

SKRIPSI

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK *GIVE AWAY* PADA
AKUN *INSTAGRAM @JINCASE.ID* DI KOTA PAREPARE**



Oleh:

MUH. ZULKIFLI

NIM: 19.2200.107

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PAREPARE

2024

SKRIPSI
TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK *GIVE AWAY* PADA
AKUN *INSTAGRAM* @JINCASE.ID DI KOTA PAREPARE



Oleh:

MUH. ZULKIFLI

NIM: 19.2200.107

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Hukum (S.H) pada program studi hukum ekonomi syariah fakultas syariah dan ilmu hukum islam institut agama islam negeri (IAIN) Parepare

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2024

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Tinjauan Hukum islam terhadap Praktik Give Away
Pada Akun Instagram @jincase.id Di Kota Parepare.
Nama Mahasiswa : Muh Zulkifli
NIM : 19.2200.107
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
Nomor 2961 Tahun 2022

Disetujui Oleh
Pembimbing Utama : Dr. Aris, S.Ag., M.HI. 
NIP : 19761231 200901 1 046
Pembimbing Pendamping : Rustam Magun Pikahulan, S.HI., M.HI. 
NIP : 19940221 201903 1 011

Mengetahui

Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
Dekan



Dr. Rahmawati M.Ag
NIP. 19760901 200604 2 001

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Tinjauan Hukum islam terhadap Praktik Give Away
Pada Akun Instagram @jincase.id Di Kota Parepare.
Nama Mahasiswa : Muh Zulkifli
NIM : 19.2200.107
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
Nomor 2961 Tahun 2022
Tanggal Kelulusan : 02 Juli 2024

Disahkan Oleh Komisi Penguji:

Dr. Aris, S.Ag., M.HI.	(Ketua)	(.....)
Rustam Magun Pikhulan,S.HI.,M.H.	(Sekretaris)	(.....)
Dr. H. Mahsyar, M.Ag	(Anggota)	(.....)
Iin Mutmainnah. M.HI.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui
Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
Dekan.



Dr. Rahmawati M.Ag
NIP. 19760901 200604 2 001

KATA PENGANTAR

الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ اللهُ بِسْمِ

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK *GIVE AWAY* PADA AKUN *INSTAGRAM @JINCASE.ID* DI KOTA PAREPARE”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana hukum pada fakultas syariah dan ilmu hukum islam (FAKSHI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan Kepada Nabi besar Baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Penulis menghanturkan terima kasih setulus-tulusnya kepada orang tua, Ayahanda Rustan dan Ibunda Marwah, yang tiada putusnya selalu mendoakan. Penulis persembahkan buat kalian sebagai rasa syukur telah mendukung, mendokakan serta merawat penulis sepenuh hati.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ayahanda Dr. Aris, S.Ag., M.HI. selaku pembimbing utama dan Ayahanda Rustam Magun Pikhulan, S.HI., M.H selaku pembimbing pendamping, yang senantiasa bersedia memberikan bantuan dan bimbingannya serta meluangkan waktunya kepada penulis, ucapkan banyak terima kasih yang tulus untuk keduanya

Selanjutnya saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hannani, M.Ag. Selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare dan menyediakan fasilitas sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sebagaimana yang di harapkan.

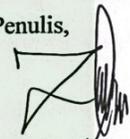
2. Dr. Rahmawati M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam beserta Sekertaris, Ketua Prodi dan staff atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi seluruh mahasiswa Fakultas Syariah dan Ilmu hukum Islam.
3. Rustam Magun Pikhulan,S.HI.,M.H. selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah atas masukan dan bimbingannya selama penulis di bangku perkuliahan hingga saat ini, dan telah menciptakan suasana pendidikan yang baik bagi seluruh mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang telah memberikan pengabdian terbaik dalam mendidik penulis selama proses pendidikan.
5. Staff administrasi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam serta staff akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
6. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta staff yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada peneliti selama menjalanis studi di Kampus IAIN Parepare.
7. Rika Jayadi selaku pemilik akun @jincase.id telah memberikan pelayanan yang baik kepada peneliti untuk melengkapi data-data penelitian yang di butuhkan.
8. Untuk teman-teman saya yang mungkin tidak saya sebutkan satu persatu terima kasih telah memberikan semangat dan support serta teman seperjuangan dari awal perkuliahan hingga akhir dan berjuang bersama-sama dalam studi di IAIN Parepare dan angkatan 2019 studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam.

Penulis tidak lupa mengucapkan banyak terimah kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi memberikan bantuan baik moril maupun materil hingga tulisan ini dapat di selesaikan, semoga Allah Swt berkenan menilai segala kebaikan dan kebijakan mereka sebagai amal jariah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Sebagai manusia biasa tentunya tidak luput dari kesalahan termasuk dalam penyelesaian skripsi ini yang masih memiliki banyak kekurangan, Olehnya itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan laporan selanjutnya.

Parepare, 29 Mei 2024

Penulis,



Muh Zulkifli

Nim: 19.2200.107



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Muh. Zulkifli

Nim : 19.2200.107

Tempat/Tanggal Lahir : Majakka, 26 Oktober 2001

Fakultas : Syariah Dan Ilmu Hukum Islam

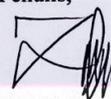
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Tinjauan Hukum islam terhadap Praktik Give Away
Pada Akun Instagram @jincase.id Di Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karena batal demi hukum.

Parepare, 29 Mei 2024

Penulis,



Muh Zulkifli

Nim: 19.2200.107

ABSTRAK

Muh.Zulkifli, “*Tinjauan Hukum islam terhadap Praktik Give Away Pada Akun Instagram @jincase.id Di Kota Parepare* “dibimbing oleh” Bapak Aris Selaku pembimbing I dan Bapak Rustam Selaku Pembimbing II).

Penelitian ini mengkaji tentang Tinjauan Hukum islam terhadap Praktik Give Away Pada Akun Instagram @jincase.id Di Kota Parepare. Dengan dua rumusan masalah yaitu 1) Bagaimana praktik *giveaway via instagram jincase.id* di Kota Parepare, 2) tinjauan hukum Islam terhadap undian berhadiah *giveaway via instagram jincase.id* di Kota Parepare.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi, serta metode pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah editing dan verifikasi.

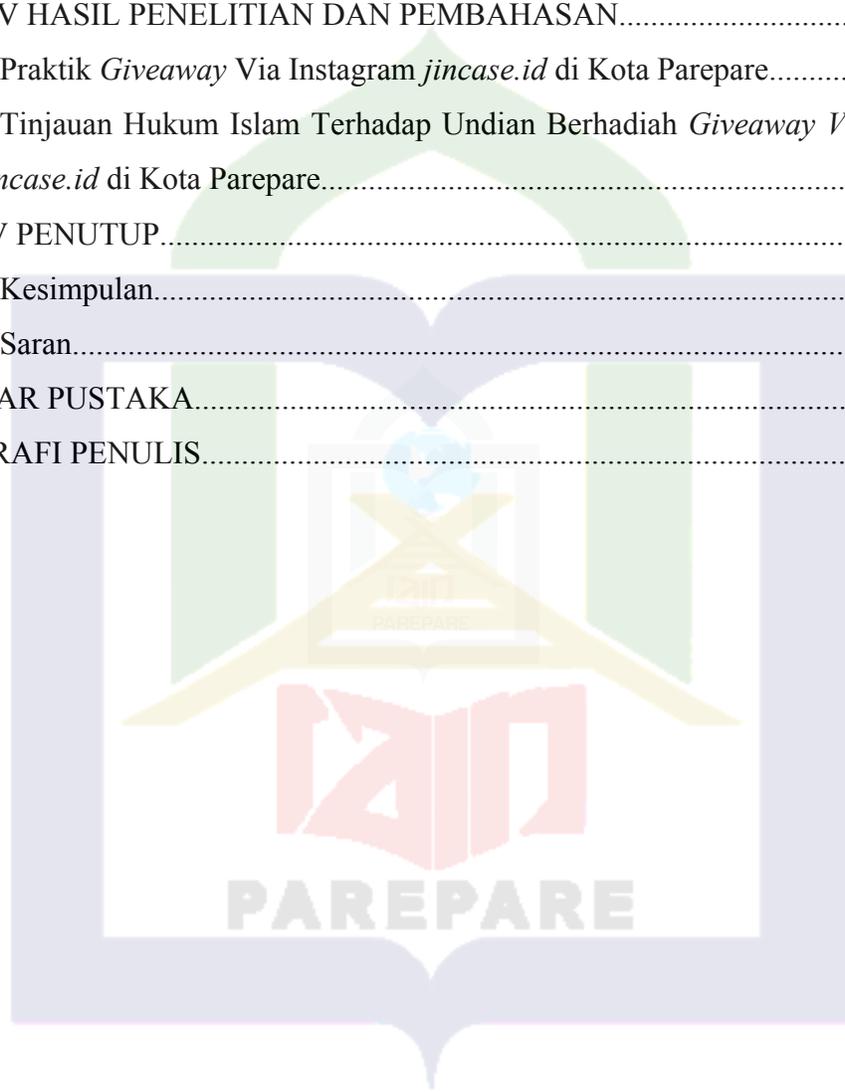
Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) dalam pelaksanaan *giveaway via instagram* terdapat syarat mengikuti *giveaway*, tujuan, cara menentukan pemenang, hadiah bagi pemenang, dan pemberi hadiah. 2) di dalam hukum Islam pelaksanaan *giveaway via instagram* dibolehkan dalam hukum Islam, tetapi ada juga peserta pengikut *giveaway* tujuannya untuk mendapatkan hadiah tetapi dengan cara harus membeli barang, terpaksa membeli karena ingin mengikutinya. Maka tujuan seperti ini tergolong ke dalam *maisir/qimar* yang diharamkan dalam syariat Islam karena sengaja mengeluarkan biaya untuk ikut *giveaway*.

Kata Kunci : Give Away, Tinjauan Hukum Islam.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teori.....	11
1. Teori Akad.....	11
2. Teori <i>Maisir</i>	18
C. Kerangka Konseptual.....	21
D. Kerangka Pikir.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	24
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	24
C. Fokus Penelitian.....	24

D. Jenis dan Sumber Data.....	25
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	26
F. Uji Keabsahan Data.....	27
G. Teknik Analisa Data.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Praktik <i>Giveaway</i> Via Instagram <i>jincase.id</i> di Kota Parepare.....	30
B. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Undian Berhadiah <i>Giveaway Via Instagram @Jincase.id</i> di Kota Parepare.....	44
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
BIOGRAFI PENULIS.....	70



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1	Kerangka Pikir	28
2	Dokumentasi	Lampiran



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Permohonan Izin Penelitian Fakultas	VII
2	Rekomendasi Penelitian DPMPTSP	VIII
3	Instrumen Penelitian	IX
4	Surat Keterangan Wawancara	XI
5	Dokumentasi	XV
6	Surat Telah Melaksanakan Penelitian	XIX
7	Biografi Penulis	XX



PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet

س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ş	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	d	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ţ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qof	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’)

b. Vokal

1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيْ	fathah dan ya	Ai	a dan i
اَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آي/ا	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
إي	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
أو	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

d. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1). *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- 2). *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ˀ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعَمُّ : *Nu'ima*

عَدُوٌّ : *'Aduwwun*

Jika huruf *ى* bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah (i)*.

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : “Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ل (alif lam ma’rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

Contoh:

الشَّمْسُ	:	<i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	:	<i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الفَلْسَفَةُ	:	<i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	:	<i>al-bilādu</i>

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	:	<i>ta’murūna</i>
النَّوْءُ	:	<i>al-nau’</i>
شَيْءٌ	:	<i>syai’un</i>

أمرتُ : *umirtu*

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

i. Lafẓ al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

اللهِ دِينُ *Dīnillah* اللهُ بِا *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

رَحْمَةَ اللهِ فِي هُمْ *Hum fī rahmmatillāh*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata

sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naşr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi *Abū Zaid*, *Naşr Hamīd* (bukan: *Zaid*, *Naşr Hamīd Abū*)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subhānāhu wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>şallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun

w.	=	Wafat Tahun
QS./...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	مكان بدون
صلى الله عليه وسلم	=	صلعم
طبعة	=	ط
ناشر بدون	=	دن
آخره إلى/آخرها إلى	=	الخ
جزء	=	ج

beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa indonesia kata “edotor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : “dan lain-lain” atau “ dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk.(“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman dan teknologi yang modern, kini mampu mengubah kultur masyarakat dalam bertindak dikesehariannya. Tidak bisa dipungkiri manusia dituntut untuk mengikuti perkembangan ini dalam kehidupan sehari-hari, seperti penggunaan internet. Karena hanya dengan mengakses internet di *smartphone*, manusia sudah bisa melakukan banyak hal tanpa harus menguras tenaga, dan waktu lebih efisien. Dimana fasilitas di *smartphone* yang semakin memadai untuk jual beli, sosial media, pendidikan, transportasi dan masih banyak lagi.

Kecanggihan seperti media sosial dapat dimanfaatkan dengan manusia itu sendiri tergantung dengan manusia itu memanfaatkannya dalam hal positif maupun negatif. Perkembangan media sosial ini sangatlah nyata kita rasakan, ada juga menurut Thoyibie media sosial mulai berkembang dan digunakan sebagai alat untuk mempromosikan produk, brand suatu usaha dengan cara seperti itu dapat dengan mudah membuat produk suatu usaha menjadi dikenal banyak orang.¹

Jadi dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat menjadi wadah promosi agar barang atau produk cepat dikenal masyarakat luas. Seperti halnya dengan *handphone* yang kita gunakan untuk telepon dan sms lalu berkembang dengan

¹ Luthfi Nuraini Sandra Putri, Isnurrini Hidayat Susilowati, "Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Toko Zizara Depok" Jurnal Cakrawala, Vol 17, No 2, 2017, H. 229

handphone baru yang dapat digunakan untuk kecanggihan yang lebih maju dengan adanya *facebook, whatsapp, twitter, instagram* dan lainnya. Dengan kecanggihan inilah yang telah mengubah pola-pola berinteraksi individu dalam berkomunikasi.

Media sosial adalah media online untuk memudahkan manusia berpartisipasi berbagi dan berkreasi sendiri. Media sosial ini sangatlah penting di kalangan masyarakat khususnya bagi dunia bisnis maupun pedagang yang dibutuhkan mengembangkan usahanya dengan mempromosikannya secara online. Promosi usaha secara online dapat kita contohkan media sosial seperti *instagram*. *Instagram* pada awalnya memiliki kegunaan visual hanya digunakan untuk mengunggah foto dan video yang banyak digunakan di kalangan remaja yang hanya untuk mendapat pengakuan dan perhatian dari orang lain.² Bahwa semua media sosial sekarang banyak digunakan oleh para pengusaha, pedagang dan masyarakat lain agar mudah dalam mengenalkan usahanya melalui *online*.

