditentukan di awal melalui pengumuman lelang, potensi harga lelang terbentuk yang sama dengan limit menjadi sangat besar. Hal ini tentu berbeda ketika terdapat peserta lain yang berminat atas objek lelang yang ditawarkan. Karena adanya kompetisi antar peserta lelang, harga lelang terbentuk dapat menjadi lebih tinggi dari nilai limit yang telah ditetapkan. Hal ini diperkuat oleh Teubner *et al.* (2015) yang menemukan bahwa level intensitas kompetisi pada lelang menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi kuat lemahnya hubungan antara kemauan peserta untuk melanjutkan lelang dengan perilaku *overbidding* (Agarwal *et al.*, 2018).

Pelaksanaan lelang terbuka untuk umum baik laki-laki maupun perempuan. Sehingga peserta lelang yang dinyatakan sebagai pemenang lelang pun dapat merupakan laki-laki atau pun perempuan. Dalam berbagai penelitian, perbedaan karakter antar gender dapat mempengaruhi pengambilan berbagai keputusan. Atulkar dan Kesari (2018) menemukan perbedaan gender memoderasi pengaruh variabel asimetri informasi maupun ketakutan atas perilaku oportunistik penjual terhadap niat untuk membeli konsumen. Dalam konteks pelaksanaan lelang, keputusan yang diambil mirip dengan pengambilan keputusan dalam belanja seseorang dengan batas waktu yang telah ditentukan. Pengambilan keputusan ini memiliki kemiripan pula dengan lelang barang secara eceran (Amir *et al.*, 2016;

Pommerehne dan Feld, 1997).

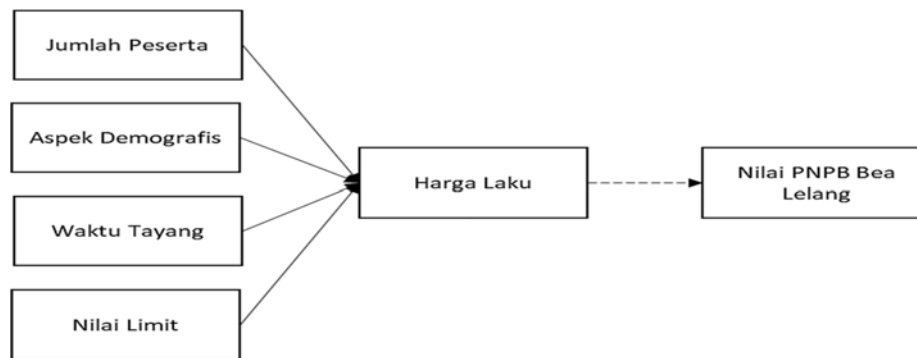
Lelang terbuka (*open bidding*) memiliki karakteristik yang berbeda dengan lelang tertutup (*closed bidding*). Dalam lelang terbuka, para peserta lelang dapat melihat terjadinya perubahan harga selama masa pengajuan penawaran dibuka. Jangka waktu ini ditentukan oleh kebijakan kantor pelayanan masing-masing.

Adam *et al.* (2015) menemukan bahwa adanya *time pressure* mempengaruhi harga penawaran yang diajukan oleh peserta lelang. Meskipun begitu hasil ini terjadi ketika terdapat kompetisi sosial yang tinggi diantara peserta lelang. Selaras dengan penelitian tersebut, (Cheema *et al.*, 2012) menemukan bahwa *wait time* dalam *ascending auction* dalam masa pengajuan penawaran yang singkat dapat meningkatkan penawaran dalam lelang yang meningkat (Anisah, 2013; Padhi *et al.*, 2016).

Setiap barang memiliki harga minimal yang ditetapkan oleh penjual barang. Seberapa besar pengaruh harga minimal ini mempengaruhi harga laku sebuah barang dalam suatu lelang akan mempengaruhi pula terkait besaran bea lelang dan/atau pajak yang dipungut terhadapnya. Padhi *et al.* (2016) menemukan bukti kuat ada efek dari *minimum opening price* terhadap harga final barang yang dilelang terutama untuk barang-barang yang sedikit memiliki referensi (di pasar).

Besaran harga laku membawa efek terhadap besaran bea lelang yang dipungut oleh negara. Persoalan penting dalam meningkatkan penerimaan negara dari lelang ini tentunya mencari cara bagaimana harga laku lelang bisa tinggi (Landina dan Marjo, 2016).

Perilaku peserta lelang dalam memberikan penawaran terhadap harga laku banyak dipengaruhi oleh motif bisnis. Sebagian besar peserta lelang akan menjual kembali hasil pembelian lelangnya sehingga mereka mencari barang yang diperoleh sedikit dibawah harga pasar (Agarwal *et al.*, 2018; Zhang *et al.*, 2020; Anisah, 2013).



**Gambar 1**  
**Rerangka Pemikiran Penelitian**

Sumber: Diolah Penulis

Sementara itu, beberapa penelitian terkait lelang pemerintah telah dilakukan walau terbatas.

### Hipotesis Penelitian

Variabel yang diteliti pengaruhnya adalah jumlah peserta lelang, aspek demografis pemenang lelang, waktu tayang lelang, dan nilai limit. Hipotesis yang terbentuk adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: Jumlah peserta lelang berpengaruh positif terhadap PNPB berupa bea lelang
- H<sub>2</sub>: Aspek demografik peserta lelang berpengaruh positif terhadap PNPB berupa bea lelang
- H<sub>3</sub>: Waktu tayang lelang berpengaruh negatif terhadap PNPB berupa bea lelang
- H<sub>4</sub>: Nilai limit lelang berpengaruh positif terhadap PNPB berupa bea lelang

Dalam penelitian ini rerangka pikir yang dibangun dapat dilihat dalam gambar 1.

### METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini berfokus pada penerimaan bea lelang dari kegiatan lelang yang dilakukan pemerintah atas aset negara ataupun aset lainnya yang diminta untuk dilelangkan. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder berbentuk *cross-sectional*. Sebagian besar data bersumber dari data Kementerian Keuangan. Data lainnya diperoleh dari Badan Pusat Statistik. Data penelitian juga dikumpulkan dari literatur yang relevan. *OLS regression*.

Penelitian ini tidak menggunakan sampel, tetapi dipilih menggunakan populasi dari semua transaksi lelang laku. Penelitian dilakukan terhadap transaksi lelang laku atas barang tidak bergerak selama tahun 2016-2019. Jumlah transaksi pelelangan yang memenuhi untuk diteliti ditetapkan sebanyak 5.133 observasi. Penelitian ini meneliti tentang harga laku yang mempunyai dampak terhadap penerimaan negara sehingga data observasi diambil dari transaksi yang memiliki data harga lakunya. Sementara itu, data transaksi yang atas lelang yang tidak ada penawarnya tidak masuk ke dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan satu variabel terikat yang digunakan sebagai variabel yang akan mendefinisikan nilai dari PNPB Bea Lelang, yaitu harga laku lelang. Variabel HARGA LAKU ini menggunakan nilai rupiah, dan karena angka tersebut cenderung lebih besar dibandingkan dengan angka dari variabel lain, maka terhadapnya digunakan Log sehingga antar satu variabel dengan variabel yang lain lebih setara perbandingannya.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini antara lain jumlah peserta lelang, aspek demografis, masa tayang lelang, dan nilai limit. Jumlah peserta adalah peserta yang oleh sistem telah terverifikasi memenuhi ketentuan. Aspek demografis berupa umur pemenang merupakan umur pemenang pada tahun mereka memenangkan lelang. Angka tersebut merupakan ang-

ka yang didapatkan dari selisih tahun antara tanggal terakhir pada tahun mereka memenangkan lelang (31 Desember 201x) dengan tanggal lahir yang terdaftar sesuai KTP. Aspek demografis berupa jenis kelamin pemenang lelang diperoleh dari data KTP pemenang. Masa tayang lelang merupakan jangka waktu dari saat penawaran lelang muncul di situs web lelang dan mulai dapat dilakukan penawaran hingga ditutup masa penawaran tersebut.

