

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat hidup sendiri dan senantiasa membutuhkan interaksi dengan sesama untuk memenuhi kebutuhan jasmani maupun rohaninya. Dalam kehidupan sehari-hari, interaksi ini mencakup berbagai aspek, salah satunya adalah aktivitas ekonomi. Islam sebagai agama yang menyeluruh (*syumul*) tidak hanya mengatur aspek ibadah, tetapi juga mengatur hubungan antarmanusia, termasuk dalam urusan ekonomi melalui konsep muamalah. Muamalah merupakan bagian dari ajaran Islam yang membahas aturan dan tata cara hubungan sosial-ekonomi antara individu, terutama yang berkaitan dengan aktivitas transaksi, baik berupa jual beli, sewa-menyewa, pinjam-meminjam, maupun bentuk kerja sama ekonomi lainnya. Aturan-aturan ini dirumuskan secara komprehensif dalam disiplin Fiqh Muamalah, sebuah cabang ilmu fikih yang mengatur tata cara bertransaksi sesuai dengan prinsip syariah yang menjunjung tinggi keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab.<sup>1</sup>

Fiqh muamalah tidak hanya menyoroti aspek legalitas halal dan haram dalam sebuah transaksi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai moral dan etika yang melekat dalam akad yang dilakukan oleh para pihak.<sup>2</sup> Dalam setiap bentuk transaksi ekonomi, Islam menghendaki adanya perlindungan hak dan kewajiban masing-masing pihak agar tidak terjadi praktik yang merugikan satu sama lain, baik secara materiil maupun immateriil. Praktik ekonomi yang tidak dilandasi oleh prinsip syariah dapat menimbulkan ketidakadilan, eksploitasi, bahkan kerugian yang besar, yang bertentangan dengan maqasid al-syari'ah, yakni tujuan-tujuan syariat Islam untuk menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Oleh karena itu, pemahaman terhadap fiqh muamalah menjadi sangat

---

<sup>1</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2021), hlm. 45.

penting dalam kehidupan masyarakat modern yang penuh dengan kompleksitas transaksi ekonomi.<sup>2</sup>

Dalam Islam, praktik jual beli merupakan bagian dari muamalah yang diatur secara rinci dalam fikih. Jual beli (*al-bai'*) didefinisikan sebagai pertukaran harta dengan harta lainnya berdasarkan kerelaan kedua belah pihak.<sup>1</sup> Salah satu bentuk jual beli yang dikenal dalam fikih adalah *Ba'i al-Muzayadah* atau jual beli dengan sistem lelang. Dalam praktik ini, penjual menawarkan barangnya kepada khalayak, dan para calon pembeli mengajukan penawaran harga yang semakin meningkat. Barang kemudian dijual kepada penawar dengan harga tertinggi, dan pada saat itu terbentuklah akad antara penjual dan pembeli.<sup>2</sup>

Dasar hukum praktik jual beli dalam Islam dapat dirujuk dari firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.<sup>3</sup>

Ayat tersebut menekankan pentingnya prinsip keadilan dan kerelaan dalam setiap transaksi, termasuk jual beli melalui sistem lelang. Oleh karena itu, praktik lelang dalam Islam diperbolehkan selama tidak mengandung unsur kebatilan, penipuan, atau ketidakjelasan yang dilarang oleh syariat.<sup>4</sup>

Mayoritas ulama, termasuk al-Kasani dan Ibn al-Humam dari Mazhab Hanafi, berpendapat bahwa praktik jual beli dengan sistem lelang

<sup>2</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani (Jakarta: Gema Insani, 2020), Jilid 4, hlm. 3–4.

<sup>3</sup> QS. An-Nisa: 29

<sup>4</sup> Nazratal Khairini, *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Keabsahan Mekanisme Lelang Online pada Media Sosial Instagram*, UIN Ar-Raniry: 2022, hlm. 3.

diperbolehkan, selama pelaksanaannya sesuai dengan contoh yang terjadi pada masa Rasulullah SAW dan tidak menyimpang dari prinsip-prinsip syariat Islam. Artinya, transaksi tersebut harus bebas dari unsur penipuan, kecurangan, maupun berbagai bentuk rekayasa yang dilarang dalam Islam. Menurut pendapat al-Kasani dan Ibn al-Humam, dua ulama terkemuka dari Mazhab Hanafi, jual beli melalui lelang (*al-muzayadah*) tidaklah terlarang, karena Rasulullah SAW sendiri pernah melakukan praktik serupa. Aktivitas ekonomi semacam ini pada dasarnya merupakan bagian dari usaha untuk memperoleh rezeki yang halal sebagai bentuk mencari karunia Allah SWT, selama dilakukan dengan mekanisme transaksi yang sah, saling menguntungkan, dan tidak merugikan ataupun melanggar hak-hak orang lain secara tidak dibenarkan.<sup>5</sup>