Sekarang *instagram* banyak digunakan dalam hal jual-beli dengan cara membuat akun-akun *olshop*, dengan *instagram* inilah memudahkan penjual mempromosikan dagangannya dengan cara promosi bagi penjual. Dalam meningkatkan penjualan *online shop* bukan hanya dengan menawarkan produk saja tetapi harus bisa berfikir yang kreatif dan inovatif sehingga produknya bisa menarik konsumen dengan caranya sendiri, salah satunya mengadakan *giveaway*.

² Desti Putri Lestari, "Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online di Surabaya Melalui *Instagram*", Jurnal *Coomoline* Departemen Komunikasi, Vol. 4, No. 2, 2015, h. 412.

Giveaway dapat dikatakan hadiah yang diundi oleh akun yang mengadakannya. *Giveaway* yang diadakan oleh akun *olshop* di instagram yang memberi hadiah kepada *followers-nya*. Tetapi kenyataannya *giveaway* ini adalah salah satu trik akun *online shop* untuk menambah *followers-nya* atau pengikutnya. Akun *olshop* yang mengadakan *giveaway* yang memberikan hadiah tertentu yang dijanjikannya itu hanyalah untuk menarik orang dengan cara mem-follow instagram-nya dan mendapatkan hadiah yang telah dijanjikannya tersebut dengan syarat biasanya akun yang ditag-nya.

Dalam praktek *giveaway* merupakan hadiah yang diberikan secara gratis kepada follower yang mengikuti, yang tujuannya adalah untuk menambah follower dan sekaligus menambah minat konsumen kepada online @Jincase.id terhadap Produk yang dijual. Hal ini dilakukan dengan beberapa syarat yang ada didalam story Instagram, pada prakteknya semua pengguna Instagram bisa mengikuti *giveaway* ini asalkan telah memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan. Adapun syarat-syaratnya antara lain wajib mengikuti akun Instagram @Jincase.id, spam like setiap postingan, tag teman-teman, posting ke instastory masing-masing, dan komen dengan menyertakan nama. Biasanya semakin sering syarat diatas dilakukan maka akan semakin berkesempatan untuk menang, akan dicari 3-4 orang untuk dicari sebagai pemenang *giveaway*. Berdasarkan hal tersebut maka *giveaway* ini lebih tepatnya masuk kepada hadiah dalam fiqih maupun Kompilasi hukum ekonomi syariah (KHES) karena dalam pelaksanaan *giveaway* admin memberikan penghormatan kepada pemenang atas syarat-syarat yang telah dipenuhinya.

Hal ini juga perlu dijelaskan lebih lanjut tentang batasan dan penjelasan bagaimana ketentuan yang sesuai dengan prinsip islam dalam bermuamalah sehingga nantinya tidak menyalahiprinsip-prinsip syariah dan terhindar dari riba, Gharar dan Maisir. Maka peneliti melihat bahwa perlu pendeskripsian yang mendalam terhadap konsep pemberian hadiah tersebut. Hal ini bertujuan agar memunculkan gambaran konsep yang jelas pada masyarakat tentang bagaimana konsep hadiah dalam giveaway.

Kemudian setelah semuanya dilakukan orang yang mengikuti mengadakan *giveaway* itu, maka diharuskan mem-follow akun yang mengadakan *giveaway* tersebut dengan cara wajib membuat story di instagram dan mempromosikan salah satu produknya. Akan tetapi diundi kembali sesuai berapa orang yang ditetapkan menjadi sebagai pemenangnya oleh akun yang mengadakan *giveaway* tersebut. Peserta pun akan terbagi menjadi peserta yang menang dan peserta tidak menang atau kalah. Pemenang akan mendapatkan hadiah yang telah dijanjikan, namun hanya beberapa orang saja yang mendapatkan hadiah. Peserta yang kalah atau belum beruntung tidak mendapatkan hadiah, tetapi ada sebagian orang yang tidak menang merasa dirugikan mengikuti *giveaway* undian berhadiah yang diadakan oleh beberapa akun di *instagram*, karena dia merasa telah menghabiskan waktu mengikuti *giveaway* tersebut.

Adapun macam-macam undian berhadiah menurut hukum Islam salah satunya ada undian dengan syarat membeli barang. Semua pengikut undian syaratnya harus

membeli barang terlebih dahulu. Tidak bisa di ikuti oleh orang yang tidak membeli barang semua ini telah ditentukan oleh penyelenggara undian tersebut.

Undian berhadiah tersebut tidak mempengaruhi harga produk. Perusahaan mengadakan undian hanya untuk menjual produknya, adapun juga hukumnya apabila membeli barang dengan maksud untuk ikut undian maka tergolong ke dalam maisir/qimar yang diharamkan dalam syariat karena pembelian barang tersebut adalah sengaja mengeluarkan biaya untuk bisa ikut dalam undian. Dalam mengikuti undian mungkin rugi dan mungkin untung, maka inilah yang disebut *maisir/qimar*.

Ada pendapat ulama yaitu *Asy-Syirbashi* berpendapat bahwa Lottere (undian) adalah salah satu bentuk praktik perjudian yang dilarang dalam agama Islam dan keuntungan yang diperoleh darinya juga haram. Penekanan diharamkannya adalah terletak pada adanya unsur memakan harta orang lain secara bathil.

Di samping itu perbuatan judi mendorong orang untuk menggantungkan harapannya kepada harapan-harapan yang dusta. Betapa banyak manusia yang rusak kehidupannya dan menyimpang perilakunya karena tertipu oleh undian. Karena Lotere dipandang sebagai judi, sedangkan undian tidak. Karena mengenai undian yang berlaku saat ini untuk mempromosikan barang-barang dagangan.

Dengan pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa banyaknya toko yang memanfaatkan *giveaway* sebagai cara untuk mempromosikan tokonya. Didalam instagram, banyaknya *followers* maka banyak juga yang melihat postingan yang di jual dari toko tersebut. Karena kecanggihan zaman yang banyak memanfaatkan *instagram*. Seperti jualan online, maka itu juga membuat beberapa toko di Kota

Parepare berniat mengadakan *giveaway* agar tokohnya banyak dikunjungi akun instagram lain dan fungsinya juga untuk mempromosikan produk yang dijual dan serta memperkenalkan tokonya.

Dengan *giveaway* yang di adakan toko olshop ini tidak sedikit orang yang ingin mengikuti *giveaway* tersebut. Karena diiming-imingi dengan hadiah, maka banyak juga orang yang mengikutinya dengan tujuan yang salah, ada yang memang mengikutinya karena kebetulan dan ada juga yang memang diniatkan sampai rela mengeluarkan biaya untuk mengikuti *giveaway*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada peneliti ini ialah:

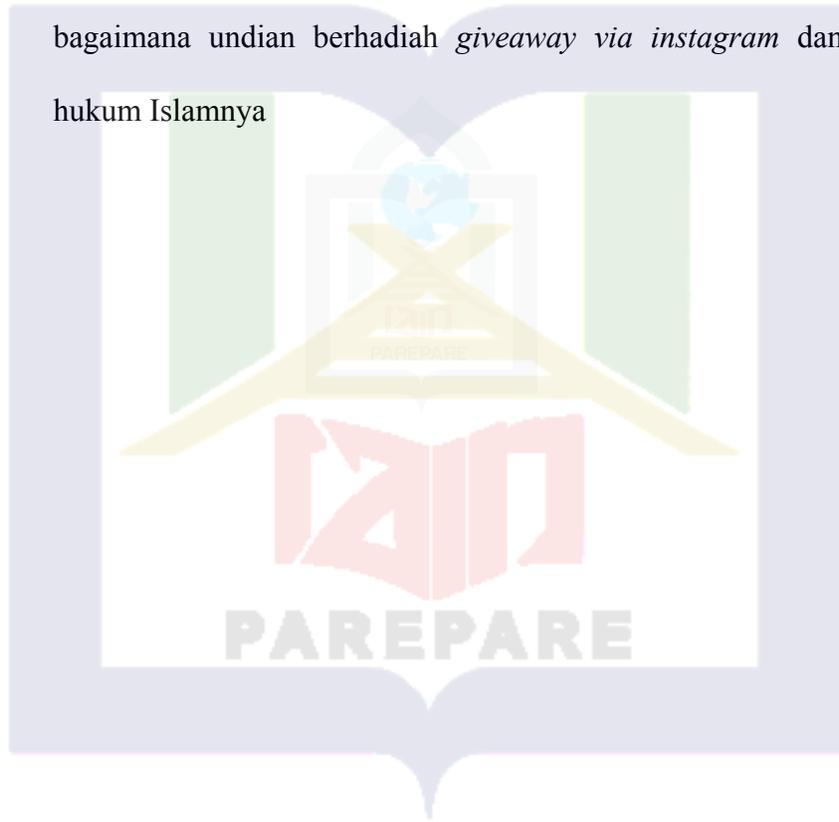
1. Bagaimana praktik *giveaway via instagram jincase.id* di Kota Parepare?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap undian berhadiah *giveaway via instagram jincase.id* di Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui praktik *giveaway via instagram jincase.id* di Kota Parepare
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap undian berhadiah *giveaway via instagram jincase.id* di Kota Parepare

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui mengenai apa itu giveaway dan bagaimana undian berhadiah *giveaway via instagram* di Kota Parepare.
2. Secara praktis, kegunaan apa yang dapat dicapai dari penelitian dan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, hasil dari penelitian ini dapat menjadi pengetahuan juga bagi masyarakat agar mengetahui mengenai bagaimana undian berhadiah *giveaway via instagram* dan mengetahui hukum Islamnya



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini untuk menghindari munculnya asumsi duplikasi hasil penelitian, maka peneliti memberikan beberapa karya yang telah ada memiliki kemiripan dengan objek penelitian yang akan peneliti lakukan. Beberapa peneliti yang telah meneliti tentang undian hadiah *giveaway*. Di antaranya:

Skripsi yang ditulis oleh Dita Mardianti, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya judul skripsinya ”Analisis Hukum Islam Terhadap Pemberian *Giveaway* Bersyarat Dalam Akun Instagram @Sakinaholshopsby”. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan Permasalahan dari penelitian terdahulu ini adalah ada kegagalan dalam pelaksanaan *giveaway* bagi pemenang, karena dia harus mengeluarkan uang terlebih dahulu senilai separuh dari harga produk agar bisa mengambil hadiah undian tanpa diberitahu sebelumnya. Peserta mendapatkan hadiah merasa kecewa, karena mendapatkan hadiah gratis menjadi sia-sia.³

Perbedaan penelitian Dita Mardianti dengan penelitian penulis adalah bahwa Dita Mardianti membahas tentang bagaimana praktek pemberian hadiah bersyarat

³ Dita Mardianti , Analisis Hukum Islam Terhadap Pemberian Giveaway Bersyarat Dalam Akun Instagram @Sakinaholshopsby, Skripsi, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019

dalam akun instagram tersebut, sedangkan peneliti ini membahas mengenai bagaimana pelaksanaan undian berhadiah *giveaway* yang diadakan oleh beberapa akun instagram di Kota Parepare.

Selanjutnya skripsi yang ditulis oleh Ika Wahyuni, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta judul skripsinya “Strategi Viral Marketing Melalui Instagram dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Selfie Contest Avoskin Beauty)”.

Dalam skripsi ini adapun masalah yang dibahas oleh peneliti yaitu bagaimana strategi viral marketing menggunakan *selfie* contest di instagram dalam meningkatkan penjualan avoskin beauty. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil dari penelitian Ika Wahyuni bahwa pemanfaatan strategi viral marketing mampu meningkatkan penjualan. Hal tersebut dibuktikan dengan penjualan di bulan Oktober 2015 mencapai kurang lebih 303 penjualan. Macam-macam dari viral marketing meliputi *selfie contest*, *giveaway*, potongan harga dan beli produk avoskin beauty berhadiah gadget. Tujuan lain pemanfaatan viral marketing selain meningkatkan penjualan untuk meningkatkan branding, mengajak para followers untuk aktif dan melakukan komunikasi yang interaktif di media sosial avoskin beauty khususnya pada akun instagram.⁴

Perbedaan skripsi penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Ika Wahyuni adalah lebih fokus dengan strategi marketing produk avoskin beauty dengan cara

⁴ Ika Wahyuni, Strategi Viral Marketing Melalui Instagram dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Selfie Contest Avoskin Beauty), Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

giveaway yang menarik konsumennya, sedangkan penulis meninjau hukum dari giveaway tersebut. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang giveaway.

Selanjutnya skripsi yang ditulis oleh Siska Amalia Al Husna, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo judul skripsinya “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Undian Berhadiah Dengan Modus Pembukaan Toko Baru Oleh Pelaku Usaha Elektronik Pada Pusat Perbelanjaan Ponogoro City Center”. Metode yang digunakan adalah kualitatif. Permasalahan dari penelitian ini pengunjung tidak membeli barang untuk mendapatkan kupon. Namun, pengunjung akan diberi selebaran undian untuk mencocokkan nomor undian. Namun ada kejanggalan diantaranya terdapat syarat yang berlaku tidak boleh ada pembatalan apabila sudah melewati pemilihan kupon, jadi peneliti ingin berusaha untuk menganalisa undian berhadiah lewat hukum Islam yaitu mengenai akad yang terjadi didalam undian berhadiah, dan bagaimana pemberian hadiah kepada pemenang undian berhadiah dan prosesnya bagaimana, ketentuan- ketentuannya apa yang harus di penuhi serta berapa waktu yang dibutuhkan hingga barang sampai ketangan pemenang.⁵

Perbedaan skripsi penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Siska Amalia Al Husna tempat penelitiannya dilakukan disebuah toko pusat perbelanjaan Ponogoro City dan juga harus mengikuti syarat-syarat yang telah ditentukan minimal belanja 100.000 untuk mendapatkan kupon, sedangkan peneliti mengambil tempat penelitiannya di beberapa olshop akun instagram di Kota Parepare, dan juga untuk

⁵ Siska Amalia Al Husna, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Undian Berhadiah Dengan Modus Pembukaan Toko Baru Oleh Pelaku Usaha Elektronik Pada Pusat Perbelanjaan Ponogoro City Center, Skripsi, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2017

mengikuti giveaway tidak diwajibkan untuk membeli produk yang mengadakan *giveaway* tersebut. Persamaan dari penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang undian berhadiah.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Akad

a. Pengertian Akad

Akad merupakan keterkaitan atau pertemuan ijab qabul yang berakibat timbulnya akibat hukum. Ijab adalah penawaran yang diajukan oleh satu pihak, dan qabul adalah jawaban persetujuan yang diberikan mitra akad sebagai tanggapan terhadap penawaran pihak pertama. Akad tidak terjadi apabila pernyataan kehendak masing-masing pihak tidak terkait satu sama lain karena akad adalah keterkaitan kehendak kedua pihak yang tercermin dalam ijab dan qabul.⁶

Akad mengikat (*al-'aqd al-lazim*) adalah akad di mana apabila seluruh rukun dan syaratnya telah terpenuhi, maka akad itu mengikat secara penuh, dan masing-masing pihak tidak dapat membatalkannya. Tanpa persetujuan pihak lain. Akad jenis ini dibedakan menjadi dua macam lagi, yaitu: *pertama*, akad mengikat kedua belah pihak seperti akad jual beli, sewa-menyewa, perdamaian dan seterusnya. Dalam akad jual beli masing-masing pihak tidak dapat membatalkan perjanjian jual beli tanpa persetujuan pihak lain. *Kedua*, akad mengikat satu pihak, yaitu akad di mana salah satu pihak tidak dapat membatalkan perjanjian tanpa persetujuan pihak lain, akan

⁶ Syamsul Anwar, "*Hukum Perjanjian Syariah*", (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2007), h. 68.

tetapi pihak lain dapat membatalkannya tanpa persetujuan pihak pertama, seperti akad *kafalah* (penanggungan) dan gadai (*ar-rahn*). Kedua akad ini mengikat terhadap penanggung dan penggadai di mana keduanya tidak dapat membatalkannya tanpa persetujuan pihak untuk siapa penanggungan gadai diberikan. Sebaliknya pihak terakhir ini penanggungan dan gadai tidak mengikat dalam arti ia dapat membatalkannya secara sepihak. Adapun akad tidak mengikat adalah akad pada masing-masing pihak dapat membatalkan perjanjian tanpa persetujuan pihak lain. Akad tidak mengikat penuh ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu (1) akad yang memang sifat aslinya tidak mengikat (terbuka untuk difasakh), seperti akad *wakalah* (pemberian kuasa), *syirkah* (persekutuan), akad hibah, akad *wadi'ah* (penitipan), dan akad *'ariah* (pinjam pakai); dan (2) Akad yang tidak mengikat karena di dalamnya terdapat khiyar bagi para pihak.