Dalam pelaksanaan lelang secara *online*, terdapat dua metode penawaran, yaitu penawaran tertutup (*close bidding*) dan penawaran terbuka (*open bidding*). Jangka waktu pengajuan penawaran dari peserta dapat berbeda antara kedua metode ini, sedangkan penerimaan berupa bea lelang tetap dipungut dengan tarif yang telah ditentukan tidak peduli apakah lelang itu menggunakan metode *close bidding* atau *open bidding*. Penelitian ini mencoba mengetahui apakah perbedaan jangka waktu pengajuan penawaran lelang ini mempengaruhi penerimaan negara berupa bea lelang. Nilai limit ini merupakan nilai batas bawah bagi sebuah penawaran lelang untuk dapat dinyatakan laku. Dalam penelitian ini turut digunakan satu variable pengendali yaitu DELTA yang

merupakan selisih antara nilai limit dengan harga laku.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dibuat, model penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{LogLAKU} = & \alpha_0 + \beta_1 \text{SUM}_{it} + \beta_2 \text{DEM}_{it} \\ & + \beta_3 \text{TIM}_{it} + \beta_3 \text{LogLIM}_{it} \\ & + \beta_3 \text{DELTA}_{it} + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

Keterangan:

Log HARGA\_LAKU = Harga Laku Lelang  
t = Tahun 2016-2019

SUM = Jumlah peserta dalam satu lelang

DEM = Aspek Demografis peserta lelang

TIM = Jangka waktu tayang penawaran lelang

LIM = Nilai Limit barang yang dilelang

DELTA = Selisih antara nilai limit dengan harga laku

Data yang diambil sebelum dilakukan olah data dilakukan lebih dahulu validitas dan uji asumsi klasik.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data

Dari hasil olah data secara statistik terhadap data-data variabel yang diuji diperoleh gambaran sebagaimana terlihat dalam tabel 1.

**Tabel 1**  
**Deskriptif Variabel Penelitian**

	DELTA	DEM_AGE	DEM_SEX	HARGA_LAKU	NILAI_LIMIT	SUM	TIM
Mean	4.87E+08	42.55772	1.253068	1.60E+09	1.11E+09	2.234561	288.9791
Median	1000000.	41.70685	1.000000	2.87E+08	2.76E+08	1.000000	211.4514
Maximum	1.80E+12	119.8630	2.000000	1.80E+12	3.29E+11	138.0000	31876.52
Minimum	1.000000	18.35616	1.000000	32000.00	10000.00	1.000000	19.66583
Std. Dev.	2.59E+10	10.85589	0.434812	2.70E+10	7.36E+09	3.978939	595.8909
Skewness	66.22946	0.439632	1.135919	59.03893	28.11583	19.10804	34.25777
Kurtosis	4543.151	3.185844	2.290312	3848.270	1015.333	566.7878	1626.162
Jarque-Bera	4.41E+09	172.7343	1211.581	3.17E+09	2.20E+08	68293966	5.64E+08
Probability	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
Sum	2.50E+12	218448.8	6432.000	8.21E+12	5.71E+12	11470.00	1483330.
Sum Sq. De	3.44E+24	604808.0	970.2642	3.75E+24	2.78E+23	81249.59	1.82E+09
Observatio	5133	5133	5133	5133	5133	5133	5133

Sumber: Diolah dari Keluaran Eviews



Selama kurun waktu empat tahun dari tahun 2016 hingga 2019, dari 5.133 data yang diteliti setidaknya memiliki satu jumlah peserta lelang dalam setiap lelangnya. Angka dua juga menjadi angka rata-rata jumlah peserta dalam suatu lelang. Jumlah peserta terbanyak yang termasuk menjadi data yang diteliti oleh penulis berjumlah 138 peserta. Rata-rata umur pemenang lelang yaitu 42 tahun dengan nilai tengah 41 tahun. Umur tertua adalah 119 tahun, sedangkan untuk umur termuda yang pernah memenangkan lelang yaitu 18 tahun. Terdapat 3.834 pemenang yang berjenis kelamin pria dan 1.299 pemenang berjenis kelamin wanita. Rata-rata gabungan dari seluruh waktu tayang yaitu 288 jam. Jangka waktu terpendek yaitu sebesar 19 jam. nilai rata-rata limit lelang yaitu Rp1.110.000.000 dengan nilai tengahnya Rp 276.000.000 dan nilai limit terendah yaitu sebesar Rp10.000.

Penelitian ini menggunakan model regresi dengan data cross section. Data dilakukan estimasi awal untuk kemudian dilakukan uji asumsi apakah memenuhi semua unsur BLUE. Setelah itu dilakukan estimasi akhir untuk mengetahui model estimasi yang akan digunakan.

Pengujian atas asumsi klasik dilakukan untuk mengantisipasi adanya pelanggaran atas ketentuan-ketentuan statistik yang harus dipenuhi. Pengujian ini dilakukan dalam rangka memastikan bahwa *estimator* linear tidak bias dan konsisten. Pengujian atas asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji *heteroskedastisitas*.

Berdasarkan hasil uji *non heterokedastisitas* asumsi *residual* tidak terpenuhi. Oleh karena itu digunakan metode Huber-white untuk memperbaiki standar error yang ada. Huber white ini tidak menghilangkan *heteroskedastisitas* yang ada tetapi dengan berubahnya standar error tersebut nilai t dan F menjadi tetap dapat digunakan sehingga masalah *heteroskedastisitas* dapat diabaikan.

Uji multikolinearitas pada penelitian ini dilakukan dengan memeriksa nilai *variance inflation factors* (VIF). Hasil pengujian me-

nunjukkan bahwa nilai VIF tidak ada yang di atas 10. Dengan demikian, pada penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen.

Berdasarkan hasil uji *Durbin-Watson* (DW), nilai DW terletak antara dU dan 4-dU. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien *autokorelasi* adalah nol. Oleh karena itu, penelitian ini terbebas dari masalah autokorelasi.

Uji normalitas mendapatkan hasil adanya data yang tidak terdistribusi secara normal. Akan tetapi menurut teorema CLT, bila data yang digunakan lebih dari 30, maka data tersebut telah dapat dianggap memiliki distribusi yang normal. Karena penelitian menggunakan 5.133 data maka sesuai dengan teorema tersebut maka masalah data yang tidak terdistribusi secara normal ini dapat diabaikan.

#### Hasil Uji Regresi Data

Koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) yang dihasilkan sebesar 0,938643. Nilai ini berarti bahwa model penelitian dapat menjelaskan 93,86% variasi dana menganggur dari penggunaan UP. Faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti menjelaskan 6,14% sisanya.

Hasil uji regresi menunjukkan nilai probabilitas *F-statistic* sebesar 0,000000. Nilai tersebut berada di bawah 0,05. Dengan demikian, seluruh variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap harga laku lelang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat satu variabel bebas dengan nilai p di atas 0,05, yaitu masa tayang lelang. Dengan demikian, masa tayang lelang tidak berpengaruh signifikan terhadap harga laku lelang. Di sisi lain, jumlah peserta, aspek demograis, dan nilai limit memiliki pengaruh signifikan terhadap harga laku lelang karena memiliki nilai p di bawah 0,05.