Praktik lelang turut diatur secara administratif berdasarkan Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Keuangan Nomor 93/PMK.06/2010 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 106/PMK.06/2013, lelang diartikan sebagai bentuk penjualan barang yang terbuka untuk umum dengan penawaran harga secara tertulis dan/atau lisan yang semakin meningkat atau menurun untuk mencapai harga terbaik, yang didahului dengan pengumuman lelang.<sup>6</sup> Istilah “lelang” sendiri berasal dari bahasa Belanda *veiling*, dan dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *auction*, yang pada dasarnya bermakna penjualan di muka umum dengan mekanisme penawaran.<sup>7</sup>

Seiring berkembangnya zaman, kemajuan teknologi informasi di era digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola interaksi ekonomi masyarakat. Salah satu implikasi langsung dari transformasi ini adalah kemunculan media sosial dan *platform e-commerce* sebagai sarana baru dalam transaksi jual beli. Media sosial, seperti Instagram, tidak lagi sekadar digunakan sebagai alat komunikasi personal, tetapi telah beralih fungsi menjadi medium pemasaran dan perdagangan yang efektif. Dengan kemampuan menjangkau

---

<sup>5</sup> Rohman Juani, “Pandangan Fikih Muamalah Dalam Praktek Bai’ Al- Muzayyadah (Lelang)” <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-cirebon>.

<sup>6</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Lelang*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2015) hlm 2.

<sup>7</sup> Ibid, hlm 19.

audiens secara luas dan interaktif, media sosial memungkinkan proses jual beli berlangsung dengan cepat dan efisien, sesuai dengan tuntutan gaya hidup masyarakat modern yang mengedepankan kepraktisan, fleksibilitas, dan responsivitas.

Aktivitas jual beli di media sosial telah berkembang menjadi instrumen penting. Salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan dalam aktivitas perdagangan adalah Instagram. *Platform* ini tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi dan promosi, tetapi juga sebagai sarana utama dalam transaksi jual beli produk oleh pelaku usaha. Salah satu akun Instagram yang aktif menjalankan aktivitas jual beli adalah akun @budimanstore09. Pada awalnya, akun ini digunakan sebagai media penjualan konvensional, yaitu dengan menawarkan produk secara langsung kepada konsumen melalui unggahan foto dan deskripsi barang. Komunikasi antara penjual dan pembeli dilakukan melalui fitur komentar atau pesan langsung (*direct message*), yang memungkinkan transaksi berlangsung dengan cepat dan efisien. Barang-barang yang dijual didominasi oleh *brand* ternama seperti Adidas, Stone Island, Napapijri, dan *brand casual outdoor* lainnya.

Kemampuan akun @budimanstore09 dalam membaca tren dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman menjadi salah satu faktor utama keberhasilannya dalam membangun basis konsumen yang loyal. Di tengah perubahan preferensi konsumen yang semakin dinamis, akun ini tidak hanya mempertahankan relevansi dengan menjual produk-produk yang sedang digemari, tetapi juga berinovasi dalam metode transaksinya melalui sistem lelang online. Seiring dengan meningkatnya minat dan partisipasi konsumen, akun @budimanstore09 mulai menerapkan sistem penjualan dengan model lelang sebagai variasi dari metode jual beli yang sebelumnya bersifat konvensional.

Sistem ini dikenal dengan mekanisme penawaran terbuka (*bidding*), di mana pemilik akun menawarkan suatu barang dan para pengikutnya dapat mengajukan penawaran harga secara berjenjang dalam jangka waktu tertentu yang ditentukan oleh penyelenggara lelang.

Proses lelang dilakukan melalui fitur Instagram *Feed*, yang memungkinkan interaksi *real time* dan menciptakan suasana kompetitif di antara peserta. Barang akan diberikan kepada peserta yang mengajukan penawaran tertinggi saat waktu lelang ditutup. Model ini tidak hanya memberikan peluang keuntungan yang lebih besar bagi penyelenggara, tetapi juga meningkatkan keterlibatan konsumen karena adanya unsur tantangan dan eksklusivitas dalam memperoleh produk. Dengan memanfaatkan kecepatan komunikasi digital dan jangkauan luas media sosial, sistem lelang ini menjadi alternatif model transaksi yang semakin diminati, terutama oleh kalangan muda, khususnya di kota Bandung, yang dikenal sebagai pusat kreativitas dan gaya hidup anak muda. Budaya *fashion conscious* serta antusiasme tinggi terhadap produk bernuansa olahraga menjadikan model lelang yang ditawarkan oleh @budimanstore09 sangat relevan dan diminati oleh pasar lokal yang dinamis.

Sebagai ilustrasi, berikut ini adalah contoh unggahan lelang yang dilakukan oleh akun Instagram @budimanstore09. Gambar ini memperlihatkan bagaimana informasi lelang disajikan, termasuk rincian produk, ukuran, harga awal (*open bid*), serta mekanisme penawaran melalui kolom komentar. Penyisipan gambar ini bertujuan untuk memberikan gambaran visual nyata mengenai praktik lelang yang diterapkan:



**Gambar 1.1**  
**Contoh Unggahan Lelang di Akun Instagram @budimanstore09**

Gambar tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dan transaksi dilakukan secara langsung melalui media sosial, dengan tampilan visual yang menarik dan informasi yang ringkas, sehingga memudahkan peserta dalam mengikuti lelang secara aktif.