Sementara itu, pengertian akad menurut Ahmad Azhar Basyir adalah suatu perikatan antara ijab dan kabul dengan cara yang dibenarkan syara" yang menetapkan akibat-akibat hukum. Ijab adalah pernyataan pihak pertama mengenai isi perikatan yang diinginkan, dan kabul adalah pernyataan pihak kedua untuk menerimanya. Masing-masing pihak haruslah saling menghormati terhadap apa yang telah mereka perjanjikan dalam suatu akad.

b. Berakhirnya Akad

Menurut Ahmad Azar Basjir, M.A dalam bukunya menyatakan bahwa suatu akad dapat disebut telah berakhir apabila telah tercapai tujuannya. Dalam jual beli akad dipandang telah selesai apabila barang telah berpindah milik kepada pembeli dan harganya telah menjadi milik penjual. Dalam akad gadai dan pertanggungan (*kafalah*), akad dipandang telah berakhir apabila utang telah dibayar. Kecuali telah tercapai tujuannya, akad dipandang berakhir juga apabila terjadi fasakh atau telah berakhir waktunya. Fasakh terjadi dengan sebab-sebab sebagai berikut:⁷

- a) Difasakh karena adanya hal-hal yang tidak dibenarkan syara', seperti yang disebutkan dalam akad rusak; misalnya jual-beli barang yang tidak memenuhi syarat kejelasan.
- b) Dengan sebab adanya khiyar, baik khiyar rukyat, cacat, syarat atau majlis.
- c) Salah satu pihak dengan persetujuan pihak lain membatalkan, karena merasa menyesal atas akad yang baru saja dilakukan. Fasakh dengan cara ini disebut "iqalah". Dalam hubungan ini hadits Nabi Riwayat Abu Daud mengajarkan bahwa barang siapa mengabulkan permintaan pembatalan orang yang menyesal atas akad jual-beli yang dilakukan, maka Allah akan menghilangkan kesukarannya pada hari Qiyamat kelak.
- d) Karena kewajiban yang ditimbulkan oleh adanya akad tidak dipenuhi oleh pihak-pihak bersangkutan. Misalnya dalam khiyar pembayaran (*khiyar naqd*) penjual mengatakan ia menjual barangnya kepada pembeli, dengan ketentuan

⁷Ahmad Azhar Basyir, "Asas-asas Hukum Muamalat", (Hukum Perdata Islam) (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2014), h. 84

apabila dalam tempo seminggu harganya tidak dibayar, maka akad jual-beli menjadi batal; apabila pembeli dalam waktu yang ditentukan itu membayar, akad berlangsung, tetapi apabila tidak membayar, akad menjadi rusak (batal).

- e) Karena habis waktunya, seperti dalam akad sewa-menyewa berjangka waktu tertentu dan tidak dapat diperpanjang.

c. Asas-Asas Akad

Menurut Fathurrahman Djamil, setidaknya-tidaknya ada lima macam asas yang harus ada dalam suatu akad.⁸

Kebebasan (*al-Hurriyyah*), yaitu pihak-pihak yang melakukan akad mempunyai kebebasan untuk melakukan suatu perjanjian selama tidak bertentangan dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh hukum Islam.

1) Persamaan dan kesetaraan (*al-Musawah*), yaitu kedua belah pihak yang melakukan akad mempunyai kedudukan yang sama atau setara antara satu dengan yang lain. Asas ini penting untuk dilaksanakan karena sangat erat hubungannya dengan penentuan hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh kedua belah pihak dalam akad yang dibuatnya.

2) Keadilan (*al-Adalah*), pelaksanaan asas ini dalam akad dituntut untuk berlaku benar dalam mengungkapkan kehendak dan keadaan, memenuhi perjanjian yang telah disepakati bersama dan memenuhi segala hak dan kewajiban, tidak saling

⁸ Manan, Abdul, “*Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*”. Ed I. Cet 1, (Jakarta, Kencana Pranada Media Group 2012), h. 34

menzalimi dan dilakukannya secara berimbang tanpa merugikan pihak lain yang terlibat dalam akad tersebut.

3) Kerelaan (*al-Ridha*), yaitu semua akad yang dilakukan oleh para pihak harus didasarkan kepada kerelaan semua pihak yang membuatnya.

4) Tertulis (*al-Kitabah*), asas lain dalam melakukan akad adalah keharusan untuk melakukannya secara tertulis supaya tidak terjadi permasalahan di kemudian hari.

d. Bentuk-Bentuk Akad

1) Akad *Shahih*

Akad *shahih* adalah akad yang telah memenuhi rukun dan syarat-syaratnya. Hukum dari akad *shahih* ini adalah berlakunya seluruh akibat hukum yang ditimbulkan akad itu dan mengikat bagi pihak-pihak yang berakad. Akad *shahih* ini dibagi oleh Hanafiyah dan Malikiyyah menjadi dua macam yakni :⁹

- a) Akad *Nafiz* Yaitu akad yang dilangsungkan dengan memenuhi rukun dan syaratnya dan tidak ada penghalang untuk melaksanakannya.
- b) Akad *Mawquf* Akad yang dilakukan oleh seseorang yang cakap bertindak hukum, tetapi ia tidak memiliki kekuasaan untuk melangsungkan dan melaksanakan hukum-hukum, seperti akad dilakukan oleh anak yang telah *mumayyiz*. Dalam kasus akad ini, akad ini baru sah dan sempurna apabila diizinkan oleh walinya

⁹ Arianti, Farida, , “*Fikih Muamalah II*”, (Batusangkar, STAIN Batusangkar Press, 2014), h.

2) Akad Tidak *Shahih*

Akad yang terdapat kekurangan pada rukun dan syarat-syaratnya sehingga seluruh akibat hukum akad itu tidak berlaku dan tidak mengikat pihak-pihak yang berakad. Ini terbagi dua yakni akad bathil dan akad fasid. Akad bathil adalah apabila akad itu tidak memenuhi salah satu rukunnya atau ada larangan langsung dari *syara*”, misalnya objek jual beli tidak jelas. Akad fasid adalah suatu akad yang pada dasarnya di-*syari*”atkan, tetapi sifat akad tidak jelas, seperti jual beli rumah yang tidak ditunjukkan jenis, tipe, dan bentuk rumah yang akan dijual. Jumhur ulama memandang akad yang bathil dan akad yang fasid mengandung esensi yang sama, yaitu tidak sah dan tidak mengakibatkan hukum bagi pelaku akad tersebut.¹⁰

Bentuk-bentuk akad berdasarkan tujuan dan alasan dilaksanakannya suatu akad :

- a) Akad kepemilikan (*uqud at-tamlikat*), contohnya adalah jual beli, sewa-menyewa dan valash (*sharf*).
- b) Akad melepaskan hak (*uqud al-isqathat*), contohnya adalah melepaskan hak tanggungan atas utang (*al-ibra*) dan menarik diri dari hak syuf’ah.
- c) Akad pemberian izin (*uqud al-ithlaqat*), contohnya adalah wakalah (memberikan kuasa) dan melantik pegawai (*at-tauliyah*).

¹⁰ Arianti, Farida, “*Fikih Muamalah II*”, (Batusangkar, STAIN Batusangkar Press, 2014), h.

- d) Akad pembatasan (*uqud al-taqyidat*), contohnya adalah larangan yang diberikan oleh hakim terhadap orang muflis (pailit) untuk bertindak atas harta yang dipailitkan.
- e) Akad kepercayaan (*uqud al-tausiqat*), ialah akad yang dimaksudkan untuk menjamin utang atau memberikan penjaminan terhadap piutang, contohnya adalah akad *rahn*, *kafalah*, dan *hawalah*.
- f) Akad kerjasama (*uqud al-isytiraq*), contohnya adalah akad *musyarakah*, *muzara'ah*, *musaqah*.
- g) Akad penjagaan atau simpanan (*uqud al-hifdh*), ialah akad yang dimaksudkan untuk menjaga keselamatan atas barang yang dititipkan, misalnya akad *wadi'ah* dan *wakalah*.¹¹

e. Tujuan Akad

Tujuan akad adalah mewujudkan akibat hukum yang pokok dari akad. Misalnya tujuan akad jual beli adalah memindahkan hak milik atas barang dengan imbalan. Meskipun dikatakan bahwa tujuan akad adalah akibat hukum pokok akad (yang hendak diwujudkan oleh para pihak), namun tujuan akad berbeda dengan akibat hukum pokok akad. Perbedaannya terletak pada sudut dari mana melihatnya. Tujuan akad adalah maksud pokok yang hendak diwujudkan oleh para pihak, seperti memindahkan pemilikan atas suatu benda dengan imbalan dalam akad jual beli. Apabila maksud tersebut dapat direalisasikan sehingga tercipta perpindahan milik atas barang dalam akad jual beli, maka terjadinya perpindahan milik ini adalah akibat

¹¹ Mardani. *"Fiqh Ekonomi Syariah"*. (Jakarta: Kencana, , 2016), h.61

hukum pokok. Jadi maksud memindahkan milik dalam akad jual beli adalah tujuan akad, dan terealisasinya perpindahan milik bila akad yang dilaksanakan merupakan akibat hukum pokok akad. Dengan kata lain, tujuan akad adalah maksud para pihak ketika membuat akad, sedangkan akibat hukum pokok adalah hasil yang dicapai bila akad direalisasikan.

2. Teori *Maisir*

Mendapat keuntungan tanpa bekerja, dan juga dalam bahasa arab maisir sering disebut qimar, jadi qimar dan maisir artinya sama yaitu taruhan atau perlombaan yang bisa juga disebut berjudi. Istilah lain yang digunakan dalam al-Quran adalah kata azlam yang berarti praktek perjudian.¹²

Menurut terminologi Islam, judi berarti transaksi yang dilakukan oleh dua pihak untuk memiliki suatu benda atau jasa yang hanya menguntungkan salah satu pihak dan merugikan pihak lainnya dengan cara menghubungkan transaksi tersebut dengan kejadian atau perbuatan tertentu. Dalam Islam maisir adalah segala sesuatu yang mengandung unsur judi, taruhan, atau permainan berisiko.¹³

Quraish Shihab dalam tafsir Al-Misbah seperti yang dikutip oleh Wahyu Abdul Jafar dalam jurnalnya mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan judi (maisir) itu adalah segala macam bentuk aktifitas yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih untuk memenangkan suatu pilihan dengan menggunakan uang atau materi sebagai taruhan.

¹² Rachmat Syafi'i, Fiqih Muamalah, (Bandung : Pustaka Setia, 2012), h. 7

¹³ Rachmat Syafi'i, Fiqih Muamalah, h. 8

Perjudian mempunyai dampak yang negatif karena merugikan moral dan mental masyarakat terutama generasi muda. Di satu pihak judi merupakan masalah sosial yang sulit ditanggulangi dan judi sudah ada sejak awal peradaban manusia.¹⁴

Perjudian adalah jika ada salah satu pihak yang dirugikan bahkan dalam hal ini ditemukan banyak ribuan atau puluhan orang bahkan jutaan manusia yang dirugikan. Sebagaimana dalam undian yang bertaraf internasional (semua mengalami kerugian dan yang beruntung hanya sebagian orang yang ditetapkan dari yang mengadakan giveaway). Islam mengharamkan perjudian karena perjudian akan membiasakan manusia dalam mencari keuntungan tanpa melakukan usaha dan hanya menggantungkan nasib untuk menjadi seseorang yang kaya, mereka tidak mau berusaha dan tidak mau melalui jalan yang sudah menjadi sunnatullah yang telah diketahui oleh manusia.

a. Dasar Hukum *Maisir*

طَفَعَهُمَا مِنْ أَكْبَرُ وَإِثْمُهُمَا لِلنَّاسِ وَمَنَافِعُ كَثِيرٌ إِنَّكُمْ فِيهِمَا أَفْـلٌ وَالْمَيْسِرُ ط الْحَمْرُ عَنِ يَسْتَلُوْكَ
تَنَفَّكْرُونَ لَعَلَّكُمْ الْاٰيٰتِ لَكُمْ اللهُ يُبَيِّنُ كَذٰلِكَ الْعَفْوُ ط فُلْ يُنْفِقُونَ مَاذَا وَيَسْتَلُوْكَ

Terjemahnya:

"Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: " yang lebih dari keperluan." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir.¹⁵

¹⁴ Paisol Burlian, Patologi Sosial, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2016), h. 143.

¹⁵ Kementerian Agama RI, (2012). Al-Qur'an dan Terjemahnya. Bandung: Syamil Qur'an.

Muhammad Ali as-Shabuny dalam kitab tafsir Ayat Ahkam mengemukakan bahwa para ulama sependapat judi (maisir) itu haram hukumnya. Kesepekatan haramnya hukum judi ini mengacu pada lafadz Q.S Al-Baqarah ayat 219 diatas yaitu “pada keduanya terdapat dosa besar”. Ulama sepakat bahwa setiap permainan yang menjadikan satu pihak bisa menang dan pihak lain kalah adalah termasuk judi yang diharamkan, baik menggunakan sarana apa saja seperti catur, dadu, dan lain-lain, yang sekarang disebut dengan lotre atau undi nasib, baik yang bertujuan untuk kebaikan seperti dana sosial atau semacamnya atau demi mencari keuntungan. Maka semua itu merupakan keuntungan yang tidak baik.¹⁶

إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنتُمْ مُنْتَهُونَ

Terjemahnya:

“Sesungguhnya syaitan itu bermaksud hendak menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu lantaran (meminum) khamar dan berjudi itu, dan menghalangi kamu dari mengingat Allah dan sembahyang: Maka berhentilah kamu (dari mengerjakan pekerjaan itu)”¹⁷

Dari ungkapan ayat Al-Qur'an di atas menjelaskan bahwa judi ataupun kegiatan transaksi dengan cara untung-untungan itu dilarang dan haram hukumnya. Karena itu adalah termasuk perbuatan setan dan perjudian bisa menimbulkan permusuhan di antara kaum muslimin dan menimbulkan kebencian. Allah secara tegas mengharamkan judi dalam firmanNya tersebut.