Setelah analisis regresi dilakukan, persamaan regresi dapat disesuaikan sebagaimana berikut:

$$\begin{aligned} \log(LAKU)_{i,t} = & 0,635499 + 0,019336SUM \\ & + 0,000758DEM_{AGE} \\ & + 0,00000151TIM \\ & + 0,96595 \log(LIM) \\ & + (4,56E - 12)DELTA \\ & + 0,010440DEM_{SEXPria} \end{aligned}$$

### Pembahasan

Setelah melakukan pengujian baik secara parsial maupun secara simultan, didapatkan hasil seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen penelitian. Langkah selanjutnya yaitu melakukan interpretasi hasil tersebut beserta analisis berpegang pada teori-teori yang sudah ada sebelumnya terhadap tiap-tiap variabel independen. Pembahasan terkait interpretasi tiap-tiap variabel independen tersebut akan dijabarkan sebagai berikut:

#### Jumlah Peserta dan Harga Laku Lelang

Berdasarkan hasil pengujian, jumlah peserta memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap harga laku lelang. Hal ini berarti semakin banyak jumlah peserta dalam suatu lelang maka nilai pokok lelang akan meningkat. Pada gambar 2 Uji t (Parsial) terlihat bahwa variabel SUM memiliki koefisien sebesar 0,025722 dengan nilai probabilitas yang menunjukkan angka 0,0000. Nilai probabilitas ini berada di bawah tingkat signifikansi yaitu 5% sehingga hal ini berarti bahwa variabel SUM secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap harga laku lelang selama kurun waktu empat tahun yaitu antara tahun 2016 sampai dengan 2019. Hasil ini memberi kesimpulan bahwa hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa jumlah peserta berpengaruh positif terhadap harga laku lelang tidak dapat ditolak. Hal ini sesuai dengan penelitian-penelitian lain terkait lelang terutama yang menjadi literatur pada penelitian ini.

Jumlah peserta lelang yang semakin banyak berpotensi menaikkan harga laku jika para peserta tersebut melakukan penawaran secara terbuka (Agarwal *et al.*, 2018). Perlu dibuat pola komunikasi dan publikasi agar peminat lelang cukup banyak. Harapannya

terjadi penawaran yang cukup kompetitif untuk menghasilkan harga laku yang cukup tinggi.

Data lelang menunjukkan bahwa dari jumlah lelang yang peserta yang melakukan penawaran lebih dari 10 peserta harga laku rata-rata 200% dari harga limit. Sementara itu, untuk lelang yang diikuti peserta sampai dengan 5 orang paling tinggi hanya 120% dari harga limit, bahkan ada yang sama dengan harga limit saat direalisasi.

Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Adam *et al.* (2015) yang meneliti bagaimana pengaruh tekanan waktu (yang terbatas) dan adanya kompetisi sosial diantara para peserta lelang terhadap emosi dan penawaran yang diajukan oleh peserta lelang tersebut. Dalam penelitian tersebut Adam *et al.* (2015) melakukan eksperimen laboratorium dan menginvestigasi proses demam lelang “*Auction Fever*” dengan menggunakan pengukuran fisiologis. Penelitian tersebut menemukan bahwa *bidder's arousal* menjadi lebih tinggi dalam lelang yang memiliki *time pressure* sehingga mengakibatkan harga lelang terbentuk menjadi lebih tinggi pula. Tetapi hal ini hanya terjadi jika peserta lelang melawan dengan manusia lain sebagai kompetitornya (Adam *et al.*, 2015). Hal ini yang menjadi poin penting. Poin disini adalah ketika manusia lain menjadi trigger akan tinggi rendahnya harga lelang terbentuk, maka jumlah peserta lelang menjadi berpengaruh. Hasil ini secara langsung sejalan dengan penelitian penulis, dimana semakin banyak jumlah peserta lelang, yang dalam hal ini merupakan manusia dan bukan robot, semakin tinggi pula harga laku yang terbentuk.

Hal ini dapat dijelaskan sebagaimana yang dipaparkan dalam penelitian Adam *et al.* (2015) tersebut, “*joy of winning*” secara signifikan memberikan pengaruh yang lebih kuat dibandingkan dengan “*frustation of losing*” sehingga ketika melawan manusia lain dalam mengajukan penawaran, peserta lelang menjadi lebih termotivasi dengan harapan akan kemenangan tersebut. Begitu pula dengan penelitian Finucane *et al.* (2000)

yang menemukan ketika manusia dihadapkan pada pengambilan keputusan dengan waktu yang terbatas, manusia cenderung berpegang pada dampak dimana hal ini disertai oleh peningkatan arousal.

Oleh karena itu, semakin banyak lawan manusia dalam sebuah lelang, semakin besar pula kemungkinan munculnya "*bidder's arousal*" karena "*joy of winning*" lebih kuat dibanding "*frustation of losing*". Dalam lelang internet memang hanya terlihat angka yang bergerak naik seiring berjalannya waktu. Akan tetapi dalam lelang konvensional, akan dengan mudah terlihat bagaimana emosi peserta lelang berkecamuk ketika lawan mereka mengajukan penawaran yang lebih tinggi darinya. Bahkan tidak jarang ditemui adanya lelang yang meningkat jauh lebih tinggi dibandingkan harga limit yang ditetapkan, hanya karena peserta lelang tidak ingin kalah dari lawannya.

Bagi kas negara, tentu ini menjadi hal yang baik, karena semakin tinggi harga laku lelang, maka bea lelang yang dikenakan terhadapnya akan semakin tinggi pula. Akan tetapi, perlu dipertimbangkan juga apakah peningkatan spektakuler ini merupakan hal yang baik untuk jangka panjang, mengingat dapat terjadi adanya penyesalan dari pihak pemenang lelang karena mengajukan penawaran yang terlalu tinggi dibandingkan dengan nilai intrinsik barang yang dilelang (Decarolis *et al.*, 2020).

#### Aspek Demografis dan Harga Laku Lelang

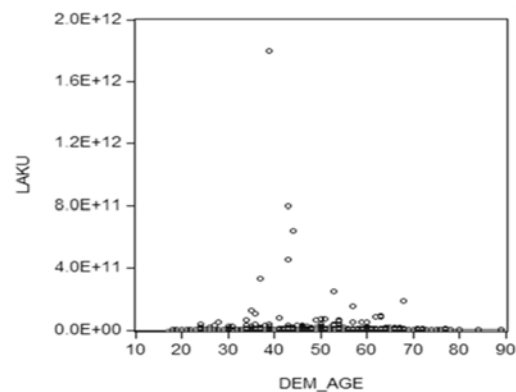
Ada tiga aspek yang dilakukan dalam pengujian aspek demografi, yaitu umur peserta sebagai pemenang lelang, jenis kelamin dan aspek tingkat pendapatan peserta lelang. Dari aspek demografi ini, diperoleh gambaran perilaku peserta terhadap penentuan harga laku terbentuk.

#### Pengaruh Aspek Demografis Berupa Umur Pemenang terhadap Harga Laku Lelang

Berdasarkan hasil uji statistik t didapati bahwa variabel DEM\_AGE memiliki koefisien sebesar 0,001038 dengan nilai probabilitas 0,0116. Dengan nilai probabilitas yang masih

berada di bawah 0,05, hal ini bermakna bahwa variabel DEM\_AGE secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap harga laku lelang. Oleh karena itu, hipotesis kedua huruf a yang menyatakan bahwa DEM\_AGE berpengaruh positif terhadap harga laku lelang tidak dapat ditolak. Dari hasil pengujian tersebut, tampak bahwa umur pemenang lelang memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap harga laku lelang. Hal ini berarti semakin tua umur peserta dalam suatu lelang maka nilai pokok lelang akan semakin meningkat.

Meski begitu bila dilihat lebih detail pada gambar 2 sebaran Umur Peserta Lelang Terhadap Harga Laku, tampak bahwa harga laku yang relatif tinggi didominasi oleh kelompok umur produktif. Hal ini juga tampak pada sebaran dominasi pemenang lelang seperti terlihat pada gambar 3 Sebaran Umur Peserta Lelang, bahwa kelompok umur yang menjadi pemenang lelang didominasi oleh kelompok umur produktif yaitu kelompok umur dalam rentang 25-54 tahun.