Namun, di balik kemudahan dan potensi keuntungan yang ditawarkan oleh mekanisme lelang daring, terdapat persoalan yang semakin mencuat seiring intensitas praktiknya meningkat, yaitu munculnya perilaku yang dikenal dengan istilah *bid and run*. Istilah ini merujuk pada tindakan peserta lelang yang mengajukan penawaran tertinggi namun kemudian tidak melanjutkan transaksi ketika dinyatakan sebagai pemenang. Tindakan ini biasanya disertai dengan ketidakhadiran komunikasi lanjutan, pembatalan sepihak, atau bahkan pengabaian total terhadap hasil lelang yang telah diumumkan. Dalam konteks *e-commerce*, *bid and run* merupakan bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh konsumen, yakni tidak memenuhi kewajiban untuk membeli barang yang telah dimenangkan melalui proses lelang.<sup>8</sup>

Masalah ini menjadi persoalan serius karena menyangkut keberlangsungan transaksi yang sah secara sosial di mata para pelaku. Sistem lelang yang semestinya menjadi instrumen yang adil dan efisien untuk memperoleh barang justru mengakibatkan tindakan tidak bertanggung jawab dari sebagian peserta. Dalam praktik di akun @budimanstore09 misalnya, tidak jarang ditemukan kejadian di mana barang yang telah dimenangkan oleh penawar tertinggi gagal diserahkan karena pihak pemenang tidak menunjukkan komitmen atau itikad baik untuk menyelesaikan pembayaran. Hal ini tidak hanya menyebabkan kerugian secara material, tetapi juga berpengaruh pada reputasi penyelenggara, mengingat kredibilitas dan kepercayaan menjadi aset utama dalam perdagangan digital berbasis komunitas seperti ini.

Selain itu, karakteristik dari transaksi lelang *online* yang bersifat informal turut memperparah permasalahan. Umumnya, tidak ada kontrak

---

<sup>8</sup> Rizky Dwi Lestari, Analisis Yuridis Terhadap Perilaku Bid and Run dalam Transaksi Lelang Online, Jurnal Hukum Ekonomi Digital, Vol. 3 No. 1 (2022): hlm. 45.

tertulis atau bukti transaksi yang memuat klausul hak dan kewajiban kedua belah pihak. Komunikasi hanya dilakukan melalui fitur komentar atau pesan langsung (*DM*), tanpa rekaman sistematis yang dapat dijadikan alat bukti yang kuat apabila terjadi sengketa. Di sinilah letak kompleksitas dari praktik *bid and run* secara sosial transaksi telah terjadi, namun secara hukum formil kerap kali sulit dipertanggungjawabkan. Kekosongan dalam aspek dokumentasi transaksi serta ketiadaan pengawasan dari otoritas yang berwenang membuat pelaku tidak merasa memiliki beban atau tanggung jawab untuk memenuhi kewajibannya.

Jika dibiarkan berlarut-larut, praktik seperti ini dapat menurunkan kepercayaan publik terhadap sistem lelang daring secara keseluruhan. Para pelaku usaha kecil menengah yang mengandalkan penjualan melalui media sosial akan dirugikan karena mereka kehilangan potensi pembeli serius akibat tingkah laku segelintir pelanggar yang tidak bertanggung jawab. Pada saat yang sama, konsumen lain juga akan terdampak karena sistem lelang tidak lagi mencerminkan mekanisme persaingan sehat yang seharusnya menjamin transparansi dan akuntabilitas.

Permasalahan *bid and run* dalam praktik lelang online sebagaimana yang terjadi pada akun Instagram @budimanstore09 menunjukkan urgensi untuk dilakukan analisis hukum secara komprehensif. Analisis ini penting guna mengidentifikasi bentuk perlindungan hukum yang layak diberikan kepada pelaku usaha yang dirugikan, serta menganalisis apakah tindakan konsumen yang tidak menyelesaikan kewajiban setelah melakukan penawaran tertinggi dapat dikategorikan sebagai bentuk wanprestasi menurut ketentuan hukum yang berlaku. Berdasarkan latar belakang dan urgensi tersebut, topik ini diangkat dalam penelitian berjudul **“Praktik *Bid and Run* pada Lelang Online di Akun Instagram @budimanstore09 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.”**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa praktik lelang online, khususnya pada akun Instagram @budimanstore09, memunculkan berbagai dinamika hukum yang menarik untuk dikaji lebih dalam, baik dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah maupun hukum positif yang berlaku di Indonesia. Salah satu permasalahan utama yang mengemuka adalah tindakan *bid and run*, yakni ketika peserta lelang yang telah memberikan penawaran tertinggi justru tidak menyelesaikan kewajibannya sebagai pemenang lelang. Kejadian ini menimbulkan persoalan hukum yang kompleks, terutama terkait keabsahan akad dan perlindungan bagi pelaku usaha. Untuk memperoleh gambaran yang lebih terarah dalam penelitian ini, maka diperlukan perumusan masalah yang akan menjadi fokus utama pembahasan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik *bid and run* dalam lelang *online* pada akun Instagram @budimanstore09?
2. Bagaimana perspektif hukum ekonomi syariah terhadap tindakan *bid and run* dalam lelang online pada akun @budimanstore09 di aplikasi instagram?
3. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pelaku usaha @budimanstore09 dalam kasus *bid and run*?