¹⁶ Muhammad Ali As-Shabuny, Rawa'i Al-Bayan fi Tafsir Ayat Al- Ahkami,(Semarang: CV. Asyi-Syifa, 1994), h.441.

¹⁷ Kementerian Agama RI, (2012). Al-Qur'an dan Terjemahnya. Bandung: Syamil Qur'an.

Bentuk semacam ini tidak diragukan lagi keharamannya, meskipun hasil undian ini di infakkan kejalan kebaikan. Misalnya, untuk menyantuni anak yatim dan penyandang cacat, diberikan kepada fakir miskin dan sebagainya, Islam tidak menerima perbuatan baik yang dilakukan dengan perantaraan yang buruk, menolong kebaikan dengan jalan bathil. Islam selalu mengajak kepada tujuan yang mulia dengan jalan yang mulia pula. Islam tidak ingin dalam mencapai suatu tujuan kecuali dengan perantarayang baik. Islam menolak prinsip yang mengatakan bahwa tujuan adalah membenarkan semua perantara”.

C. Kerangka Konseptual

1. Hukum Islam

Hukum Islam atau syariat islam adalah sistem kaidah-kaidah yang didasarkan pada wahyu Allah SWT dan Sunnah Rasul mengenai tingkah laku mukalaf (orang yang sudah dapat dibebani kewajiban) yang diakui dan diyakini, yang mengikat bagi semua pemeluknya. Dan hal ini mengacu pada apa yang telah dilakukan oleh Rasul untuk melaksanakannya secara total.

2. Akad

Akad merupakan keterkaitan atau pertemuan ijab qabul yang berakibat timbulnya akibat hukum. Ijab adalah penawaran yang diajukan oleh satu pihak, dan qabul adalah jawaban persetujuan yang diberikan mitra akad sebagai tanggapan terhadap penawaran pihak pertama. Akad tidak terjadi apabila pernyataan kehendak masing-masing pihak tidak terkait satu sama

lain karena akad adalah keterkaitan kehendak kedua pihak yang tercermin dalam ijab dan qabul.

Akad mengikat (al-‘aqd al-lazim) adalah akad di mana apabila seluruh rukun dan syaratnya telah terpenuhi, maka akad itu mengikat secara penuh, dan masing-masing pihak tidak dapat membatalkannya. Tanpa persetujuan pihak lain. Akad jenis ini dibedakan menjadi dua macam lagi, yaitu: pertama, akad mengikat kedua belah pihak seperti akad jual beli, sewa-menyewa, perdamaian dan seterusnya. Dalam akad jual beli masing-masing pihak tidak dapat membatalkan perjanjian jual beli tanpa persetujuan pihak lain. Kedua, akad mengikat satu pihak, yaitu akad di mana salah satu pihak tidak dapat membatalkan perjanjian tanpa persetujuan pihak lain, akan tetapi pihak lain dapat membatalkannya tanpa persetujuan pihak pertama, seperti akad kafalah (penanggungan) dan gadai (ar-rahn). Kedua akad ini mengikat terhadap penanggung dan penggadai di mana keduanya tidak dapat membatalkannya tanpa persetujuan pihak untuk siapa penanggungan gadai diberikan. Sebaliknya pihak terakhir ini penanggungan dan gadai tidak mengikat dalam arti ia dapat membatalkannya secara sepihak. Adapun akad tidak mengikat adalah akad pada masing-masing pihak dapat membatalkan perjanjian tanpa persetujuan pihak lain. Akad tidak mengikat penuh ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu (1) akad yang memang sifat aslinya tidak mengikat (terbuka untuk difasakh), seperti akad wakalah (pemberian kuasa), syirkah (persekutuan), akad hibah, akad wadi’ah

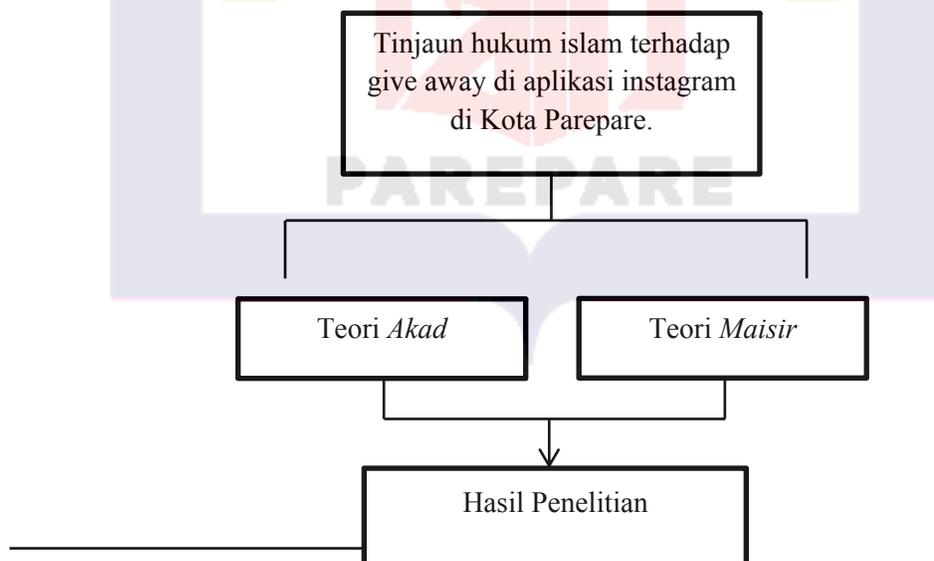
(penitipan), dan akad ‘ariah (pinjam pakai); dan (2) Akad yang tidak mengikat karena di dalamnya terdapat khayar bagi para pihak.

3. *Give Away*

Definisi giveaway menurut kamus bahasa Inggris-Indonesia berarti hadiah pemberian. Giveaway menurut bahasa adalah sebuah kegiatan berupa hadiah yang diberikan kepada siapa saja sesuai dengan produk yang dijanjikan oleh sponsor, namun peserta harus memenuhi syarat dan ketentuan untuk mendapatkan hadiah undian.¹⁸

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran alur penelitian yang akan dilakukan nantinya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian lapangan dengan tujuan untuk mengetahui tinjauan hukum islam terhadap give away di aplikasi instagram di Kota Parepare.



¹⁸ John M. Echols dan Hasan Shadily, Kamus Inggris-Indonesia, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1976), h. 270



BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan secara terjun langsung ke daerah objek kemudian dilakukan pengumpulan data dari hasil penelitian lapangan, yang dikumpulkan disesuaikan dengan fakta yang ditemukan dilapangan.

Penelitian ini masuk kategori kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menganalisis objek yang diteliti seperti melihat gambaran ata menggambarkan (menilai) permasalahan yang terjadi pada masyarakat seperti pengertian,dasar hukum,kedudukan,proses dan dampak dari pelaksanaan pelaku perkawinan.

Penelitian ini mendeskripsikan data yang diperoleh dari hasil wawancara,observasi,dokumentasi, yang kemudian dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan tentang Tinjauan Hukum islam terhadap praktik give away pada akun instagram di Kota Parepare.

B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Parepare. Adapun waktu penelitian kurang lebih 1 bulan lamanya.

C. Fokus Penelitian

Agar Penyusunan karya tulis ini terarah dengan baik, maka dipandang perlu untuk memberikan batasan atau ruang lingkup penelitian. Sesuai dengan objek penelitian maka batasan ruang lingkup yang ingin di teliti dalam penulisan ini memfokuskan penelitian pada Tinjauan Hukum islam terhadap praktik give away pada akun instagram di Kota Parepare. Adapun yang menjadi fokus penelitian yaitu yang lokasi yang dimana daerah tersebut dekat dengan tempat tinggal penulis yang memungkinkan penulis untuk data secara mudah.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif artinya data yang berbentuk kata-kata bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam tehnik pengumpulan data misalnya wawancara,observasi dan dokumentasi yang dilakukan.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana dapat diperoleh. Apabila penelitian menggunakan wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data tersebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.

Berdasarkan sifatnya, sumber data ada dua yaitu data primer dan data sekunder

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti langsung dari sumbernya tanpa adanya perataran seperti mengadakan wawancara secara mendalam terlebih

dahulu, dengan kata lain data primer yang diperoleh penelitian bersumber dari di Kota Parepare.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari referensi-referensi seperti jurnal dan berbagai hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Penelitian ini menggunakan tiga pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai keadaan lapangan maupun hal-hal yang berhubungan dengan tesis ini dan memaparkan apa yang terjadi dilapangan sesuai interpretasi dari peneliti.¹⁹

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses Tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik.²⁰ Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan ini.

3. Dokumentasi

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT. Rinaka Cipta, 2002), h.107.

²⁰ Moelong L, J, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006)

Dokumentasi adalah tehnik pengumpulan data yang cara memperoleh informasi dari macam-macam sumber tertulis atau dokemen yang ada pada responden. Dalam hal ini dokemen berfungsi sebagai sumber data, karena dengan dokumen tersebut dapat dimanfaatkan untuk membuktikan, menafsirkan dan meramalkan tentang peristiwa.

Penggunaan dokumentasi dalam penelitian ini diarahkan oleh penelitian untuk mendokumentasikan hal-hal yang penting berkaitan dengan yang diteliti. Maka dari itu tehnik pengumpulan data dengan dokumentasi sangat mendukung proses penelitian.

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggung jawabkan.²¹ Ada beberapa uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif yaitu sebagai berikut:

1. Uji kredibilitas

Uji kredibilitas, bagaimana mencocokkan antara temuan dengan apa yang sedang diobservasi.²² Dalam mencapai kredibilitas ada beberapa tehnik yaitu: perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman, analisis kasus negatif, member check.

²¹ Muhammad Kamal Zubair, dkk. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare* (Parepare: IAIN Parepare, 2020).

²² Muslim Salam, *Metodologi Penelitian Sosial Kualitatif Menggugat Doktrin Kualitatif* (Makassar: Masagena Press, 2011), h. 21-22.

2. Dependability (Realiabilitas)

Uji *dependability* artinya penelitian yang dapat dipercaya, dengan kata lain beberapa percobaan yang dilakukan selalu saja mendapatkan hasil yang tetap. Penelitian *dependability* merupakan penelitian apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan step penelitian yang sama akan mendapatkan hasil yang sama pula. Dikatakan memenuhi dependabilitas ketika peneliti berikutnya dapat mereplikasi rangkaian proses penelitian tersebut. Mekanisme uji dependabilitas dapat dilakukan melalui audit oleh auditor independen, atau pembimbing terhadap rangkaian proses penelitian. Jika peneliti tidak mempunyai rekam jejak aktivitas penelitiannya maka *dependability*nya dapat diragukan.

G. Teknik Analisa Data

1. Analisa Data

Analisa data mencakup banyak kegiatan yaitu: mengkategorikan data, mengatur data, manipulasi data, menjumlahkan data, yang diarahkan untuk memperoleh jawaban dari problem penelitian.

Untuk kajian penelitian ini menggunakan tehnik analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan model analisis data yang bertujuan untuk meringkas data dalam bentuk mudah dipahami dan mudah ditafsirkan, sehingga hubungan antara problem penelitian dapat dipelajari dan diuji.

2. Teknik Pengolahan Data

a. Editing yaitu proses penelitian kembali terhadap catatan-catatan, berkas-berkas informasi yang dikumpulkan oleh para pencari data²³.

b. Reduksi Data yaitu suatu bentuk analisa yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi

c. Penyajian Data, Penyajian data dilakukan setelah reduksi data yang akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi.

d. Penarikan Kesimpulan. Menurut Mile dan Humberman langkah selanjutnya dalam analisa data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.

²³Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*, (Cet XX :Bandung:alvabeta,2014),h.338

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Praktik *Giveaway* Via Instagram *jincase.id* di Kota Parepare

Seiring perkembangan zaman dan teknologi yang modern, kini mampu mengubah kultur masyarakat dalam bertindak dikesehariannya. Tidak bisa dipungkiri manusia dituntut untuk mengikuti perkembangan ini dalam kehidupan sehari-hari, seperti penggunaan internet. Karena hanya dengan mengakses internet di *smartphone*, manusia sudah bisa melakukan banyak hal tanpa harus menguras tenaga, dan waktu lebih efisien. Dimana fasilitas di *smartphone* yang semakin memadai untuk jual beli, sosial media, pendidikan, transportasi dan masih banyak lagi.

Dalam dunia bisnis, internet menjadi sebuah dunia baru, interaksi baru, market place baru dan sebuah jaringan bisnis tanpa batas.²⁴ Internet mampu memberikan efektivitas dan efisiensi dalam mengeluarkan biayaoperasional perusahaan, publikasi dan komunikasi. Hal ini menjadi sorotan para pengguna internet.

Media sosial sering diartikan sebagai salah satu hal yang identik dengan perkembangan internet. Media sosial ialah media komunikasi yang tidak

²⁴ Muhammad Bahaur Rijal, “Analisis Akad Google AdSense”, Tesis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2016), Hal. 1.

mengenal batas ruang dan waktu. Untuk saat ini media sosial instagram sangat pesat

peminatnya. Instagram memiliki kegunaan visual untuk menggugah foto dan video.²⁵ Bagi online shop, Instagram menjadi media promosi online yang sedang dimanfaatkan sebagai situs untuk menawarkan barang atau jasa secara online, beberapa kebutuhan yang setiap orang butuhkan bisa didapatkan secara online dengan instagram.

Akun Instagram @Jincase.id merupakan akun yang bergerak dibidang bisnis online dengan menyediakan berbagai macam keperluan atau aksesoris handphone. produk-produk yang tersedia tersebut antara lain seperti: Cash handphone dengan berbagai macam karakter dan desain gambar, perintilan handphone dan juga pelindung kabel.

Pemilik akun Instagram @Jincase.id juga merangkap sebagai admin yang menjalanka usaha online shop @Jincase.id. Akun tersebut memiliki follower yang cukup banyak yakni sejumlah 2.228 orang. Secara garis besar usaha ini bergerak dibidang perlengkapan handphone, hal itu bisa dilihat pada-pada postingan-postingan di akun insatgram tersebut.