**Gambar 2**  
Sebaran Umur Peserta Lelang terhadap Harga Laku

Sumber: Hasil olahan

Cukup minim penelitian yang mengukur masalah umur peserta lelang dengan harga laku di dalam suatu lelang, apalagi lelang eksekusi barang-barang milik negara. Umur produktif menandakan bahwa kemampuan daya beli masyarakat berada pada

level ini. Pengambil keputusan dalam level ini cenderung berani mengambil risiko dan berani mencari solusi jika memperoleh harga yang kurang menguntungkan dengan melakukan portofolio pembelian untuk mencari saling silang income saat pelepasan kembali (Armantier *et al.*, 2013; Grewal *et al.*, 2014; Routray *et al.*, 2015).

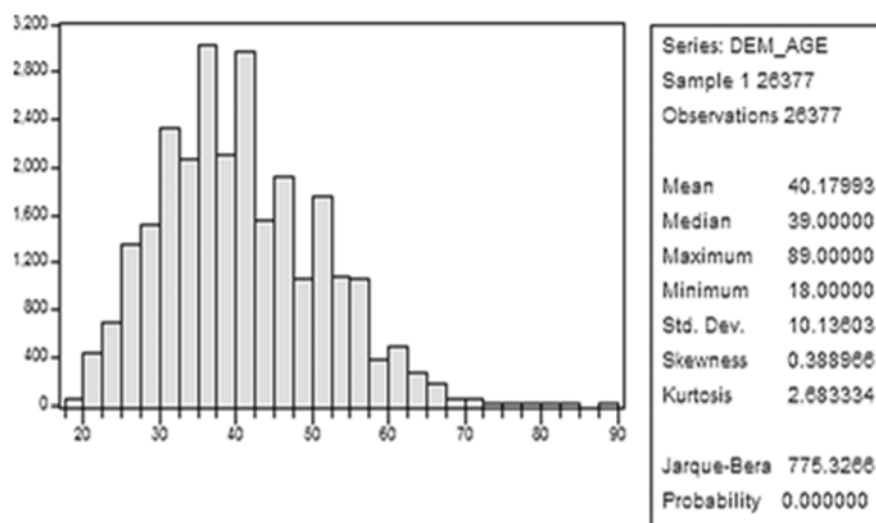
Meskipun hasil pengujian menunjukkan angka yang positif atas umur pemenang lelang, masih ada keterbatasan penelitian dalam mengungkap sampai pada titik mana umur pemenang lelang mulai mengalami penurunan dalam pengajuan penawaran lelang. Hal ini memerlukan penelitian lebih lanjut. Mengingat pengaruh umur ini walaupun positif tapi minim sekali pengaruhnya. Namun demikian, perlu menjadi perhatian bahwa yang melakukan keikutsertaan dalam lelang mereka mereka yang mempunyai daya beli baik secara individual ataupun mewakili kelompok usaha, sehingga tetap harus diperhatikan di dalam pengambilan keputusan dalam kebijakan lelang (Li *et al.*, 2015)

Gambar 3, sebaran Umur Pemenang Lelang tersebut menunjukkan bahwa rentang umur tertentu cenderung melakukan pembelian secara lelang untuk harga yang cenderung lebih tinggi dibandingkan de-

ngan kelompok usia lainnya. Hal ini dapat disebabkan oleh adanya dependensi pada keluarga secara finansial, misalnya pemenang lelang berusia 15-24 tahun baru memiliki pekerjaan, sehingga *take home pay* mereka cenderung lebih rendah dibanding kelompok umur yang lain yang lebih memiliki pengalaman sehingga dibayar lebih mahal. Begitu pula kelompok umur 55+ yang baru selesai masa produktifnya. Pada masa ini orang-orang dapat menggunakan dana pensiun mereka atau dibiayain oleh anggota keluarga lain untuk membiayai kehidupan sehari-hari sehingga *budget stretch* yang dimiliki tentu berbeda dengan kelompok umur produktif.

Penemuan ini sesuai dengan bagaimana seperti yang dikemukakan dalam penelitian Reviandani (2019) yang menunjukkan bahwa keputusan finansial masyarakat dipengaruhi oleh pengalaman finansial keluarga bahkan bergantung pada keluarga itu sendiri.

Gambar 3, sebaran Umur Pemenang Lelang Terhadap Harga Laku secara tidak langsung menunjukkan bahwa sisi-sisi terluar dari grafik mengajukan penawaran pada barang dengan harga laku yang lebih rendah dibanding mereka dengan kelompok umur produktif yang mengajukan penawaran lelang dengan harga laku yang tinggi.



**Gambar 3**  
**Sebaran Umur Pemenang Lelang**

Sumber: hasil olahan

Dari gambar 2, dapat dilihat bahwa hal yang mungkin terjadi adalah peserta lelang dalam rentang umur tertentu tidak berhasil memenangkan lelang karena mengajukan penawaran yang lebih rendah dibandingkan dengan kompetitor mereka yang berada dalam kelompok umur produktif. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih detail memerlukan penelitian lebih lanjut.

### **Pengaruh Aspek Demografis Berupa Jenis Kelamin Pemenang terhadap Harga Laku Lelang**

Dari hasil pengujian statistik t atas variabel dummy pria dan wanita, variabel DEM\_SEX=PRIA memiliki koefisien 0,020155 dengan nilai probabilitas 0,0266. Nilai probabilitas ini masih dibawah nilai signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel DEM\_SEX=PRIA ini memiliki pengaruh positif terhadap harga laku. Atas variabel *dummy* ini, interpretasi hasil uji menjadi sedikit berbeda dibandingkan dengan variabel yang bukan merupakan variabel *dummy*. Secara garis besar variabel DEM\_SEX=PRIA ini memberikan pengaruh 0,020155 lebih tinggi dibandingkan dengan variabel yang lain, yaitu DEM\_SEX=WANITA.

Hasil penelitian ini secara tidak langsung sejalan dengan penelitian Landina dan Marjo (2016) dimana ditemukan bahwa kemungkinan pria memilih pilihan "BID" (lelang) lebih tinggi dibandingkan wanita ketika waktu yang ada terbatas. Dengan kata lain, semakin sedikit waktu, pria cenderung semakin mengambil risiko dan memilih pilihan untuk ikut lelang dibandingkan dengan pilihan "BIN" atau membeli sekarang dengan harga yang lebih rendah. Sebaliknya bila waktu yang tersedia relatif cukup, maka pria cenderung memilih pilihan "BIN" (*Buy It Now*-membayar harga normal/penuh) dan wanita cenderung memilih pilihan "BID" (Shehryar, 2008). Terhadap penelitian penulis, hasil penelitian Omar ini dapat menjelaskan mengapa pria memiliki koefisien lebih tinggi dibandingkan wanita atas harga laku yang terbentuk. Penelitian tersebut secara tidak langsung berimplikasi bahwa pria

cenderung lebih siap menerima risiko sehingga lebih banyak yang memilih untuk mengikuti lelang dibanding dengan wanita.

Masalah gender ini menjadi isu menarik di saat mengantifasi meningkatkan potensi peserta lelang agar harga laku menjadi lebih kompetitif. Perbedaan gender antara pria dan Wanita di dalam pengambilan keputusan di dalam menentukan harga lelang sangat bervariasi. Pendapat ini sejalan dengan pemikiran (Shehryar, 2008; Yeh *et al.*, 2012; Yousaf dan Huaibin, 2013). Agak sulit untuk memfilter agar lebih banyak pria yang menjadi peserta jika melihat dari karakter pengambilan keputusan dikaitkan dengan masalah risiko.