## C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui praktik *bid and run* dalam lelang *online* pada akun Instagram @budimanstore09.
2. Untuk mengetahui perspektif hukum ekonomi syariah terhadap tindakan *bid and run* dalam lelang *online* pada akun @budimanstore09 di aplikasi Instagram.
3. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap pelaku usaha @budimanstore09 dalam kasus *bid and run*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Meskipun penelitian ini belum sempurna, tetapi peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi pembaca karena memang sudah semestinya sebuah riset memiliki kegunaan dan manfaat untuk pembaca, dan berharap memperoleh informasi yang lebih akurat dan relevan. Berdasarkan tujuan masalah diatas maka kegunaan penelitian ini adalah:

##### 1. Manfaat Penelitian Secara Teoritis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang keilmuan dibidang hukum ekonomi syari'ah khususnya dalam praktik lelang *online* dan dapat dijadikan sebagai bahan penelitian lebih lanjut serta lebih spesifik bagi penelitian-penelitian berikutnya.

##### 2. Manfaat Penelitian Secara Praktis

###### a. Bagi pengguna

Penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui lebih jauh mengenai praktik lelang online di media sosial.

###### b. Bagi Pemilik akun instagram lelang *online* @budimanstore09

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang bermanfaat untuk keberlangsungan bisnis lelang online kedepannya.

###### c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai perbandingan untuk penelitian selanjutnya dan dapat dikaji lebih dalam sehingga dapat memberikan temuan penelitian yang lebih bervariasi.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Sebelum lebih lanjut melakukan penelitian, terdapat sejumlah karya-karya ilmiah terdahulu yang berkaitan dengan Praktik Jasa Lelang *Online*. Oleh karena itu perlu ada nya pengkajian kembali untuk menunjang terhadap penulisan skripsi ini diantaranya:

Pertama, berdasarkan skripsi yang ditulis oleh “Mohammad Alfin Choirul Ngibad Ardiansyah” pada tahun 2023 dengan judul “*Perlindungan*

*Hukum Bagi Pelaku Usaha Akibat Bid And Run Oleh Konsumen*". Berdasarkan penelitian ini Perlindungan hukum pada kasus bid and run dan jual beli lelang secara khusus belum ada peraturan yang mengatur tentang hal tersebut. Oleh karena itu *bid and run* dan jual beli lelang mengacu pada dasar hukum jual beli pada umumnya, yaitu Peraturan Menteri Keuangan (PMK). *Bid and run* dapat dikategorikan sebagai perbuatan wanprestasi atau ingkar janji, untuk melindungi hak pelaku usaha yang tidak dipenuhi oleh konsumen atas bid and run tersebut, pelaku usaha berhak menuntut konsumen untuk membayar kerugian, pembatalan perjanjian, dan peralihan resiko.<sup>9</sup>

Kedua, Berdasarkan skripsi yang ditulis oleh "Ilham Kamili" pada tahun 2020 dengan judul "*Transaksi Jual Beli Lelang Berbasis Online Via Platform Media Sosial Instagram (Kajian Perspektif UU Informasi Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah)*". Skripsi ini menjelaskan tentang praktik jual beli lelang online di Instagram dapat diajukan sanksi dan pelanggaran berdasarkan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik karena akun lelang tersebut tidak didaftarkan di lembaga berwenang. Maka dari itu apabila terdapat tindakan penipuan, manipulasi, dan kesalahan, dapat meninjau Pasal 28 dan Pasal 35 ayat (1) UU No. 11 Tahun 2008. Kemudian pemberian sanksi terhadap pelanggaran tersebut menggunakan Pasal 45 A ayat (1) UU Nomor 19 Tahun 2016 dan Pasal 51 ayat (1) UU Nomor 11 Tahun 2008. Sedangkan berdasarkan tinjauan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, rukun dan syaratnya telah memenuhi Pasal 23 sampai Pasal 25.<sup>10</sup>

Ketiga, Berdasarkan skripsi yang ditulis oleh "Nuur Lailah" pada tahun 2022 dengan judul "*Jual Beli Lelang Online Studi Kasus @lelanggadget.id*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penerapan jual beli lelang di internet pada @lelanggadget terdapat akad keperantaraan dimana

---

<sup>9</sup> Mohammad Alfin Choirul Ngibad Ardiansyah, *Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Akibat Bid And Run Oleh Konsumen*, UIN Maulana Ibrahim Malang, 2023.

<sup>10</sup> Ilham Kamili, *Transaksi Jual Beli Lelang Berbasis Online Via Platform Media Sosial Instagram (Kajian Perspektif UU Informasi Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah)*, UIN Maulana Malik Ibrahim: 2021.