Giveaway adalah sebuah strategi seorang pengusaha dengan upaya membagi – bagi hadiah secara gratis atau secara Cuma – Cuma kepada customernya. Hal ini merupakan praktek yang sering dilakukan oleh pedagang online yang menjual

²⁵ Desti Putri Lestari, “Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online di Surabaya melalui Instagram”, Jurnal Coomoline Departemen Komunikasi Vol. 4 No. 2, Hal. 412.

serta mempromosikan produk-produknya melalui sebuah platform salah satu media sosial dari Instagram. Instagram banyak digunakan sebagai alat untuk mempromosikan karena dinilai sangat menarik dilihat dari fitur-fitur yang disediakan didalamnya. Giveaway sendiri ialah salah satu cara promosi yang menggunakan media sosial sebagai upaya pemasaran atau meningkatkan penjualan suatu produk. Praktik giveaway ini merupakan ide pemilik usaha online shop untuk mengenalkan produknya ke pengguna media sosial secara luas.

Dalam hal ini giveaway yang dilaksanakan oleh akun Instagram @Jincase.id tidak ada unsur yang bersifat penipuan atau janji yang berlebihan (sensational over) kepada follower karena berdasarkan penyajian data diatas praktik giveaway ini hanya kurang lengkap dari persyaratan yang dibuat oleh admin giveaway yang menyebabkan peserta tidak tau bahwasanya terdapat biaya ongkir yang diterimanya, dan pemberian waktu konfirmasi juga jelas namun hanya saja terlalu pendek, akibatnya tidak bisa menyesuaikan dengan kondisi pemenang pada saat pengumuman, karena bisa saja pemenang masih ada kesibukan pada saat pengumuman.

a. Tujuan

Beberapa online shop di kota Parepare ini memilih instagram sebagai media pemasaran dengan menyelenggarakan praktik giveaway salah satunya akun Instagram @jincase.id. Tujuan di adakannya give away yaitu untuk

mempromosikan produk untuk mencari pelanggan baru, seperti penjelasan yang diberikan langsung oleh pemilik akun Instagram @jincase.id:

“tujuan saya untuk mengadakan give away itu untuk meningkatkan pelanggan baru saya, dengan di adakannya give away bisa diliat peluangnya cukup besar untuk mendapatkan pelanggan baru”²⁶

“Banyak online shop yang menggunakan strategi giveaway untuk meningkatkan penjualan mereka dan sebagian besar terbukti berhasil menarik minat pembeli. Itu saja sepertinya yang jadi alasan saya mengadakan giveaway.”²⁷

Berdasarkan hasil wawancara dapat di simpulkan bahwa giveaway sebagai media promosi untuk mencari pelanggan baru, karena dilihat dari peluang yang cukup besar untuk memperoleh pelanggan baru. Pemilik akun online shop melakukan praktik giveaway ini dengan beberapa tujuan, yaitu menarik minat pembeli terhadap customer baru, atau paling tidak target pasar kenal.

Praktik giveaway sampai saat ini masih menjadi media promosi yang efektif untuk menggandeng konsumen baru melalui sosial media Instagram dengan pemanfaatan fitur yang ada di aplikasi Instagram.

b. Alur Pelaksanaan Give away

Akun Instagram @jincase.id ini memilih sebagai media pemasaran dengan menyelenggarakan praktik giveaway. Di mana praktik ini memiliki peraturan untuk bisa memenangkan undian give away.

²⁶ Rika Jayadi, Pemilik Akun Instagram @jincase.id, Wawancara, 15 Maret 2024

²⁷ Rika Jayadi, Pemilik Akun Instagram @jincase.id, Wawancara, 15 Maret 2024

Seperti penjelasan dalam wawancara dengan saudari Rika sebagai pemilik akun Instagram @jincase.id:

“Sebelum buat event giveaway ya saya buat dulu syarat dan ketentuannya biar tidak gagal diakhir, kalo tidak disiapkan dari awal nanti saya bingung untuk menentukan pemenangnya. Biasanya saya bikin dulu desain untuk give awaynya jika sudah ada saya posting di akunnya terus membuat keterangan dari peraturan give awaynya”²⁸

Berdasarkan hasil wawancara penyelenggara juga membuat desain gambar untuk postingan praktik giveaway yang akan diselenggarakan nantinya. Desain gambar ini kebanyakan berisi tentang hadiah yang akan diberikan, jangka waktu dan persyaratan dari praktik giveaway tersebut.

Setelah membuat desain gambar, penyelenggara memposting gambar tersebut ke akun Instagram online shop yang menyelenggarakan praktik giveaway. Dan dalam postingan tersebut diberi caption yang berisi persyaratan dan ketentuan, hadiah, dan jangka waktu. Jadi, penjelasan tidak hanya dicantumkan di gambar yang diposting tapi juga dicaption dijelaskan lagi.

Dari postingan tersebut peserta mendapat informasi adanya giveaway. Informasi ini bisa diperoleh melalui pencarian tagar (hastag), ditandai teman yang ikut giveaway juga. Pengguna instagram yang tertarik dengan informasi tersebut bisa langsung mengikuti event giveaway dengan mengikuti semua alur dan persyaratan yang sudah ditentukan.

²⁸ Rika Jayadi, Pemilik Akun Instagram @jincase.id, Wawancara, 15 Maret 2024

Selain peserta mengikuti persyaratan yang diberikan penyelenggara, peserta harus menunggu sampai batas waktu yang telah ditentukan dan dicantumkan diawal saat posting gambar giveaway.

Perlu digaris bawahi tidak semua persyaratan yang disebutkan dibawah ini digunakan oleh penyelenggara. Semua tergantung penyelenggara ingin menggunakan persyaratan apa dan bagaimana, semua disesuaikan dengan kebutuhan.

Dalam praktik pemberian hadiah tersebut dapat penulis simpulkan bahwasanya hadiah yang diberikan adalah hadiah dengan adanya syarat terlebih dahulu kepada para peserta. Alasan mengadakan giveaway ini adalah untuk memperluas usaha dan mempromosikan produk-produk yang dijual oleh online shop akun Instagram @jincase.id, untuk mengikuti giveaway ini peserta wajib mengikuti persyaratan yang telah dibuat sebelumnya dalam Instagram story akun Instagram @jincase.id yang kemudian disimpan dalam sorotan.

Menurut pemilik akun Instagram @jincase.id persyaratan untuk mengikuti give away sebagai berikut:²⁹

- 1) Peserta harus follow Instagram @jincase.id
- 2) Peserta harus share foto atau postingan produk dari @jincase.id
- 3) Peserta harus tag Instagram @jincase.id
- 4) Tag instagram teman sebanyak-banyaknya.
- 5) Membuat caption semenarik mungkin
- 6) Peserta giveaway akunnya tidak boleh dikunci.

Kemudian cara memberitahu bagi pemenang toko @jincase.id akan mengumumkan lewat story instagram siapa-siapa saja nama pemenangnya.

²⁹ Rika Jayadi, Pemilik Akun Instagram @jincase.id, Wawancara, 15 Maret 2024

Setelah itu bagi pemenang mengambil hadiahnya langsung ke toko dengan jam yang telah ditentukan.

Ada beberapa cara menentukan pemenang berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh pemilik akun instargram @jincase.id:³⁰

- 1) Dilihat dari caption yang paling menarik.
- 2) Dilihat dari komentar kenapa peserta itu ingin belanja di took
- 3) Dilihat dari apakah peserta memposting produk @jincase.id
- 4) Diumumkan lewat story Instagram @jincase.id
- 5) Sesudah diberitahu juga mengambil hadiahnya langsung ke took.
- 6) Menunjukkan bukti kalau benar-benar menjadi pemenang giveaway.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut bisa disimpulkan bahwa cara menentukan pemenang yaitu dipilih secara acak, pengiriman postingan yang caption paling menarik itulah yang menjadi pemenangnya dan dilihat dari kualitas komentar yang terbaik.

Untuk hadiah dari give away yang di adakan dari penjelasan oleh saudari Rika sebagai pemilik akun Instagram @jincase.id:

“untuk hadiah dari give away itu yaitu uang tunai,voucher belanja dan juga case handphone”³¹

Dari hasil wawancara di atas penulis menganalisis bahwa hadiah yang diberikan bagi pemenang yaitu bahwa toko yang memberikan hadiah bagi pemenang yaitu hadiahnya dari toko itu sendiri, hadiahnya juga macam-macam seperti baju, vocher pulsa dan uang.

Dalam praktik pemberian hadiah tersebut dapat penulis simpulkan bahwasanya hadiah yang diberikan adalah hadiah dengan adanya syarat terlebih dahulu kepada para peserta. Alasan mengadakan giveaway ini adalah untuk

³⁰ Rika Jayadi, Pemlik Akun Instargram @jincase.id, Wawancara, 15 Maret 2024.

³¹ Rika Jayadi, Pemlik Akun Instargram @jincase.id, Wawancara, 15 Maret 2024

memperluas usaha dan mempromosikan produk-produk yang dijual oleh online shop akun Instagram @jincase.id, untuk mengikuti giveaway ini peserta wajib mengikuti persyaratan yang telah dibuat sebelumnya dalam Instagram story akun Instagram @jincase.id yang kemudian disimpan dalam sorotan.

Syarat-syarat yang harus dipenuhi yakni wajib follow Instagram @jincase.id, Like postingan ini dan spam like setiap postingan @jincase.id, Posting ke instastory kalian dengan tag Instagram @@jincase.id, Tag teman sebanyak-banyaknya dan komen tentang @jincase.id diposting ini buat ikutan giveaway, dan jangan lupa dikomen sertakan Nama_domisi. dikarenakan waktu Instagram story hanya 24 jam maka admin setiap hari merekap peserta yang telah merepost persyaratan itu, kemudian peserta menunggu untuk mengetahui pengumuman pemenang yang diumumkan dalam Instagram story akun instagram @jincase.id dan pemenang tersebut akan ditandai dan diberitahu melalui direct message (DM) oleh admin kepada pemenang.

Setelah pengumuman tersebut peserta yang menang menghubungi admin langsung dan kemudian admin menjelaskan cara pengambilan hadiahnya. Pemenang yang ingin mengambil hadiahnya harus menanggung sendiri biaya ongkos kirim barang yang diperolehnya, dengan adanya hal ini ada beberapa pemenang yang sedikit kecewa dan adapula yang tidak. Peserta yang merasa kecewa karena menurutnya hadiah yang diberikan kepada peserta tidak perlu lagi mengeluarkan uang karena tidak ada pemberitahuan pada saat awal mengikuti giveaway ini, tapi kenyataannya peserta yang menang harus menanggung biaya

ongkir hadiah yang didapat. Hal ini seperti yang dialami oleh peserta yang memiliki akun Instagram @Dwisftaaa_ :

“menurut saya hal ini memang sedikit aneh karena secara persyaratan si pemilik usaha sudah dapat keuntungannya ,kami sebagai peserta sudah memperkenalkan produknya lewat persyaratan merepost foto sehingga usaha ini semakin diketahui banyak orang, maka dari itu kami sebagai peserta ketika sudah menang berarti inggal menunggu hadiahnya”³²

Komentar lain juga diberikan oleh peserta Pemilik akun Instagram @Diana_Krisnanta

“jauh rumahnya jadi saya bisa mengambil hadiahnya langsung kerumah owner pemilik usaha @jincase.id dan juga giveaway seperti ini membuat reaselernya semakin semangat untuk mencari customer atau konsumen karena produk-produk yang di repost sebagai pengenalan dari toko online @jincase.id sehingga semakin banyak orang yang tau mengenai usaha ini”³³

Setelah ditelusuri menurut admin atau pemilik toko @jincase.id itu sendiri alasan mengadakan giveaway seperti ini untuk menarik customer dan memperluas usahanya.

Giveaway adalah sebuah strategi seorang pengusaha dengan upaya membagi – bagi hadiah secara gratis atau secara Cuma – Cuma kepada customernya. Hal ini merupakan praktek yang sering dilakukan oleh pedagang online yang menjual serta mempromosikan produk-produknya melalui sebuah platform salah satu media sosial dari Instagram. Instagram banyak digunakan sebagai alat untuk mempromosikan karena dinilai sangat menarik dilihat dari fitur-fitur yang disediakan didalamnya.

³² Dwisftaa, Pemegang Give Away, @jincase.id, 16 Maret 2024

³³ Diana Krisnata, Pemegang Give Away, @jincase.id, 16 Maret 2024

Dalam hal ini giveaway yang dilaksanakan oleh akun Instagram @jincase.id tidak ada unsur yang bersifat penipuan atau janji yang berlebihan (sensational over) kepada follower karena berdasarkan penyajian data diatas praktik giveaway ini hanya kurang lengkap dari persyaratan yang dibuat oleh admin giveaway yang menyebabkan peserta tidak tau bahwasanya terdapat biaya ongkir yang diterimanya, dan pemberian waktu konfirmasi juga jelas namun hanya saja terlalu pendek, akibatnya tidak bisa menyesuaikan dengan kondisi pemenang pada saat pengumuman, karena bisa saja pemenang masih ada kesibukan pada saat pengumuman.

Untuk mekanisme giveaway sendiri sangat sederhana, tidak ada ketentuan khusus, semua yang mengatur dalam membuat persyaratan adalah penyelenggara. Beberapa contoh syarat dari giveaway seperti dengan cara me-repost, like dan coment pada postingan giveaway, untuk meramaikan peserta di kolom komentar biasanya diperintahkan untuk menandai beberapa teman. Dengan begitu akan banyak pengguna Instagram yang tahu program giveaway ini.

Dalam praktik giveaway ini terdapat dua pihak yang terlibat. Pihak yang pertama yaitu penyelenggara dan yang kedua yaitu peserta. Penyelenggara sebagai pihak yang menentukan syarat dan ketentuan yang berlaku seperti: akun peserta tidak diprivasi atau dikunci, bukan akan khusus giveaway dan ketentuan seperti re-post foto produk, memberikankomentar dan lainnya dalam giveaway.

Peserta sebagai pihak pelaksana untuk melakukan suatu pekerjaan sesuai syarat dan ketentuan yang sudah dibuat oleh penyelenggara.³⁴

Praktik giveaway secara garis besar dapat disamakan seperti selfie contest karena mempublikasikan foto dengan produk penyelenggara. Praktik ini merupakan hal yang baru dalam transaksi online shop. Dibandingkan dengan selfie contest, giveaway lebih luas ketentuannya. Tidak hanya berfokus pada foto produk saja misalnya: memberikan komentar, spam like, dan atau menandai teman. Namun tetap pada tujuan giveaway untuk media promosi atau memperkenalkan produk yang di jual.

Dalam praktik yang telah dijelaskan diatas bahwasanya giveaway merupakan hadiah yang diberikan dengan adanya syarat yang harus dipenuhi terlebih dahulu oleh penerima hadiah. Tujuan Giveaway adalah untuk mempromosikan suatu usaha tertentu yang diselenggarakan oleh pengusaha untuk menarik pembeli dengan memberikan hadiah kepada pemenangnya, hal ini juga termasuk bagian dari strategi promosi dimasa saat ini karena semakin berkembangnya teknologi yang saat ini semakin canggih.