Perlu dilihat juga isu gender ini dikaitkan dengan kemampuan daya beli. Keputusan menetapkan harga laku yang diajukan dipengaruhi juga oleh kepentingan ekonomi individu ataupun kelompok dari peserta lelang potensial. Ada isu agensi di dalam pengambilan keputusan berbasis isu gender (Decarolis *et al.*, 2020; Cong, 2014).

### **Pengaruh Aspek Demografis Berupa Tingkat Pendapatan Pemenang terhadap Harga Laku Lelang**

Dari hasil uji statistik t (parsial), terlihat terdapat 8 kategori dengan nilai koefisien yang berbeda dan nilai probabilitas yang berbeda pula. Selain variabel kategori 2 dan 6, seluruh kategori memiliki nilai koefisien positif, yang berarti memberikan pengaruh yang lebih tinggi dibandingkan kategori yang menjadi referensi, dalam hal ini kategori 9. Dari seluruh kategori yang dibandingkan dengan kategori 9, kategori 6 dan 8 memiliki nilai probabilitas diatas 0,05, meski begitu nilai ini masih dibawah 0,10 sehingga masih memiliki signifikansi yang dapat diterima.

Berdasarkan hasil uji tersebut, tampak Koefisien Per Kategori Tingkat Pendapatan, dapat diinterpretasikan diantaranya, kategori 4 memiliki koefisien paling tinggi dibandingkan dengan kategori pembanding yaitu kategori 9. Kategori 4 ini terdiri dari kelompok umur 15-24 tahun dan berstatus berusaha sendiri. Di posisi kedua kategori 1

dengan kelompok umur 55+ serta berstatus pekerja bebas memiliki koefisien 0,156944 lebih tinggi dibandingkan dengan kategori 9. Posisi ketiga diambil oleh kategori 7 yaitu kelompok umur 25-54 tahun dan berstatus berusaha sendiri.

Berdasarkan Tabel 2, dapat diambil inti sari bahwa pekerja dengan status pekerjaan karyawan/pegawai cenderung mengajukan penawaran harga laku paling rendah dibanding kelompok status pekerjaan lainnya. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya harga limit barang yang dilelang, misalnya lelang non eksekusi wajib barang milik negara. Lelang jenis ini cenderung memiliki nilai limit yang rendah sehingga harga laku juga cenderung rendah (koefisien variabel kontrol LIM sebesar 0,89). Atau dapat pula berarti bahwa dalam lelang dengan harga yang tinggi, peserta lelang yang berada dalam status pekerjaan tersebut mengajukan penawaran yang lebih rendah dibandingkan dengan mereka yang berstatus berusaha sendiri.

#### Waktu Tayang dan Harga Laku Lelang

Berdasarkan hasil uji statistik t sesuai Uji t Parsial, dapat terlihat bahwa variabel TIM memiliki koefisien sebesar -0,00000795 dan nilai probabilitas menunjukkan angka 0,0326. Nilai probabilitas ini masih berada di bawah tingkat signifikansi yaitu 0,05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel TIM secara parsial berpengaruh negatif terhadap harga laku lelang. Hasil uji ini meng-

akibatkan hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa TIM berpengaruh negatif terhadap harga laku lelang tidak dapat ditolak. Secara harfiah tidak ditolaknya hipotesis ketiga ini bermakna semakin sedikit waktu bagi peserta lelang untuk mengajukan penawaran, semakin meningkat harga lelang yang terbentuk nantinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adam *et al.*, (2015). Dalam penelitian tersebut Marc menemukan bahwa semakin sedikit waktu yang tersisa untuk melakukan penawaran lelang, semakin meningkat *bidder's arousal*, yang mana akan meningkatkan harga yang ia ajukan. Dalam penelitian lainnya seperti yang dilakukan oleh Haruvy dan Leeszczyk (2010) didapatkan hasil dimana semakin terbatas waktu yang tersisa, semakin tinggi lompatan harga yang terbentuk (Haruvy dan Leszczyk, 2010). Hasil ini juga berarti bahwa semakin pendek waktu yang tersisa bagi peserta untuk mengajukan penawaran mereka, kenaikan harga yang diajukan semakin tinggi, yang bermakna harga yang terbentuk akan semakin meningkat pula (Febrianto dan Ayunda, 2019; Yang *et al.*, 2015).

Hasil penelitian-penelitian tersebut pada dasarnya menyebutkan bahwa alasan terbatasnya waktu dapat meningkatkan harga yang terbentuk terjadi karena perilaku manusia yang dipengaruhi oleh emosi mereka. Dari pengaruh emosi inilah sebenarnya kata *auction fever* tersebut muncul.

**Tabel 2**  
**Peringkat Koefisien Tingkat Pendapatan terhadap Harga Laku**

Ktg	Umur	Status Pekerjaan	Rata Pend per bulan	Koef.
1	25-54	Karyawan/Pegawai	2.970.023	referensi
2	15-24	Berusaha sendiri	1.396.988	0,310989
3	55+	Pekerja Bebas	1.126.900	0,156944
4	25-54	Berusaha sendiri	1.861.288	0,108060
5	25-54	Pekerja Bebas	1.404.775	0,071156
6	55+	Berusaha sendiri	1.343.838	0,065345
7	55+	Karyawan/Pegawai	2.941.782	0,028585
8	15-24	Karyawan/Pegawai	1.727.287	-0,006924
9	15-24	Pekerja Bebas	1.199.688	-0,438200

Sumber: Badan Pusat Statistik dan hasil olahan

*Auction fever* memiliki implikasi bahwa harga lelang terdistorsi karena peserta lelang terbawa emosi. Pada contoh nyatanya, terutama pada lelang terbuka (*open bidding*), masih banyak peserta lelang yang mengajukan di menit-menit terakhir. Hal ini sejalan dengan argumen yang dikemukakan dalam penelitian Ku *et al.* (2005) bahwa rivalitas *interpersonal* dapat menyebabkan keadaan yang disebut sebagai “*Competitive Arousal*” dari peserta lelang dan secara khusus muncul disaat tekanan waktu sangat tinggi.

### Nilai Limit dan Harga Laku Lelang

Berdasarkan hasil uji statistik t sesuai Tabel IV.10 Uji t Parsial, dapat terlihat bahwa variabel LIM memiliki koefisien sebesar 0,895473 dan nilai probabilitas menunjukkan angka 0,0000. Nilai probabilitas ini berada di bawah tingkat signifikansi yaitu 0,05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel LIM secara parsial berpengaruh positif terhadap harga laku lelang. Hasil uji ini mengakibatkan hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa LIM berpengaruh positif terhadap harga laku lelang tidak dapat ditolak. Tidak ditolaknya hipotesis keempat ini berarti semakin tinggi nilai limit suatu barang yang dilelang, semakin tinggi harga lelang yang terbentuk nantinya.

Terungkapnya angka 0,895473 sebagai koefisien dari nilai limit ini menjadi isu utama yang perlu mendapat perhatian khusus. Angka ini terbilang besar. Hampir 90% harga laku sebuah barang yang dilelang nyaris dapat ditentukan hanya dari nilai limitnya saja. Sehingga penentuan harga limit dari suatu barang yang akan dilelang menjadi hal yang krusial (Lin *et al.*, 2020).

Perlu diingat bahwa nilai limit suatu barang seharusnya tidak jauh-jauh dari nilai intrinsiknya, sehingga calon pembeli lelang dalam hal ini peserta lelang tertarik untuk mendapatkannya. Karena bila penjual menetapkan nilai limit yang terlampau tinggi untuk barang yang memiliki nilai intrinsik yang rendah maka akan sulit baginya untuk dapat terjual (Bichler dan Paulsen, 2018; Romano *et al.*, 2022).