@lelanggadget sebagai perantara antara penjual *gadget* dengan pembelinya. Akad tersebut dalam hal ini sudah sesuai dengan hukum islam sebab tidak ada unsur gharar. Walaupun dalam jual beli lelangnya pihak @lelanggadget tidak memegang barang/gadget tersebut akan tetapi, @lelanggadget.id wajib menjelaskan spesifikasi gadget tersebut sesuai dengan apa yang sudah dijelaskan oleh penjual. Dalam halnya hukum islam jual beli lelang diperbolehkan karena sudah menjadi kebiasaan di zaman sahabat dahulu akan tetapi di Indonesia jual beli lelang melalui internet ini belum ada Fatwa DSN-MUI ataupun KHES khusus hanya saja dijelaskan di Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.06/2020.<sup>11</sup>

Keempat, Berdasarkan skripsi yang ditulis oleh “Anggi Sriwahyuni Nasution” pada tahun 2021 dengan judul “Pelaksanaan Lelang Barang Branded Secara Online di Instagram @pirateauction.id”. Skripsi ini menunjukkan bahwa mekanisme lelang online yang dilakukan oleh akun Instagram @pirateauction.id adalah Pelaksanaan lelang yang tidak sesuai dengan aturan lelang online yang diterapkan oleh PERMENKEU No.90/PM K.06/2016. Kemudian barang lelang tersebut harus jelas asal usul dari mana di dapatkan. Selain itu lelang dilakukan tanpa adanya kelipatan, melainkan dengan tanpa batasan dalam menawar hingga harga tertinggi tercapai. Menurut Imam Syafi’i tentang barang gadaian yang dilelangkan serta kejelasan status barang tersebut maka Pelaksanaan lelang *online* yang dilakukan oleh akun pirateauction.id di Instagram ini bertentangan dengan ketentuan yang ditetapkan oleh imam Syafi’i dan berakibat Pelaksanaan ini dilarang untuk dilakukan. Dapat dipahami bahwa bertransaksi lelang *online* di akun pirateauction.id adalah terlarang karena tidak jelas asal usul barang, keaslian, dan proses pendapatan barang serta rawan akan penipuan.<sup>12</sup>

Kelima, Berdasarkan skripsi yang ditulis oleh “Nazratal Khairini” pada tahun 2022 dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap

---

<sup>11</sup> Nuur Lailah, Jual Beli Lelang Online Studi Kasus @lelanggadget.id, UIN Syarif Hidayatullah: 2022

<sup>12</sup> Nazratal Khairini, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Keabsahan Mekanisme Lelang Online pada Media Sosial Instagram, UIN Ar-Raniry, 2022.

*Keabsahan Mekanisme Lelang Online pada Media Sosial Instagram*". Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa mekanisme yang digunakan pada akun lelang *online* ini ada dua bagian, yaitu mekanisme yang digunakan oleh pemilik akun dan mekanisme yang harus diperhatikan calon pembeli. Mekanisme ini harus diikuti oleh penjual dan pembeli. Maka dapat disimpulkan bahwa menurut keabsahan dari tinjauan Hukum Ekonomi Syariah, mekanisme yang digunakan di akun lelang *online* ini tidak sepenuhnya absah karena tidak sesuai dengan syarat jual beli dan syarat lelang, terdapat mekanisme yang dilarang dalam hukum Islam, serta adanya unsur gharar (ketidakpastian) jika dilihat dari sisi objeknya yaitu termasuk kedalam ma'dum dan majhul.<sup>13</sup>

Keenam, berdasarkan skripsi yang ditulis oleh "Fauziah Intan Rizky Bahri" pada tahun 2021 dengan judul "*Lelang Barang di Instagram Menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.06/2020 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang dan Hukum Islam*" berdasarkan hasil penelitian Penelitian ini berkesimpulan bahwa: 1. Tinjauan Terhadap lelang dapat dilaksanakan dengan catatan pihak penyedia layanan lelang yang dalam kasus ini penyedia layanan lelang juga sekaligus merupakan pemilik usaha dagang. 2. status hukum lelang yakni syarat-syarat transaksi jual dan beli tanpa adanya praktik penipuan, gharar, dan sebagainya yang dapat membatalkan proses transaksi jual beli.<sup>14</sup>

Ketujuh, berdasarkan jurnal yang ditulis oleh "Benny Mochamad Fauzi A. P., Asep Ramdan Hidayat, Nanik Epriyanti" pada tahun 2020 dengan judul "*Tinjauan Fikih Muamalah dalam Praktek Ba'I Al- Muzayyadah (Lelang) dalam E-Commerce*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jual beli model lelang (*muzayyadah*) dalam hukum Islam adalah boleh mubah. Jika jual beli model lelang tersebut rukun, syarat dan larangannya sesuai dengan syariat Islam, Jual beli lelang pada aplikasi WOWBid telah melanggar syariat Islam

---

<sup>14</sup> Fauziah Intan Rizky Bahri, *Lelang Barang di Instagram Menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.06/2020 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang dan Hukum Islam*, UIN Maulana Ibrahim Malang, 2021.