Hasil wawancara diatas dapat dijelaskan bahwa praktik penyelenggaraan giveaway ini adalah salah satu dari bentuk promosi yang dilakukan oleh para pelaku usaha dalam memajukan bisnisnya. Giveaway ini merupakan pemberian hadiah secara gratis tanpa harus mengeluarkan biaya sepersen pun tuk

³⁴ Desi Putri Lestari, "Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online di Surabaya Melalui Instagram", Jurnal Coomoline Departement Komunikasi Vol. 4 No 22, h.412

mendapatkan hadiah tersebut. dengan adanya giveaway semacam ini sangat menarik para pengguna media sosial terlebih bagi mereka yang suka belanja online. Kondisi seperti ini menjadi peluang yang sangat baik dalam menjadikan sebuah online shop menjadi populer dikalangan banyak orang. Namun, adanya persyaratan dan ketentuan yang harus dipenuhi apabila ingin menjadi peserta dan menjadi pemenang dalam giveaway tersebut walaupun tidak harus berusaha secara keras. Terkadang dari sekian banyaknya giveaway ini dimanfaatkan sebagai penipuan.

Strategi pemasaran dengan menggunakan cara berpromosi adalah suatu hal yang sangat penting. Promosi yaitu memperkenalkan dan memberikan informasi suatu usaha dan produk yang ditawarkan dengan menggunakan beberapa media dalam rangka menarik minat konsumen serta mendapatkan keuntungan didalam pendapatan. Promosi ini juga penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Suatu hal yang terpenting disini adalah bahwa promosi yang digunakan bisa menggambarkan kekuatan usaha. Cara-cara berpromosi pun bervariasi dan banyak macam-macamnya. Para pelaku usaha dapat memilih alat promosi yang dirasa dapat memberikan pengaruh yang sangat signifikan bagi kemajuan sebuah usaha. Adapun alat-alat promosi yang dapat digunakan seperti halnya pemberian kupon, adanya potongan harga, premi, program pemasaran loyalitas, konten, undian dan promosi penjualan.

Popularitas menjadi tujuan utama para pengguna Instagram saat ini, beberapa pemicu untuk mencari followers aktif yaitu memiliki konten yang menarik dan

memiliki keunikan tersendiri. Sehingga seseorang menjadi tertarik untuk selalu mengikuti akun tersebut. Disinilah para pengguna media sosial dituntut memiliki jiwa kreatif terutama bagi para pelaku usaha untuk memajukan bisnis dan menjadi populer dikalangan masyarakat sebagai pengguna media sosial Instagram. Untuk menyajikan konten yang menarik bagi Followers, setelah hal tersebut dilakukan selanjutnya adalah konsistensi posting di Instagram. Strategi promosi dapat digunakan untuk menarik perhatian followers, meskipun strategi promosi yang biasanya dilakukan dalam penjualan produk, namun dalam hal menarik perhatian followers strategi yang cocok adalah strategi giveaway. Fator yang membuat suksesnya promosi giveaway dalam meningkatkan popularitas dalam hadiah yang diberikan sesuai target pasar yaitu followers. Hadiah yang bernilai tinggi dan syarat yang tidak terlalu rumit, kedua hal tersebut adalah hal yang berpengaruh dalam seberapa besarnya event tersebut menjangkau banyak peserta.

Salah satu bentuk promosi yang kekinian saat ini dan sangat populer daru dunia bisnis yaitu memberikan suatu hadiah secara cuma-cuma atau dengan nama populernya adalah giveaway. Strategi marketing dengan cara menyelenggarakan giveaway ini dengan memberikan hadiah kepada orang lain dengan terlebih dahulu mematuhi adanya syarat dan ketentuan giveaway jika ingin memenangkan hadiah tersebut. Ada banyak unsur yang membuat strategi giveaway ini sangat digemari oleh orang banyak. Pertama, hadiah yang menarik tentunya. Kedua, syarat yang diminta biasanya sangat mudah bahkan tanpa usaha yang besar. Begitupun dengan apa yang diterapkan oleh @jincase.id yang jug tak terkecuali

untuk menyelenggarakan praktik promosi dengan strategi giveaway. Alasan untuk menyelenggarakan giveaway ini yaitu karena target peserta pengguna media sosial lebih banyak anak-anak muda dan lebih menyukai berbelanja secara online. Sehingga situasi tersebut sangat dimanfaatkan.

B. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Undian Berhadiah *Giveaway* Via *Instagram @Jincase.id* di Kota Parepare

Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih, hal itu menjadikan internet dimanfaatkan hampir di semua aspek kehidupan diantaranya bisnis, pendidikan, hiburan dan lainnya. Kecanggihan media sosial dapat dijadikan sebagai sarana untuk mempromosikan suatu produk atau bisnis sehingga produk atau bisnis tersebut dapat dengan mudah menjadi dikenal atau diketahui banyak orang. Pada saat ini hanya dengan menggunakan smartphone dapat melakukan bisnis tanpa bertemu secara langsung. Aplikasi bisnis melalui internet (disebut e-commerce) memungkinkan penjual dan pembeli melakukan bisnis tanpa harus bertemu langsung. E-commerce (electronic commerce) merupakan proses transaksi jual beli menggunakan alat elektronik, seperti telepon dan internet. Penggunaan e-commerce sekarang ini adalah syarat bagi bisnis atau perusahaan dapat bersaing secara global. Banyak peneliti melihat dampak positif dari e-commerce dibandingkan dampak negatifnya, seperti dalam bidang bisnis online.

Dalam praktik yang telah dijelaskan diatas bahwasanya giveaway merupakan hadiah yang diberikan dengan adanya syarat yang harus dipenuhi terlebih dahulu

oleh penerima hadiah. Tujuan Giveaway adalah untuk mempromosikan suatu usaha tertentu yang diselenggarakan oleh pengusaha untuk menarik pembeli dengan memberikan hadiah kepada pemenangnya, hal ini juga termasuk bagian dari strategi promosi dimasa saat ini karena semakin berkembangnya teknologi yang saat ini semakin canggih.

Dalam fiqih muamalah sendiri hadiah ini merupakan pemberian barang dengan tidak ada tukarannya serta dibawa ke tempat yang diberi karena hendak memuliakannya. Namun pada dasarnya dalam Fiqih Muamalah arti ketiga istilah hadiah, sedekah dan dan athiyah termasuk kedalam hibah menurut bahasa. Dengan kata lain, pengertian hibah hampir sama dengan pengertian sedekah, hadiah dan athiyah. Adapun perbedaannya sebagai berikut:

- 1) Jika pemberian kepada orang lain dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah swt. Dan diberikan kepada orang yang sangat membutuhkan tanpa mengharapkan pengganti pemberian tersebut dinamakan sedekah
- 2) Jika pemberian tersebut dimaksudkan untuk mengagungkan atau karena rasa cinta, dinamakan hadiah
- 3) Jika diberikan tanpa maksud yang ada pada sedekah dan hadiah dinamakan hibah
- 4) Jika hibah tersebut diberikan seseorang kepada orang lain saat ia sakit menjelang kematiannya, dinamakan athiyah.
- 5) Hadiah tidak wajib di qobul sedangkan hibah wajib

Masyarakat Islam pada umumnya belum begitu memahami dengan baik tentang sunnah nabi yang merupakan pertimbangan apa yang didasarkan pada hadits untuk alasan tertentu. Sunnah nabi merupakan panduan komprehensif untuk kehidupan masyarakat. Isi sunnah nabi tersebut mencerminkan al-quran yang telah dijelaskan sepenuhnya dalam Islam. Salah satu tujuan dari sunnah nabi adalah mengatur kehidupan antar masyarakat sebab mereka tidak bisa hidup sendiri yang biasa disebut dengan makhluk sosial. Di sisi ekonomi Allah memberkati dan meninggikan nabi-Nya dengan member kedamaian dengan membeli, menjual dan bertransaksi atas dasar hak. Begitu juga dengan melarang dan mengharamkan monopoli karena keserakahan, keburukan moral. Dengan demikian, sunnah nabi memiliki maksud agar kita dapat menkaitkan dengan kehidupan sosial yang sebenarnya serta fenomena di sekitar kita dalam aktivitas kehidupan sehari-hari. Jika melihat fenomena yang saat ini ada ini dapat dijadikan landasan sesuai alquran dan hadits. Terutama mengenai tentang tinjauan hukum Islam tentang adanya praktik hadiah bersyarat atau giveaway yang sedang populer dikalangan masyarakat. Giveaway merupakan suatu kegiatan berupa pemberian hadiah secara gratis kepada siapa saja sesuai dengan produk yang telah dijanjikan sebagai hadiahnya. Namun, peserta yang mengikuti giveaway tersebut harus mentaati persyaratan yang sudah ditentukan oleh pihak penyelenggara giveaway atau online shop yang mengadakan giveaway. Saat ini giveaway sedang trend di kalangan pelaku bisnis online shop. Banyak dari kalangan yang ditargetkan dalam

penyelenggaraan giveaway ini adalah para mahasiswa atau pelajar yang senang melakukan transaksi dalam online shop.

Dalam praktik yang telah dijelaskan diatas bahwasanya giveaway merupakan hadiah yang diberikan dengan adanya syarat yang harus dipenuhi terlebih dahulu oleh penerima hadiah. Tujuan Giveaway adalah untuk mempromosikan suatu usaha tertentu yang diselenggarakan oleh pengusaha untuk menarik pembeli dengan memberikan hadiah kepada pemenangnya, hal ini juga termasuk bagian dari strategi promosi dimasa saat ini karena semakin berkembangnya teknologi yang saat ini semakin canggih.

Dalam fiqih muamalah sendiri hadiah ini merupakan pemberian barang dengan tidak ada tukarannya serta dibawa ke tempat yang diberi karena hendak memuliakannya. Namun pada dasarnya dalam Fiqih Muamalah arti ketiga istilah hadiah, sedekah dan dan athiyah termasuk kedalam hibah menurut bahasa. Dengan kata lain, pengertian hibah hampir sama dengan pengertian sedekah, hadiah dan athiyah.

Adapun macam-macam undian berhadiah menurut hukum Islam salah satunya ada undian dengan syarat membeli barang. Semua pengikut undian syaratnya harus membeli barang terlebih dahulu. Tidak bisa di ikuti oleh orang yang tidak membeli barang semua ini telah ditentukan oleh penyelenggara undian tersebut.

Undian berhadiah tersebut tidak mempengaruhi harga produk. Perusahaan mengadakan undian hanya untuk menjual produknya, adapun juga hukumnya apabila membeli barang dengan maksud untuk ikut undian maka tergolong ke dalam maisir/qimar yang diharamkan dalam syariat karena pemberian barang tersebut adalah sengaja mengeluarkan biaya untuk bisa ikut dalam undian. Dalam mengikuti undian mungkin rugi dan mungkin untung, maka inilah yang disebut maisir/qimar.³⁵

Giveaway yang dilaksanakan oleh akun Instagram @Jincase.Id merupakan pemberian dalam rangka memberikan penghormatan kepada follower yang telah terpilih sebagai pemenang karena pemenang telah memenuhi syarat yang telah ditentukan oleh admin giveaway. Maka dari itu akad yang digunakan dalam praktik giveaway ini adalah akad hadiah. Para pihak yang bersangkutan adalah admin giveaway dan peserta pemenang (Al-aqidan), pihak pemberi hadiah adalah admin giveaway, (almuhdi) dan pihak yang diberi hadiah peserta pemenang (al-muhda ilayh). Al-Muhdi merupakan orang yang layak melakukan Tasharruf, pemilik harta yang dihadiahkan dan tidak ada paksaan. Al-muhda ilayh harus benar-benar ada pada saat akad. Kemudian, ijab dan qabul dalam hadiah itu tidak disyaratkan⁶⁸ jadi meskipun menggunakan redaksi hadiah diberikan pada saat pemenang diumumkan.

³⁵ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah Membahas Hukum Islam* (Jakarta: Amzah, 2010), h.321.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa syarat dari pemilik akun@jincase.id mengikuti giveaway via instagram dibolehkan. Karena syarat dari toko yang mengadakan giveaway tersebut tidak termasuk dalam melanggar hukum Islam.

Dalam hadis juga menjelaskan Dari Abu Hurairah r.a, Nabi SAW bersabda, Dari Abu Hurairah raddhiyallaahu „anhu bahwa Rasulullah SAW bersabda, “saling memberi hadiahlah kamu sekalian, agar kalian saling mencintai.” (HR Bukhari) dalam kitab al-Adab al-Mufrad dan Abu Ya“la dengan sanad hasan.³⁶

Dari hadis Bukhari di atas Rasulullah menjelaskan tidak melarang seseorang yang ingin memberikan hadiah kepada saudaranya tetapi dengan diberikan kepada seseorang tanpa mengharapkan imbalan harta dari orang lain apapun itu sebelumnya.

Menurut pendapat beberapa ulama pada dasarnya hadiah diperbolehkan tetapi harus memenuhi rukun dan syarat yang perlu diperhatikan sebagai sasaran. Sehingga menjadi sah menurut ajaran islam. Rukun dan syarat merupakan hal yang paling utama yang perlu diketahui oleh para pihak sebelum melakukan kegiatan pemberian hadiah. Agar para pihak yang terkait tidak melanggar aturan dan syariat syarat dan rukun hadiah.

Penulis juga menganalisis hukum Islam dari syarat peserta mengikuti giveaway. Mengatakan bahwa syarat mengikuti giveaway via instagram sama

³⁶ Isnaini Nur Fatima, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Giveaway pada Transaksi Online Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)”, Skripsi tidak diterbitkan UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta. 2018.

halnya syarat dari toko yang telah disebutkan di atas, jadi syarat mengikuti giveaway dalam tinjauan hukum Islam dibolehkan.

Dari penjelasan pemilik akun @jincase.id tersebut tujuan dari melaksanakan giveaway adalah tidak termasuk larangan dalam agama Islam, karena undian yang dikatakan haram itu apabila akun tersebut memakan harta orang lain secara bathil.

Adapun juga hukum Islam dari tujuan peserta hanya ingin mendapatkan hadiah tetapi dengan syarat harus membeli barang. Sedangkan barang yang dia beli belum dibutuhkan karena ingin mengikuti giveaway terpaksa membeli barang tersebut. Dengan demikian maka tujuan ini tergolong kedalam maisir/qimar yang diharamkan dalam syariat, karena pembelian barang tersebut adalah sengaja mengeluarkan biaya maka bisa ikut dalam undian.³⁷

Giveaway yang dilaksanakan oleh akun Instagram @Ar_Shoptgl merupakan pemberian dalam rangka memberikan penghormatan kepada follower yang telah terpilih sebagai pemenang karena pemenang telah memenuhi syarat yang telah ditentukan oleh admin giveaway. Maka dari itu akad yang digunakan dalam praktik giveaway ini adalah akad hadiah. Para pihak yang bersangkutan adalah admin giveaway dan peserta pemenang (Al-aqidan), pihak pemberi hadiah adalah admin giveaway, (almuhdi) dan pihak yang diberi hadiah peserta pemenang (al-muhda ilayh). Al-Muhdi merupakan orang yang layak melakukan Tasharruf,

³⁷ Susi Susiowati, "Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Giveaway Sebagai Promosi Online Shop (Studi Kasus di Akun Instagram @dnt_oriflame_boyolali)", Skripsi IAIN Surakarta, Surakarta, 2020

pemilik harta yang dihadiahkan dan tidak ada paksaan. *Al-muhda ilayh* harus benar-benar ada pada saat akad.