Meski begitu, wewenang akan penetapan nilai limit barang yang akan dilelang tidak berada sepenuhnya pada penjual lelang diatur dalam Pasal 44 angka 1 Peraturan Menteri Keuangan Nomor 27/PMK.06/2016 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang, penjual menetapkan nilai limit berdasarkan a) penilaian oleh penilai atau b) penaksiran oleh penaksir. Sehingga meskipun penetapan nilai limit menjadi tanggung jawab penjual, mereka tidak dapat serta merta mengajukan nilai limit yang tinggi dan tidak realistis yang hanya bertujuan untuk memaksimalkan pendapatan lelang agar kredit macet debitur segera terlunasi.

Dalam kenyataannya, masih ada lelang yang tidak laku pada lelang pertama sehingga nilainya diturunkan pada lelang kedua agar menarik minat calon pembeli. Hal ini tidak hanya menguras tenaga, tetapi juga waktu yang dibutuhkan dalam proses administrasi lelangnya, setidaknya untuk saat ini (Coryanata, 2016; Nurhakim, 2014).

Karena penentuan nilai limit dalam sebuah lelang merupakan hal yang esensial sebagai pembentuk harga laku, bagaimana proses formulasi sehingga nilai limit tersebut muncul menjadi hal yang vital (Padhi *et al.*, 2016). Apakah penjual menggunakan murni angka yang disodorkan oleh penilai maupun penaksir? Adakah penyesuaian yang dilakukan penjual dalam rangka memaksimalkan pendapatan dari lelang? Pertanyaan-pertanyaan ini akan lebih dapat diteliti lebih jauh pada penelitian-penelitian selanjutnya.

Peran seorang penilai di dalam menentukan harga limit menjadi *judgment professional*. Karena penentu terbesar harga laku adalah harga limit, maka sangat penting penentuan harga limit harus bisa dikalkulasi dan diberikan *judgment professional* yang memang sering terjadi ketidakpuasan (Yang *et al.*, 2015; Chen dan Zhao, 2013).

Pada akhir penelitian, penulis mendapati bahwa terdapat variabel-variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan baik secara positif maupun negatif serta mulai dari koefisien yang kecil hingga yang substansial terhadap harga laku lelang. Variabel-

variabel ini diantaranya nilai limit, jumlah peserta, aspek demografis, waktu tayang lelang serta jenis lelang (Febrianto dan Ayunda, 2019; Rong-Da Liang, 2014).

Harga laku lelang menjadi fokus penting karena dari harga ini lah nantinya Penerimaan Negara Bukan Pajak berupa Bea Lelang (utamanya) maupun Pajak (untuk barang tidak bergerak berupa tanah dan/ atau bangunan) dipungut. Harga laku tersebut akan menjadi angka dasar pengenaan tarif PNBPN berupa bea lelang maupun pajaknya sehingga kemampuan memprediksi harga laku yang akan terbentuk dapat membantu para pihak yang berkepentingan untuk melakukan proyeksi awal pendapatan mereka (Adam *et al.*, 2015).

Dengan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mampu membentuk harga laku tersebut para pihak yang berkepentingan dapat melakukan upaya dalam memperluas target market mereka. Hal ini dapat menjadi salah satu titik terang dalam usaha memaksimalkan pendapatan mereka (Cong, 2014; Romano *et al.*, 2022).

Selain itu, dalam penelitian ini didapati bahwa jenis lelang dengan frekuensi tertinggi dipegang oleh lelang noneksekusi wajib barang milik negara/daerah. Sebagai salah satu pelayanan yang diberikan oleh negara, lelang dipilih karena mampu memberikan solusi lewat pemberian kepastian hukum atas barang yang dilelangnya, dalam hal ini barang milik negara/daerah. Meski begitu, masih ada hal-hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan pelayanan yang dapat ditawarkan kepada masyarakat. Hal-hal ini salah satunya adalah apakah negara sudah mampu memberikan kepastian hukum ketika terjadi hal-hal yang diluar kendali, misalnya bencana alam.

Sebagaimana kita ketahui Indonesia termasuk negara yang memiliki tingkat keterjadian bencana alam yang relatif tinggi. Meski telah banyak device, sarana dan prasarana untuk mendeteksi bencana alam ini, masih ada saja hal-hal yang diluar kendali manusia, sehingga terjadiah bencana tersebut.

Proses transfer barang antara penjual dengan pembeli lelang seringkali tidak terjadi dalam waktu yang singkat karena adanya kendala jarak dan waktu. Akan menjadi pengalaman yang tidak menyenangkan ketika pemenang telah mengorbankan sumber daya mereka, dalam hal ini uang, hanya untuk mendapati barang yang mereka beli raib begitu saja. Dari sini akan lebih menarik bagi calon pembeli bila terdapat opsi pemasangan keamanan barang hingga sampai ke tangan pembeli. Penelitian terkait bencana alam dalam kaitannya dengan barang milik negara/daerah atau *disaster risk finance* lebih lanjut dapat dilanjutkan pada penelitian selanjutnya.

#### **Harga Laku Lelang dan Penerimaan Negara**

Seperti telah dibahas sebelumnya, dalam penelitian ini harga laku sangat dipengaruhi oleh harga limit. Sementara itu, jumlah peserta lelang, demografi, umur, jumlah hari ada berpengaruh namun secara statistik kecil pengaruhnya. Karena bea lelang sebagai penerimaan negara dihitung dari harga laku dengan tarif tertentu, maka secara tidak langsung besarkecil penerimaan negara dari bea lelang ini sangat dipengaruhi oleh penentuan harga limit.

Saat ini, perilaku pasar dalam lelang ditentukan oleh berapa panitia lelang/ pejabat lelang menentukan harga limit dan selanjutnya direspon oleh pelaku penawaran. Situasi ini sejalan dengan hasil penelitian (Landina dan Marjo, 2016; Nurhakim, 2014). Oleh karena itu, penentuan harga limit menjadi titik kunci variabilitas harga penawaran dari peserta lelang. Bukan hanya kondisi teknis yang menjadi pertimbangan penentuan harga limit, tetapi juga sosial *behaviour* pasar juga penting untuk diperhatikan (Decarolis *et al.*, 2020; Yang *et al.*, 2015; Yogiswara *et al.*, 2014).

Besar kecilnya penerimaan bea lelang sebagai penerimaan negara ditentukan dengan tarif tertentu baik terhadap penjual maupun pembeli. Namun ada juga tarif nol untuk golongan tertentu seperti UMKM sehingga potensi penerimaan negara tidak



diperoleh dari bea lelang, namun bisa diperoleh dari transaksi lainnya.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Jumlah peserta memiliki pengaruh positif signifikan terhadap harga laku lelang. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah peserta berpengaruh terhadap harga laku lelang. Hasil ini juga menguatkan argumen bahwa semakin banyak peserta yang mengikuti suatu lelang, nilai pokok yang terbentuk akan semakin meningkat.

Pada aspek demografi yang dibagi menjadi umur, jenis kelamin dan pendapatan maka dapat ditemukan hasil sebagai berikut dengan perinciannya: a) Umur memiliki pengaruh positif signifikan terhadap harga laku lelang. Hal ini pula menunjukkan bahwa dengan meningkatnya umur peserta lelang secara statistik dapat diestimasi bahwa harga laku lelang akan lebih bervariasi ke arah yang lebih tinggi. b) Kategori jenis kelamin pria memiliki pengaruh positif signifikan dibandingkan dengan kategori jenis kelamin wanita sebagai referensinya sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua huruf b ini dapat diterima. Hal ini menunjukkan ada perbedaan pengaruh secara statistik untuk jenis kelamin terhadap harga laku lelang sebesar koefisien masing-masing. Pemenang dengan jenis kelamin pria memberikan harga laku yang lebih tinggi dibandingkan dengan pemenang dengan jenis kelamin wanita. Hal ini lebih diinterpretasikan bahwa untuk penawaran harga yang lebih tinggi secara statistik pria lebih berani mengambil risiko. c) Pada kategori pendapatan memiliki pengaruh terhadap signifikan terhadap harga laku lelang. Mereka yang merupakan pekerja dan memiliki pendapatan yang rendah akan cenderung memberikan harga laku yang rendah daripada mereka yang status pekerja lainnya seperti memiliki bisnis sendiri.