atau tidak sesuai dengan pandangan fikih muamalah karena dalam transaksi itu telah merugikan salah satu pihak yaitu calon pembeli ketika melakukan penawaran dan kalah dalam persaingan harga tersebut, sehingga coin yang terpotong tidak bisa di kembalikan lagi.<sup>15</sup>

**Tabel 1.1**  
**Studi Terdahulu**

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Mohammad Alfin Choirul Ngibad Ardiansyah	Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Akibat Bid And Run Oleh Konsumen	Membahas isu bid and run serta belum adanya regulasi khusus tentang lelang online	Tidak membahas dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah maupun akun Instagram tertentu
2	Ilham Kamili	Transaksi Jual Beli Lelang Berbasis Online Via Platform Media Sosial Instagram (Kajian Perspektif UU Informasi Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah)	Meneliti praktik lelang Instagram; mengaitkan dengan hukum Islam	Fokus pada UU ITE, bukan UU Perlindungan Konsumen; tidak meneliti akun spesifik seperti @budimanstore09
3	Nuur Lailah	Jual Beli Lelang Online Studi Kasus @lelanggadget.id	Membahas studi kasus pada akun Instagram tertentu dan meninjau hukum Islam.	Akun berbeda; fokus pada akad perantara, bukan persoalan bid and run atau UU Perlindungan Konsumen

<sup>15</sup> Benny, Asep, Nanik, Tinjauan Fikih Muamalah dalam Praktek Ba’I Al- Muzayyadah (Lelang) dalam E-Commerce, Spesia: Prosiding Hukum Ekonomi Vol 6, No 2, Syariah (Agustus, 2020).

4	Anggi Sriwahyuni Nasution	Pelaksanaan Lelang Barang Branded Secara Online di Instagram @pirateauction.id (Analisis Hukum Islam Perspektif Imam Syafi'i)	Sama-sama menyoroti kejelasan barang, keabsahan prosedur, dan ketidaksesuaian praktik dengan hukum	Berfokus pada pelanggaran terhadap Imam Syafi'i dan PMK, tidak membahas UU Perlindungan Konsumen
5	Azratal Khairini	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Keabsahan Mekanisme Lelang Online pada Media Sosial Instagram	Membahas tentang Lelang Online di Instagram.	Tidak membahas aspek hukum positif (UU No. 8/1999) dan akun spesifik
6	Fauziah Intan Rizky Bahri	Lelang Barang di Instagram Menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.06/2020 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang dan Hukum Islam	Sama-sama menilai praktik lelang di Instagram dalam konteks hukum Islam dan aturan pemerintah	Tidak menyinggung UU Perlindungan Konsumen; tidak membahas kasus @budimanstore09 atau bid and run
7	Benny Mochamad Fauzi A. P., Asep Ramdan Hidayat, Nanik Epriyanti	Tinjauan Fikih Muamalah dalam Praktek Ba'i Al-Muzayyadah (Lelang) dalam E Commerce	Sama-sama memakai pendekatan fikih muamalah dan menyoroti kerugian konsumen	Fokus pada <i>e-commerce</i> umum, bukan Instagram; tidak membahas hukum positif atau akun tertentu

## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir dalam skripsi ini ditulis dengan tujuan untuk memudahkan penulis memahami substansi dari rangkaian kata yang diformulasikan dalam bentuk judul. Selain itu, untuk menghindari

kesalahpahaman dalam memahami karya ilmiah ini, maka diperlukan suatu penjelasan khusus mengenai beberapa istilah yang terdapat pada judul yaitu:

#### 1. Jual Beli

Istilah jual beli dikenal dengan sebutan *al-bai'*, yang secara etimologis berarti menukar atau mengganti sesuatu dengan sesuatu yang lain. Wahbah al-Zuhaily mengemukakan bahwa secara linguistik, *al-bai'* berarti pertukaran barang yang mengandung nilai. Uniknya, dalam bahasa Arab, kata *al-bai'* kerap dipakai secara timbal balik dengan *al-syira'*, yang artinya membeli. Dengan demikian, istilah *al-bai'* dapat merujuk pada aktivitas menjual maupun membeli, tergantung pada perspektif pelakunya.<sup>16</sup> Adapun menurut pandangan Syarif Alwi dan Addys Aldizar, jual beli secara bahasa diartikan sebagai proses pemindahan kepemilikan suatu harta dengan cara menukarnya dengan harta lainnya yang sepadan. Penukaran ini tidak hanya mencakup benda fisik, tetapi juga segala bentuk kekayaan yang memiliki nilai tukar. Aktivitas ini menjadi salah satu bentuk interaksi ekonomi yang sah dan penting dalam kehidupan masyarakat, karena mengatur hak dan kewajiban para pihak yang terlibat secara adil dan transparan.<sup>17</sup>

Para ulama dari berbagai mazhab memiliki perbedaan dalam mendefinisikan konsep jual beli. Mazhab Malikiyah menyatakan bahwa jual beli merupakan akad pertukaran barang yang tidak ditujukan untuk memperoleh manfaat langsung maupun kesenangan. Sementara itu, menurut Mazhab Syafi'iyah, jual beli adalah akad yang bertujuan untuk memindahkan kepemilikan atas suatu barang atau manfaat yang sifatnya tetap. Di sisi lain, Mazhab Hanafiyah mendefinisikan jual beli sebagai aktivitas pertukaran barang-barang yang disukai, yakni upaya memperoleh hak milik atas suatu harta melalui pertukaran yang sesuai dengan ketentuan syariat. Adapun Mazhab Hanabilah memandang jual beli sebagai bentuk

---

<sup>16</sup> Abdul Rahman Ghazaly dkk, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kenca Prenada Media Grup, 2012), Cetakan, 2. hlm. 67.