Menurut pendapat beberapa ulama pada dasarnya hadiah diperbolehkan tetapi harus memenuhi rukun dan syarat yang perlu diperhatikan sebagai sasaran. Sehingga menjadi sah menurut ajaran islam. Rukun dan syarat merupakan hal yang paling utama yang perlu diketahui oleh para pihak sebelum melakukan kegiatan pemberian hadiah. Agar para pihak yang terkait tidak melanggar aturan dan syariat syarat dan rukun hadiah.

Giveaway dapat dikatakan hadiah yang diundi oleh akun yang mengadakannya. *Giveaway* yang diadakan oleh akun olshop di instagram yang memberi hadiah kepada *followers-nya*. Tetapi kenyataannya *giveaway* ini adalah salah satu trik akun *online shop* untuk menambah *followers-nya* atau pengikutnya. Akun *olshop* yang mengadakan *giveaway* yang memberikan hadiah tertentu yang dijanjikannya itu hanyalah untuk menarik orang dengan cara mem-follow instagram-nya dan mendapatkan hadiah yang telah dijanjikannya tersebut dengan syarat biasanya akun yang ditag-nya.

Dalam praktek *giveaway* merupakan hadiah yang diberikan secara gratis kepada follower yang mengikuti, yang tujuannya adalah untuk menambah follower dan sekaligus menambah minat konsumen kepada online @Jincase.id terhadap Produk yang dijual. Hal ini dilakukan dengan beberapa syarat yang ada didalam story Instagram, pada prakteknya semua pengguna Instagram bisa mengikuti *giveaway* ini asalkan telah memenuhi syarat-syarat yang telah

ditentukan. Adapun syarat-syaratnya antara lain wajib mengikuti akun Instagram @Jincase.id, spam like setiap postingan, tag teman-teman, posting ke instastory masing-masing, dan komen dengan menyertakan nama. Biasanya semakin sering syarat diatas dilakukan maka akan semakin berkesempatan untuk menang, akan dicari 3-4 orang untuk dicari sebagai pemenang giveaway. Berdasarkan hal tersebut maka giveaway ini lebih tepatnya masuk kepada hadiah dalam fiqih maupun Kompilasi hukum ekonomi syariah (KHES) karena dalam pelaksanaan giveaway admin memberikan penghormatan kepada pemenang atas syarat-syarat yang telah dipenuhinya.

Ada pendapat ulama yaitu *Asy-Syirbashi* berpendapat bahwa Lottere (undian) adalah salah satu bentuk praktik perjudian yang dilarang dalam agama Islam dan keuntungan yang diperoleh darinya juga haram. Penekanan diharamkannya adalah terletak pada adanya unsur memakan harta orang lain secara bathil.³⁸

Di samping itu perbuatan judi mendorong orang untuk menggantungkan harapannya kepada harapan-harapan yang dusta. Betapa banyak manusia yang rusak kehidupannya dan menyimpang perilakunya karena tertipu oleh undian. Karena Lotere dipandang sebagai judi, sedangkan undian tidak. Karena mengenai undian yang berlaku saat ini untuk mempromosikan barang-barang dagangan.

Islam mengharamkan perjudian lotre (undian) karena perjudian akan membiasakan manusia dalam mencari keuntungan tanpa melakukan usaha dan hanya menggantungkan nasib untuk menjadi seseorang yang kaya, mereka tidak

³⁸ Ajat Sudrajat, *Fiqih Aktual*, h.219.

mau berusaha dan tidak mau melalui jalan yang sudah menjadi sunnatullah yang telah diketahui oleh manusia.

Dalam Al-Quran telah menjelaskan firman Allah QS. Al-Maidah ayat 90:

﴿تَقْلُحُونَ لَعَلَّكُمْ فَاجْتَنِبُوهُ الشَّيْطَانُ عَمَلٌ مِّن رَّجْسٍ وَالْأَزْلَامُ وَالْأَنْصَابُ وَالْمَيْسِرُ الْخَمْرُ إِنَّمَا أَمْثَلِ الَّذِينَ يَأْتِيهَا

Terjemahnya :

“Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan”.³⁹

Bahwa ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan umatnya untuk menjauhi perbuatan yang telah dilarang seperti berjudi, mengundi nasib, carilah rezeki dengan cara yang halal dan apabila kamu menjauhinya akan mendapatkan rezeki yang lebih keberuntungan bagi umatnya.⁴⁰

Maka dalam tinjauan hukum Islamnya penyelenggara yang mengadakan giveaway via instagram dalam cara menentukan pemenang tidak ada masalah. Karena telah sesuai dengan hukum Islam dan dipilih secara adil.

Hadiah bagi pemenang itu sendiri telah sesuai dengan hukum Islam. Karena barang yang diberikan adalah jelas dari pihak kepemilikan toko sendiri dan barangnya juga halal dan sah diperjual belikan.

Fiqih menyebutkan bahwasanya apabila hadiah diberikan kepada orang yang lebih rendah ataupun kepada orang yang setara dengan pemberi, maka tidak wajib

³⁹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2002), 4

⁴⁰ Abdul Manan, Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama (Jakarta: Kencana, 2012), h. 74.

memberikan bayaran atas hadiah yang diterimanya, namun apabila hadiah diberikan kepada orang yang lebih tinggi ulama berbeda pendapat tentang hal tersebut.

Pendapat mengenai kewajiban memberikan timbal balik terhadap pemberian suatu hadiah apabila syarat tersebut tidak disebutkan diawal. Pendapat pertama muncul dikalangan ulama Hanafiyah dan Syafi'iyah, ulama tersebut berpendapat bahwa Tidak ada kewajiban memberikan timbal balik meskipun pada umumnya dalam pelaksanaan giveaway ini sudah biasa bahwasanya penerima hadiah wajib menanggung sendiri beban ongkir barang yang diperolehnya. Jadi penerima hadiah berhak menolak syarat pembebanan biaya ongkir tersebut kepada pemberi hadiah, namun apabila si penerima hadiah ridho ataupun menerima syarat tersebut maka hukumnya dibolehkan juga karena dalam pendapat pertama ini hukumnya tidak ada kewajiban untuk memberikan timbal balik, jadi kesimpulan dari pendapat yang pertama ini adalah tergantung ridho atau tidaknya si penerima hadiah.

Pendapat kedua muncul dikalangan Malikiyah dan Hanabilah, pendapat kedua mengatakan bahwasanya wajib memberikan timbal balik dengan catatan adanya (Urf) atau adanya kebiasaan mengenai pembebanan ongkir ditanggung oleh penerima hadiah dalam praktik giveaway pada umumnya, meskipun hal tersebut tidak ada persyaratan diawal mengenai pembebanan biaya ongkirnya. Lalu apabila terjadi perselisihan antara pemberi hadiah dan penerima hadiah, maka menurut pendapat kedua ini tetap dimenangkan oleh pihak pemberi hadiah jika

memang adat atau kebiasaannya dalam giveaway sudah seperti itu dan juga menurut pendapat malikiyah dan hanabilah ini penerima hadiah wajib memberikan timbal balik ketika mendapatkan hadiah. jadi dapat disimpulkan menurut pendapat kedua lebih mengedepankan adat kebiasaan.

Dari akun Instagram @jincase.id tersebut pemberi hadiah giveaway via instagram sesuai karena pemberi hadiah dari penyelenggara sendiri dan tidak termasuk dalam melanggar ketentuan hukum Islam. Karena mereka pemberian hadiahnya tidak dengan cara unsur memakan harta orang lain secara bathil.

Mengacu kepada penjelasan mengenai hukum perjanjian dalam Islam, syarat, rukun serta hadiah dalam Islam mengenai giveaway di atas, maka dapat dipahami bahwa giveaway menjadi sesuatu yang sah-sah saja selama proses transaksinya berlandaskan kepada syariah yang berlaku, yakni adanya kesepakatan yang sama-sama enak antara pemberi dengan penerima yang dimana tidak ada unsur saling merugikan atau salah satunya dibuat rugi. Selain dari pada itu, giveaway menjadi sah-sah saja manakala memang memenuhi syarat dan rukun secara Islam karena dalam Islam pun memberikan hadiah dengan tujuan sebagai bentuk terimakasih dan apresiasi kepada orang lain adalah bukan hal yang buruk.

Dalam bukunya tentang fiqh pemasaran al-Hawafiz at-Tijariyah, beliau menyebutkan fenomena giveaway, Dalam sistem giveaway, setiap peserta diminta untuk melakukan aktivitas tertentu, seperti menjawab pertanyaan pengetahuan umum, atau pertanyaan yang terkait dengan produk, atau perusahaan yang mau ditingkatkan ratingnya. Atau mencari sejumlah follower atau likers untuk produk

yang dipromosikan. Atau diminta memberi kritikan untuk poster iklan, atau layanan untuk menaikkan jangkauan poster iklan tau juga yang lainnya. Setelah diterima, umumnya pemenang akan ditentukan dengan cara undian.

Kemudian beliau melanjutkan, Bahwa bentuk semacam ini lebih dekat kepada pemberian hadiah daripada perlombaan. Alasannya, karena dalam perlombaan peserta diminta untuk lebih unggul dan menyalahkan yang lain. Sementara untuk pemberian hadiah, bentuknya adalah motivasi untuk melakukan syarat agar mendapatkan sebuah hadiah. Dan ini tidak termasuk perlombaan. Karena semua yang melakukan syarat itu berhak mendapatkan hadiah. Menjawab pertanyaan pada asalnya diperbolehkan dan bukan termasuk perjudian, karena tidak adanya unsur taruhan antara untung dan beruntung.

Sehingga, didalam pemberian hadiah atas pemenang harus sama-sama saling ridha dan rela dan tidak ada salah satu pihak yang merasa diuntungkan atau dirugikan. Apabila ada yang diuntungkan ataupun dirugikan pasti akan tidak diperbolehkan. Dan begitupun tidak boleh ada timbal balik ataupun meminta imbalan dalam pemberian hadiah. Jika, dilihat dari praktiknya, memang secara langsung ketika diselenggarakan giveaway pihak penyelenggara terutama pada akun Instagram Santriway mengalami kenaikan dalam hal pengikut akunya menjadi lebih banyak dan lebih naik dalam hal kepopulerannya.

Akan tetapi, disini tidak ada biaya dari peserta sama sekali jadi tidak dipermasalahkan. Sehingga, didalam pemberian hadiah atas pemenang harus sama-sama saling ridha dan rela dan tidak ada salah satu pihak yang merasa

diuntungkan atau dirugikan. Apabila ada yang diuntungkan ataupun dirugikan pasti akan tidak diperbolehkan. Dan begitupun tidak boleh ada timbal balik ataupun meminta imbalan dalam pemberian hadiah. Jika, dilihat dari praktiknya, memang secara langsung ketika diselenggarakan giveaway pihak penyelenggara terutama pada akun Instagram Santriway mengalami kenaikan dalam hal pengikut akunnya menjadi lebih banyak dan lebih naik dalam hal kepopulerannya. Akan tetapi, disini tidak ada biaya dari peserta sama sekali jadi tidak dipermasalahkan.

Praktik promosi suatu produk yang saat ini mengalami kemajuan memberikan banyak kemudahan bagi pelaku bisnis dalam memasarkan suatu produknya. Di era yang semakin canggihnya teknologi komunikasi memberikan banyak pengaruh di bidang perdagangan terlebih lagi sekarang memasarkan suatu produk secara online. Kegiatan promosi yang dilakukan harus memiliki banyak poin untuk memberikan banyak kesan dan bisa menarik minat calon konsumen seperti harus memiliki karakter terhadap suatu produk yang akan ditawarkan, memiliki suatu hal yang menarik dalam melakukan periklanan, dan juga harus memiliki inovasi yang baik dimana yang bisa membedakan dari yang lain. Kegiatan promosi ini tidak hanya menggunakan iklan sebagai salah satu sarana strategi dalam memperkenalkan suatu produk, namun juga bisa menggunakan kiat-kiat dalam melakukan promosi penjualan. Berbagai macam bentuk dalam melakukan promosi yaitu pemberian hadiah, memberikan potongan harga (discount), undian berhadiah, percobaan secara gratis, dan masih banyak yang lainnya.

Setelah dilakukannya wawancara kepada owner dari online shop Santriway terhadap praktik promosi yang dilakukan dengan giveaway yang sedang marak saat ini bahwasannya took online @jincase.id mengadakan event giveaway atau pemberian hadiah bersyarat ini merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan untuk mempopulerkan produk yang sedang diperjual belikan. Promosi dengan bentuk semacam ini sedang digandrungi oleh peminat online shop. Dimana mereka memiliki keinginan yang cukup besar untuk bisa mendapatkan hadiah secara Cuma-Cuma tanpa mengeluarkan biaya untuk mendapatkannya. Sehingga, dimanfaatkan oleh Santriway untuk mengadakan event giveaway tersebut. Event ini diselenggarakan secara adil dan jujur. Dengan adanya kejujuran dan saling rela maka tidak merugikan pihak manapun. Pada hakikatnya, iklan adalah suatu tindakan dimana memuji dan mengeluarkan atas suatu barang atau jasa yang akan ditawarkan.

Suatu pujian harus dilakukan dengan jujur dan tidak ada unsur kebohongan didalamnya. Memberikan informasi kepada orang lain itu harus sesuai dengan kenyataan yang ada dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya jangan sampai memberikan suatu ujian itu secara berlebihan. Sehingga tindakan semacam ini tidak diperbolehkan, karena mengandung unsur kebohongan dan akan menyesatkan pihak lain. Sebagai seorang pelaku usaha tidak boleh berlaku curang dengan segala cara yang dilarang oleh syariat Islam hanya untuk mendapatkan banyak keuntungan dengan mempromosikan suatu produk yang tidak sesuai dengan kebenarannya. Dijelaskan bahwasannya di dalam pengiklanan harus menghindari

penipuan dan berlebih-lebihan dalam menyampaikan informasi, sebagaimana firman Allah dalam Q.S An-Nisa ayat 9 yaitu:

○٩ سَدِيدًا قَوْلًا وَلْيَقُولُوا لِلَّهِ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ عَلَيْهِمْ خَافُوا ضِعْفًا دَرَجَةً خَلْفَهُمْ مِنْ تَرَكُوا لُو الَّذِينَ وَلِيخْشَ

Terjemahnya :

Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar. (Q.S. 4. (An-Nisa]:9)

Berdasarkan penjelasan diatas bahwasannya praktik giveaway yang dilakukan oleh @jincase.id pada dasarnya adalah untuk memperkenalkan atau mempopulerkan online shop yang dimilikinya dan produk yang sedang diperjual belikan online shop tersebut. Melalui promosi dengan giveaway ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap popularitas online shop Santriway. Dimana dengan giveaway yang saat ini sedang trend dikalangan banyak orang terutama peminat online shop. Orang berlomba-lomba untuk bisa mendapatkan hadiah tanpa harus bersusah payah dan tanpa harus mengeluarkan biaya untuk mendapatkan hadiah tersebut.