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa demografi peserta lelang memiliki pengaruh yang signifikan pada nilai laku lelang.

Hipotesis masa tayang berpengaruh negatif terhadap harga laku lelang ditolak. Angka signifikansi yang melebihi batas menunjukkan tidak adanya keterkaitan antara waktu tayang dengan harga laku lelang. Besar kecilnya harga laku lelang ini bisa diartikan juga diikuti oleh pelaku yang sudah biasa terinformasi lelang-lelang di instansi pemerintah.

Nilai limit berpengaruh positif terhadap harga laku lelang, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai limit memiliki pengaruh positif signifikan terhadap harga laku lelang sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat dalam penelitian ini tidak dapat ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa nilai limit berpengaruh terhadap harga laku lelang. Hasil ini pula menguatkan argumen bahwa semakin tinggi nilai limit yang ditetapkan pada suatu lelang, nilai pokok yang terbentuk akan semakin meningkat.

Penerimaan dari bea lelang karena diambil dari tarif tertentu dari harga laku secara tidak langsung sangat dipengaruhi juga oleh harga limit. Penentuan harga limit menjadi kunci terhadap peningkatan penerimaan negara. Perlu dipertimbangkan bukan saja secara teknis namun secara sosial *behavioral* terhadap penentuan harga.

### Keterbatasan Penelitian

Sampel yang digunakan merupakan transaksi lelang laku dengan kategori tanah dan/atau bangunan. Dalam 5.133 data yang digunakan dapat berupa transaksi lelang berupa tanah, dapat pula terdapat transaksi lelang berupa tanah dan bangunan. Harga tanah antar satu daerah dengan daerah yang lain bisa saja berbeda secara signifikan. Terkait lokasi atas tanah dan/atau bangunan tidak dipilah sehingga mungkin saja terdapat nilai yang terkompensasi dari sampel satu untuk sampel yang lainnya.

Penelitian ini dilakukan terhadap transaksi dalam kurun waktu empat tahun, dimana jumlah frekuensi transaksi tampak berbeda secara signifikan dengan frekuensi paling sedikit pada tahun 2016 dan paling banyak pada tahun 2019. Penelitian yang

dilakukan dalam kurun waktu satu tahun dapat memberikan hasil yang berbeda.

### Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai limit merupakan faktor penting yang besar pengaruhnya terhadap harga laku lelang. Dalam hal ini, nilai limit berpengaruh pula terhadap jumlah bea lelang yang diperoleh untuk kemudian disetorkan ke kas negara. Pengembangan kompetensi teknis penilaian tanah dan bangunan perlu ditingkatkan mengingat lokasi yang berbeda-beda sehingga unsur pembentuk harga pun bisa berbeda juga. Sikap profesional dan sosio behavioral berbasis pemahaman pasar perlu ditingkatkan dibalik sedikitnya tenaga penilai dengan keilmuan khusus.

Penelitian juga menunjukkan bahwa untuk mendapatkan harga laku lelang yang maksimal, upaya memperbanyak jumlah peserta lelang diutamakan berjenis kelamin pria. Pria secara behavioral lebih tertarik mengambil keputusan berisiko, saat mengikuti lelang untuk bangunan dan tanah yang tersebar. Namun demikian bukan berarti Wanita tidak memiliki keberanian ke depannya dengan berbasis informasi yang lebih terbuka dan transparansi. Upaya marketing perlu digiatkan misalnya membuat iklan lelang internet pada situs-situs yang sering dikunjungi oleh pelanggan property dengan karakteristik sesuai hasil penelitian.

Penelitian ini menggunakan data barang yang jenisnya berbeda-beda sehingga terdapat kemungkinan ada jenis barang tertentu yang mengkompensasi nilai yang dihasilkan oleh barang lain. Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan barang yang memiliki jenis yang relatif sama agar pengamatan terhadap barang-barang tersebut menjadi lebih spesifik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. T. P., J. Krämer, dan M. B. Müller. 2015. Auction Fever! How Time Pressure and Social Competition Affect Bidders' Arousal and Bids in Retail Auctions. *Journal of Retailing* 91(3): 468–485. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.01.003>.
- Agarwal, S., J. Li, E. Teo, dan A. Cheong. 2018. Strategic Sequential Bidding for Government Land Auction Sales – Evidence from Singapore. *Journal of Real Estate Finance and Economics* 57(4): 535-565. <https://doi.org/10.1007/s11146-017-9625-0>.
- Amir, A. M., S. M. Auzair, R. Maelah, dan A. Ahmad. 2016. Pricing for higher education institutions: a value-based approach. *International Journal of Educational Management* 30(6): 929–940. <https://doi.org/10.1108/IJEM-08-2015-0110>.
- Anisah. 2013. Pengaruh Perubahan Organisasi dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Pegawai (Studi pada Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen* 1(1): 27–42.
- Armantier, O., C. A. Holt, dan C. R. Plott. 2013. A Procurement Auction for Toxic Assets with Asymmetric Information. *American Economic Journal: Microeconomics* 5(4): 142–162. <https://doi.org/10.1257/mic.5.4.142>.
- Atulkar, S. dan B. Kesari. 2018. Impulsive Buying: a Consumer Trait Prospective in Context of Central India. *Global Business Review* 19(2): 477–493.
- Balseiro, S., Y. Deng, J. Mao, V. Mirrokni, dan S. Zuo. 2021. Robust Auction Design in the Auto-Bidding World. *Advances in Neural Information Processing Systems* 34: 17777–17788.
- Bichler, M. dan P. Paulsen. 2018. A Principal-Agent Model of Bidding Firms in Multi-Unit Auctions. *Games and Economic Behavior* 111: 20–40.
- Chang, C. C. dan C. W. Chen. 2015. Examining Hedonic and Utilitarian Bidding Motivations in Online Auctions: Impacts of Time Pressure and Competition. *International Journal of Electronic Commerce* 19(2): 39–65.
- Cheema, A., D. Chakravarti, dan A. R. Sinha. 2012. Bidding Behavior in Descending