<sup>17</sup> Imron Abu Bakar, *Fat-hul Qarib Tarjamah*, (Kudus: Menara Kudus, 1983), Jilid 1. 228.

pertukaran harta yang berlangsung secara sah menurut syara', bersifat permanen, serta tidak termasuk dalam kategori riba maupun utang-piutang.<sup>18</sup>

Dasar hukum yang membolehkan jual beli dalam agama islam. Sesuai firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarah: 188.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ  
بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui”.

Hukum jual beli menurut ulama Hanafiyah bahwa saling tukar menukar barang dengan harta lain didasari suka sama suka hukumnya sah dan boleh. Menurut Malikiyah saling tukar menukar barang hukumnya boleh tetapi tidak untuk bersenang-senang.

Dalam hukum Islam, jual beli (*al-bai'*) dianggap sah apabila memenuhi rukun dan syarat tertentu. Rukun jual beli terdiri dari empat unsur utama, yaitu pihak yang berakad (penjual dan pembeli), ijab dan qabul (pernyataan saling setuju), objek akad (barang yang diperjualbelikan), dan harga (*tsaman*). Penjual dan pembeli harus berakal, baligh, serta melakukan transaksi dengan kerelaan tanpa paksaan. Ijab dan qabul harus diucapkan secara jelas dan menunjukkan kesepakatan. Barang yang dijual harus halal, dimiliki oleh penjual, diketahui sifatnya, dan dapat diserahkan. Sedangkan harga harus jelas, disepakati bersama, dan tidak boleh mengandung unsur gharar (ketidakpastian). Jika salah satu dari rukun dan syarat tersebut tidak terpenuhi, maka akad jual beli dianggap tidak sah

<sup>18</sup> Enang Hidayat, Fiqih Jual Beli, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 11.

secara syar'i dan berpotensi menimbulkan ketidakadilan dalam transaksi tersebut.<sup>19</sup>

## 2. Lelang (*Ba'i Al-Muzayyadah*)

Lelang dikenal sebagai *bai' al-muzayyadah* dalam konteks muamalah kontemporer. Jual beli muzayadah merupakan proses penjualan barang kepada pihak yang menawarkan harga tertinggi. Lelang dilakukan secara terbuka, di mana barang dijual kepada penawar tertinggi. Syariah Islam memberikan kebebasan dan fleksibilitas dalam menjalankan usaha bagi umat Islam, dengan niat mencari rezeki halal dari Allah. Kegiatan usaha ini dilakukan melalui berbagai transaksi yang saling menguntungkan dan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat, tanpa melanggar atau merugikan hak orang lain.

Menurut jumhur ulama, sistem jual beli dengan metode lelang (*ba'i al-muzayyadah*) diperbolehkan, selama pelaksanaannya benar-benar sesuai dengan praktik yang dilakukan pada masa Rasulullah SAW dan tidak menyimpang dari ketentuan syariat Islam. Artinya, praktik lelang harus bebas dari penipuan, kecurangan, serta trik-trik yang dilarang dalam Islam. Hukum jual beli lelang menurut al-Kasani dan Ibn al-Humam, dua ulama terkemuka dari Mazhab Hanafi, menyatakan bahwa jual beli dengan metode lelang tidak dilarang, karena Rasulullah SAW sendiri pernah mempraktikkan sistem tersebut. Kegiatan usaha semacam ini dipandang sebagai ikhtiar dalam mencari rezeki yang halal, selama dilakukan dengan cara yang adil, saling menguntungkan, serta tidak merampas hak pihak lain secara tidak sah.<sup>20</sup>

Lebih lanjut, Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli menyebutkan secara eksplisit bahwa lelang (*bai' al-muzayyadah*) merupakan salah satu metode penentuan harga yang diperbolehkan dalam akad jual beli. Dalam fatwa tersebut ditegaskan bahwa: "Harga dalam akad jual beli harus sudah dinyatakan secara pasti

---

<sup>19</sup> M. Ali Hasan, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2020), hlm. 115–118.

<sup>20</sup> Al-Kasani, *Bada'i al-Sana'i fi Tartib al-Syara'i*, Juz 5, Beirut: Dar al-Fikr.

pada saat akad, baik ditentukan melalui tawar-menawar (*bai' al-musawamah*), lelang (*bai' al-muzayadah*), atau negosiasi harga turun (*bai' al-munaqashah*).<sup>21</sup> Ketentuan ini menunjukkan bahwa jual beli melalui lelang telah diakui dalam ekonomi syariah modern oleh otoritas resmi seperti DSN-MUI, selama syarat dan rukunnya terpenuhi sesuai prinsip syariah.<sup>21</sup>

Sementara itu, dalam hukum positif, pengertian lelang diatur dalam Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 377/KMK.01/2000, yang menyatakan bahwa lelang adalah “penjualan barang yang dilakukan di muka umum, termasuk melalui media elektronik, dengan cara penawaran lisan dengan harga yang semakin meningkat atau dengan harga yang semakin menurun, dan/atau penawaran harga tertulis yang dilakukan dengan cara mengumpulkan para peminat.”

Dalam konteks jual beli lelang (*bai' al-muzayyadah*), rukun dan syaratnya pada dasarnya sama dengan jual beli biasa, namun memiliki karakteristik khusus. Rukunnya terdiri atas penjual, peserta lelang, dan pemenang lelang yang memberikan penawaran tertinggi, serta barang yang dilelang dan imbalan (harga). Adapun syarat-syaratnya antara lain: penjual dan peserta harus memiliki kecakapan hukum, barang yang dilelang harus jelas, halal, dan dapat dimiliki serta diserahkan; dan harga ditentukan berdasarkan penawaran tertinggi secara transparan. Selain itu, proses lelang tidak boleh mengandung unsur penipuan (*tadlis*), rekayasa penawaran (*najasy*), maupun ketidakjelasan (*gharar*), serta harus dilakukan atas dasar kerelaan semua pihak.<sup>22</sup>

Perbedaan antara lelang dan jual beli biasa terletak pada mekanisme penawarannya. Dalam jual beli konvensional, tidak diperbolehkan menawar barang yang sudah ditawarkan oleh orang lain karena bertentangan dengan prinsip etika jual beli. Namun, dalam konteks lelang, hal tersebut

---

<sup>21</sup> DSN-MUI, *No. 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli*, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, Poin 6 Huruf c tentang Penetapan Harga.

<sup>22</sup> Muhammad, *Fikih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 217–220.

diperbolehkan selama proses lelang masih berlangsung. Imam At-Thahawi meriwayatkan pendapat dari Mujahid (seorang ulama tabi'in dan murid Ibnu Abbas, wafat 104 H), yang mengatakan bahwa tidak mengapa seseorang menawar barang yang sedang ditawarkan orang lain, selama lelang belum ditutup. Namun, jika barang sudah dimenangkan oleh penawar tertinggi dan dibawa, maka tidak boleh lagi diajukan penawaran.<sup>23</sup>

Seiring berkembangnya teknologi informasi, sistem lelang telah bergeser ke ranah digital. Lelang *online* merupakan bentuk adaptasi dari sistem *muzayadah* ke *platform daring*, di mana seluruh proses jual beli dilakukan melalui jaringan internet. Dalam pengertian umum, "*online*" merujuk pada aktivitas yang menggunakan fasilitas internet untuk berbagai keperluan, termasuk pencarian informasi, pendaftaran, komunikasi, hingga kegiatan perdagangan. Dalam konteks bisnis, sistem online menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan pasar, memudahkan konsumen dalam mengakses informasi, serta mempercepat proses transaksi antara pelaku usaha dan konsumen.<sup>24</sup>

Namun, kemudahan dalam sistem lelang online juga memunculkan sejumlah persoalan, salah satunya adalah praktik "*bid and run*". *Bid and run* adalah tindakan peserta lelang yang telah mengajukan penawaran tertinggi, namun kemudian membatalkan transaksi secara sepihak tanpa memberikan konfirmasi atau kejelasan pembayaran. Perilaku ini tidak hanya bertentangan dengan prinsip etika dalam muamalah, tetapi juga menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha, karena menghambat perputaran barang dan menurunkan kepercayaan peserta lain terhadap sistem lelang.

Praktik *bid and run* menimbulkan kerugian nyata bagi pelaku usaha karena menyebabkan barang tidak jadi terjual, proses lelang harus diulang, dan dapat menurunkan kepercayaan peserta lain terhadap kredibilitas sistem lelang tersebut. Dalam hukum Islam, tindakan semacam ini bertentangan

---

<sup>23</sup> Syarh Ma'ani al-Atsar, No. 3936

<sup>24</sup> Pengertian Online Secara Umum dan Menurut Para Ahli, last modified 2013, <https://www.temukanpengertian.com/2013/06/pengertian-online-online-adalah-online.html>

dengan prinsip *antaradhin* (saling ridha) dan menimbulkan gharar, yang dilarang karena mengandung unsur ketidakpastian dan potensi merugikan salah satu pihak.

Dari sisi hukum positif, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum terkait hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Dalam Pasal 4, konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa, serta hak untuk diperlakukan secara benar dan jujur<sup>4</sup>. Sementara itu, dalam Pasal 7, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta menjamin mutu barang dan jasa yang diperdagangkan.



**Gambar 1.2 Skema Berpikir**