- and Ascending Auctions. *Marketing Science* 31(5): 779-800.
- Chen, X. dan J. Zhao. 2013. Bidding to Drive: Car License Auction Policy in Shanghai and its Public Acceptance. *Transport Policy* 27(May): 39-52. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2012.11.016>.
- Cholifah, A. P. dan E. H. Fanida. 2019. Transparansi Program Electronic Auction di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Surabaya. *Publika* 7(2): 1-7. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/27122>
- Cong, L. W. 2014. Auctions of Real Options. *Job Market Paper*. Stanford Graduate School of Business.
- Coryanata, I. 2016. Akuntabilitas, Partisipasi Masyarakat dan Transfaransi Kebijakan Publik Sebagai Pemoderasi Hubungan Pengetahuan Dewan Tentang Anggran dan Pengawasan Keuangan Daerah. *Jurnal Akuntansi Dan Invoestasi* 12(2): 110-125. <http://journal.umy.ac.id/index.php/ai/article/view/678>.
- Decarolis, F. M. Goldmanis, dan A. Penta. 2020. Marketing Agencies and Collusive Bidding in Online Ad Auctions. *Management Science* 66(10): 4433-4454.
- Febrianto, S. dan D. Ayunda. 2019. The Implementation of Execution Auction by Creditors on Debtor Rights' Guarantee in the Office of State Assets and Auction Services (KPKNL). *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 10(5): 171-188.
- Finucane, M. L., A. Alhakami, P. Slovic, dan S. M. Johnson. 2000. The Affect Heuristic in Judgments of Risks and Benefits. *Journal of behavioral decision making* 13(1): 1-17.
- Gregg, D. G. dan S. Walczak. 2010. The Relationship between Website Quality, Trust and Price Premiums at Online Auctions. *Electronic Commerce Research* 10: 1-25.
- Grewal, D., A. Roggeveen, dan J. Nordfält. 2014. Pricing in the Modern World: the Role of Price-Related and Non-Price Related Cues. *Journal of Product & Brand Management* 23(6): 397-400.
- Gultom, A. J. L., B. Riyanto, dan M. Djais. 2016. Penyelesaian Piutang Negara di Wilayah Hukum Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Semarang. *Diponegoro Law Journal* 5(2): 1-14.
- Haruvy, E. dan P. T. P. Leszczyc. 2010. The Impact of Online Auction Duration. *Decision Analysis* 7(1): 99-106. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1420304>.
- Ku, G., D. Malhotra, dan J. K. Murnighan. 2005. Towards a Competitive Arousal Model of Decision-Making: a Study of Auction Fever in Live and Internet Auctions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 96(2): 89-103.
- Landina, P. A. I. dan M. Marjo. 2016. Pelaksanaan Lelang atas Barang Milik Daerah Melalui Internet (E-Auction) oleh Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Semarang. *Diponegoro Law Journal* 5(2): 1-18. <https://ejournal3.ulandindip.ac.id/index.php/dlr/article/view/11296>.
- Li, Y., C. Liao, Y. Wang, dan C. Wang. 2015. Energy-Efficient Optimal Relay Selection in Cooperative Cellular Networks Based on Double Auction. *IEEE Transactions on Wireless Communications* 14(8): 4093-4104.
- Lin, C. C., Y. F. Chang, C. C. Chang, dan Y. Z. Zheng. 2020. A Fair and Secure Reverse Auction for Government Procurement. *Sustainability (Switzerland)* 12(20): 1-12. <https://doi.org/10.3390/su12208567>.
- Nurhakim, M. R. S. 2014. Implementasi E-Government dalam Mewujudkan Transparansi dan Akuntabilitas Sistem Pemerintahan Modern. *Jurnal Ilmu Administrasi Media Pengembangan Dan Praktik Administrasi* 9(3): 403-422.
- Padhi, S. S., S. M. Wagner, dan P. K. J. Mohapatra. 2016. Design of Auction Parameters to Reduce the Effect of Collusion. *Decision Sciences* 47(6): 1016-1047. <https://doi.org/10.1111/deci.12159>.

- Parlindungan, G. T. 2018. Pelaksanaan Lelang Barang Sitaan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi. *SUPREMASI Jurnal Hukum* 1(01).
- Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 2018 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 27/PMK.06/2016 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang.
- Pommerehne, W. W. dan L. P. Feld. 1997. The Impact of Museum Purchase on the Auction Prices of Paintings. *Journal of Cultural Economics* 21: 249-271.
- Puspitaningrum, L. dan A. Wirawan. 2020. Konstruksi Akta Lelang Digital (Digital Signature) di Indonesia. *Indonesian Rich Journal* 1(1): 1-14.
- Rahayu, G. dan Suharizal. 2019. Pelaksanaan Lelang Eksekusi Panitia Urusan Piutang Negara ditinjau dari Aspek Hukum Administrasi Negara. *Jurnal Hukum Islam* 4(1): 43-55. <http://dx.doi.org/10.30983/alhurriyah.v4i1.1501>.
- Reviandani, W. 2019. Pengaruh Pengalaman Keuangan dan Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Keuangan Keluarga di Desa Yosowilangun Kecamatan Manyar Gresik. *Jurnal Manajerial* 6(01), 48-58.
- Romano, G., M. Castiglioni, A. Marchesi, dan N. Gatti. 2022. The Power of Media Agencies in Ad Auctions: Improving Utility through Coordinated Bidding. *arXiv preprint arXiv:2204.13772*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2204.13772>.
- Rong-Da Liang, A. 2014. Exploring Consumers' Bidding Results Based on Starting Price, Number of Bidders and Promotion Programs. *International Journal of Hospitality Management* 37: 80-90. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.008>.
- Routray, P., W. P. Schmidt, S. Boisson, T. Clasen, dan M. W. Jenkins. 2015. Socio-Cultural and Behavioural Factors Constraining Latrine Adoption in Rural Coastal Odisha: an Exploratory Qualitative Study Global Health. *BMC Public Health* 15(1): 1-19. <https://doi.org/10.1186/s12889-015-2206-3>.
- Scott, J. E., D. G. Gregg, dan J. H. Choi. 2015. Lemon Complaints: when Online Auctions Go Sour. *Information Systems Frontiers* 17: 177-191.
- Shehryar, O. (2008). The effect of buyer's gender, risk-proneness, and time remaining in an internet auction on the decision to bid or buy-it-now. *Journal of Product and Brand Management*, 17(5), 356-365. <https://doi.org/10.1108/10610420810896112>.
- Teubner, T., M. Adam, dan R. Riordan. 2015. The Impact of Computerized Agents on Immediate Emotions, Overall Arousal and Bidding Behavior in Electronic Auctions. *Journal of the Association for Information Systems* 16(10): 838-879.
- Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang *Keuangan Negara*.
- Undang-Undang Nomor 9 tahun 2018 tentang *Penerimaan Negara Bukan Pajak*.
- Wahyuni, A. S. 2018. Kritik Teori Keagenan Dalam Artikel Akuntansi: Konteks Ke-Indonesia-an. *Akuntansi dan Teknologi Informasi* 12(2).
- Walelang, R. P., S. Alexander, dan S. Tangkuman. 2017. Analisis Efektivitas Penatausahaan Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) pada Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajamen, Bisnis dan Akuntansi* 5(2): 2647-2655.
- Wieland, A., J. Sundali, M. Kimmelmeier, dan R. Sarin. 2014. Gender Differences in the Endowment Effect: Women Pay Less, but won't Accept Less. *Judgment and Decision Making* 9(6): 558-571.
- Winriadirahman, P. 2017. Pelaksanaan Eksekusi Hak Tanggungan di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Yang, Z., R. Ren, H. Liu, dan H. Zhang. 2015. Land Leasing and Local Government Behaviour in China: Evidence from Beijing. *Urban Studies* 52(5): 841-856. <https://doi.org/10.1177/0042098014529342>

- Yeh, J. C., K. L. Hsiao, dan W. N. Yang. 2012. A Study of Purchasing Behavior in Taiwan's Online Auction Websites: Effects of Uncertainty and Gender Differences. *Internet Research* 22(1): 98-115. <https://doi.org/10.1108/10662241211199988>.
- Yogiswara, P. K., P. A. Noak, dan I. K. Winaya. 2014. Peranaan e-Government dalam Mendukung Transparansi dan Keterbukaan Informasi Publik (Studi Kasus Website Resmi Pemerintah Kabupaten Klungkung). *Citizen Charter* 1(12): 1-13.
- Yousaf, S. dan L. Huaibin. 2013. Profiling Consumer Behavior in the Context of Involvement Level and Demographic Factors: Evidence of Within-Country Differences From a Developing Economy. *Journal of Global Marketing* 26(1): 1-17. <https://doi.org/10.1080/08911762.2013.779404>.
- Yu, H., S. Wang, dan C. Dang. 2006. Optimal Starting Price for Ebay-Like Online Auctions. *Journal Systems Science & Complex* 19: 9-21. <https://doi.org/10.1007/s11424-006-0009-4>.
- Zhang, J., L. Li, T. Yu, D. Zhang, G. Zhao, dan H. Wen. 2020. Marketization Allocation, Land Price, and Local Government Land Speculation, China. *International Journal of Strategic Property Management* 24(5): 335-347. <https://doi.org/10.3846/ijspm.2020.13128>.