Maka dengan cara giveaway ini atau pemberian hadiah ini diselenggarakan dengan adanya persyaratan yang sudah ditentukan. Persyaratan yang harus ditaati seperti harus follow akun Instagram Santriway, memberikan tanda suka, berfoto dengan produk dari Santriway dan dengan memberikan tanda akun Instagram orang terdekat. Dengan seperti pihak Santriway secara langsung telah mempromosikan online shopnya dan pengikut

juga bertambah secara signifikan. Praktik semacam ini dilakukan secara jujur dan terbuka tanpa adanya unsur kebohongan yang mendasari kegiatan tersebut. Dan dalam menentukan pemenangnya dilakukan secara adil sesuai dengan kriteria-kriteria yang ada. Tanpa harus memilih pihak-pihak tertentu untuk dijadikan pemenangnya. Dan hadiah yang sudah ditentukan dengan dikirimkan kepada yang berhak tanpa adanya sebuah kata formalitas untuk mendapatkannya. Dengan demikian berdasarkan prinsip muamalah bahwasannya praktik promosi dengan hadiah ini diperbolehkan. Sebab, dilakukan dengan tidak adanya unsur yang menyimpang dari syariat Islam.

Karena saat ini banyak persaingan antar pelaku usaha terutama dalam bidang bisnis online maka para pelaku usahapun melakukan promosi semenarik mungkin untuk menarik minat pelanggan tidak terkecuali dengan @jincase.id yang melakukan promosi yaitu dengan memanfaatkan pemberian hadiah atau yang sekarang lebih dikenal dengan sebutan giveaway. Tidak hanya giveaway saja melainkan ada beberapa metode pemberian hadiah yaitu seperti; beli satu dapat dua, doorprize, undian berhadiah, atau hadiah karena musim tertentu. Termasuk dengan potongan puzzle gambar yang dikumpulkan dari barang yang sudah dibeli. Jika melihat praktik giveaway yang sedang trend saat ini adanya ketentuan-ketentuan dengan sebatas menebak atau menjawab sebuah pertanyaan yang diberikan oleh penyedia atau memberikan tanda suka (like) fanpage, atau men-subscribe, akun channel youtube, tidak membutuhkan biaya selain modal dari internet itu sendiri.

Sehingga, seandainya pun salah dalam menjawab ataupun sudah men-subscribe tetapi tidak mendapatkan hadiahnya, sama sekali tidak ada unsur ruginya. Sehingga dalam hal ini praktik giveaway tidak ada unsur gharar, sebab itu hukum asalnya diperbolehkan.

Dengan begini jika mengacu pada uraian penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwasanya syarat-syarat yang dibuat oleh admin @jincase.id selaku pemberi hadiah merupakan hal yang diperbolehkan karena syarat-syarat tersebut sudah jelas. Syarat di atas diperbolehkan karena dijelaskan bahwa Syarat dan rukun hadiah dan sedekah sama dengan hibah, hanya saja dalam hadiah dan sedekah tidak disyaratkan dengan ijab qabul.

Dengan demikian, praktik promosi dengan giveaway pada akun Instagram @jincase.id ini diperbolehkan menurut syariat dan tidak adanya pelanggaran. Sebab, apa yang dilakukan dalam penyelenggaraan tersebut adalah murni dimana tidak mencari keuntungan semata. Semua dilaksanakan sesuai dengan dengan apa yang sudah menjadi aturan yang semestinya. Kecuali, praktik tersebut dilakukan hanya mencari keuntungan semata yang dimana justru akan merugikan peserta seperti halnya adanya unsur ketidakjujuran dari pihak penyelenggara giveaway, tidak adanya unsur transparansi antara pihak penyelenggara dan pihak peserta, atau adanya unsur perjudian itu tidak diperbolehkan.

Fiqih menyebutkan bahwasanya apabila hadiah diberikan kepada orang yang lebih rendah ataupun kepada orang yang setara dengan pemberi,

maka tidak wajib memberikan bayaran atas hadiah yang diterimanya, namun apabila hadiah diberikan kepada orang yang lebih tinggi ulama berbeda pendapat tentang hal tersebut.

Pendapat mengenai kewajiban memberikan timbal balik terhadap pemberian suatu hadiah apabila syarat tersebut tidak disebutkan di awal. Pendapat pertama muncul dikalangan ulama Hanafiyah dan Syafi'iyah, ulama tersebut berpendapat bahwa Tidak ada kewajiban memberikan timbal balik meskipun pada umumnya dalam pelaksanaan giveaway ini sudah biasa bahwasanya penerima hadiah wajib menanggung sendiri beban ongkir barang yang diperolehnya. Jadi penerima hadiah berhak menolak syarat pembebanan biaya ongkir tersebut kepada pemberi hadiah, namun apabila si penerima hadiah ridho ataupun menerima syarat tersebut maka hukumnya dibolehkan juga karena dalam pendapat pertama ini hukumnya tidak ada kewajiban untuk memberikan timbal balik, jadi kesimpulan dari pendapat yang pertama ini adalah tergantung ridho atau tidaknya si penerima hadiah.

Pendapat kedua muncul dikalangan Malikiyah dan Hanabilah, pendapat kedua mengatakan bahwasanya wajib memberikan timbal balik dengan catatan adanya (Urf) atau adanya kebiasaan mengenai pembebanan ongkir ditanggung oleh penerima hadiah dalam praktik giveaway pada umumnya, meskipun hal tersebut tidak ada persyaratan di awal mengenai pembebanan biaya ongkirnya. Lalu apabila terjadi perselisihan antara pemberi hadiah dan penerima hadiah, maka menurut pendapat kedua ini tetap

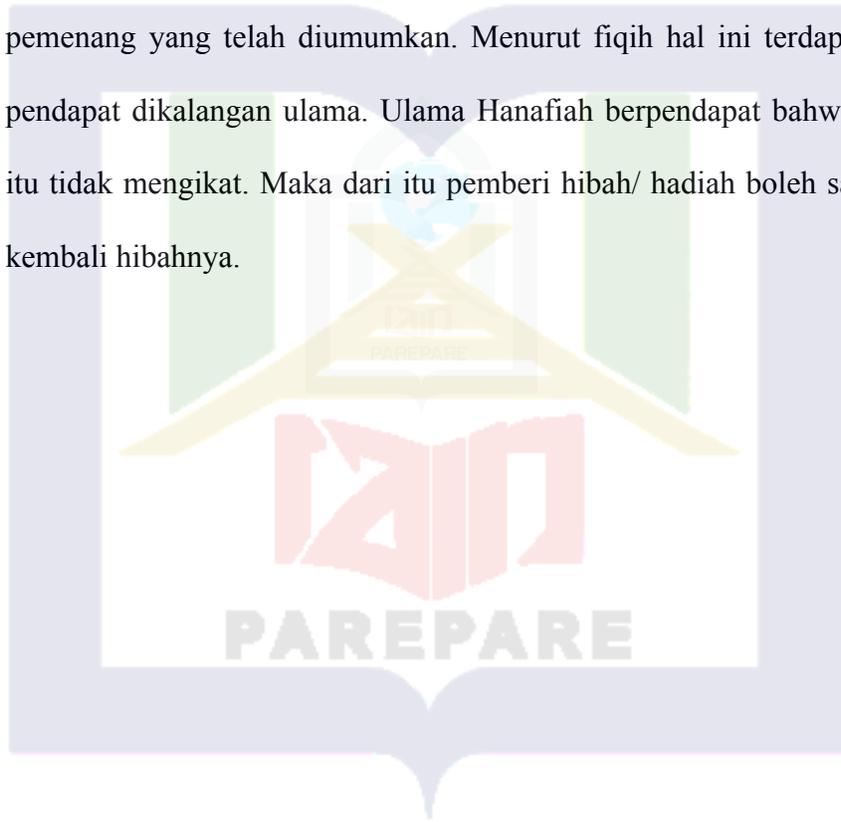
dimenangkan oleh pihak pemberi hadiah jika memang adat atau kebiasaannya dalam giveaway sudah seperti itu dan juga menurut pendapat malikiyah dan hanabilah ini penerima hadiah wajib memberikan timbal balik ketika mendapatkan hadiah. jadi dapat disimpulkan menurut pendapat kedua lebih mengedepankan adat kebiasaan.

Hal ini juga tidak mempengaruhi akad pada saat diawal, karena rukun dan syarat pada akad ini tidak ada yang berkurang dan sudah jelas dan terpenuhi, pembenaran biaya ongkir tidak mungkin disatukan dengan syarat-syarat yang ada diawal karena syarat yang dijelaskan diawal merupakan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh semua peserta giveaway pada saat proses giveaway berjalan hanya saja sedangkan biaya ongkir merupakan syarat yang harus dipenuhi ketika hadiah akan diambil. Maka dari itu untuk pembebanan biaya ongkir ini jika peserta termasuk orang baru yang mengikuti giveaway sebaiknya menanyakan kepada admin sebelum mengikuti giveaway ini agar tidak terjadi miss antara pemberi hadiah dan penerima hadiah. admin giveaway sendiri menganggap ini sudah biasa bahwa biaya ongkir biasanya ditanggung pemenang sesuai pengalaman pribadinya tentang giveaway yang dilakukan orang lain sebelumnya.

Dengan begini penulis menyimpulkan terkait adanya beban ongkir yang ditanggung oleh pemenang giveaway merupakan sesuatu yang dibolehkan karena dua pendapat diatas secara garis besar menyampaikan boleh apabila penerima hadiah ridho dan disisi lain dalam pelaksanaan giveaway

pada umumnya sudah seperti itu bahwasanya beban ongkir tetap ditanggung oleh penerima hadiah.

Kemudian mengenai pembatasan waktu pengambil dalam giveaway tersebut, dijelaskan bahwasanya pada saat pemenang terpilih langsung menghubungi admin dengan ketentuan waktu maksimal 1x24 jam. Jika melebihi batas yang telah ditentukan maka hadiah dianggap hangus. karena hal seperti itu sama saja membatalkan hadiah yang akan diterima oleh pemenang yang telah diumumkan. Menurut fiqih hal ini terdapat perbedaan pendapat dikalangan ulama. Ulama Hanafiah berpendapat bahwasanya hibah itu tidak mengikat. Maka dari itu pemberi hibah/ hadiah boleh saja mencabut kembali hibahnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang dikemukakan dalam skripsi ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan undian berhadiah giveaway via instagram @jincase.id yang diadakan oleh beberapa toko bahwa ada syarat mengikuti giveaway yang harus terpenuhi, tujuan giveaway, cara menentukan pemenang, hadiah bagi pemenang, dan pemberi hadiah.
2. Tinjauan hukum Islam terhadap undian berhadiah giveaway via instagram @jincase.id. Bahwa syarat giveaway yang diadakan oleh penyelenggara tersebut hukumnya dibolehkan dan tidak melanggar hukum Islam. Sementara hukum Islam mengenai tujuan giveaway dari penyelenggara penyelenggara adalah tidak termasuk larangan dalam Islam. Adapun tujuan giveaway dari peserta yaitu hukumnya boleh, ada juga tujuan peserta untuk mendapatkan hadiah, tetapi harus membeli barang karena ingin mengikuti giveaway. Maka tujuan ini tergolong kedalam maisir/qimar yang diharamkan dalam syariat Islam. Adapun hukum dari cara dalam menentukan pemenang dibolehkan. Sementara hadiah bagi pemenang telah sesuai dengan hukum Islam, karena barangnya jelas dan barangnya sah diperjual belikan. Pemberian hadiah yang berasal dari

penyelenggara dan sponsor hukumnya disunnahkan, Karena pemberian hadiahnya tidak dengan cara unsur memakan harta orang lain secara bathil.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diajukan dalam skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan, peneliti menyarankan kepada beberapa pihak ialah:

1. Bagi pihak yang mengadakan giveaway membuat syarat dan menentukan pemenang giveaway harus jelas dan sesuai dengan hukum Islam dan terbuka kepada pesertanya dan harus adil dalam menentukan pemegang.
2. Bagi peserta giveaway harus sebisa mungkin memilih dalam mengikuti giveaway dan mengetahui yang mana giveaway diperbolehkan dalam Islam sehingga nantinya tidak terjerumus dalam giveaway diharamkan oleh Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Dan Karin

- Ahmad Azhar Basyir, “*Asas-asas Hukum Muamalat*”, (Hukum Perdata Islam) (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2014)
- Arianti, Farida, , “*Fikih Muamalah II*”, (Batusangkar, STAIN Batusangkar Press, 2014)
- Desti Putri Lestari, “Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online di Surabaya Melalui Instagram”, *Jurnal Coomoline Departemen Komunikasi*, Vol. 4, No. 2, 2015.
- Dita Mardianti , Analisis Hukum Islam Terhadap Pemberian Giveaway Bersyarat Dalam Akun Instagram @Sakinaholshopsby, Skripsi, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019
- Ika Wahyuni, “Strategi Viral Marketing Melalui *Instagram* dalam Meningkatkan Penjualan,” *Skripsi UIN Sunan Kalijaga* (2016).
- Ika Wahyuni, Strategi Viral Marketing Melalui Instagram dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Selfie Contest Avoskin Beauty), Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.
- John M. Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1976)
- Kementerian Agama RI, (2012). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: Syamil Qur'an.
- Luthfi Nuraini Sandra Putri, Isnurrini Hidayat Susilowati, Mengutip Dari Thoyibie “Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Toko Zizara Depok” *Jurnal Cakrawala*, Vol 17, No 2, 2017
- Manan, Abdul, “*Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*”. Ed I. Cet 1, (Jakarta, Kencana Pranada Media Group 2012)
- Mardani. “*Fiqh Ekonomi Syariah*”.(Jakarta: Kencana, , 2016)
- Moelong L, J, *Metode Penelitian Kualitatif*(Bandung: Remaja Rosda Karya,2006)

- Muhammad Ali As-Shabuny, *Rawa'i Al-Bayan fi Tafsir Ayat Al- Ahkami*,(Semarang: CV. Asyi-Syifa, 1994).
- Muhammad Bahaur Rijal, “Analisis Akad *Google Adsense* Perspektif Hukum Islam,”
- Muhammad Kamal Zubair, dkk. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare* (Parepare: IAIN Parepare, 2020).
- Muslim Salam, *Metodologi Penelitian Sosial Kualitatif Menggugat Doktrin Kualitatif* (Makassar: Masagena Press, 2011).
- Paisol Burlian, *Patologi Social*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2016).
- Rachmat Syafi'i, *Fiqih Muamalah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2012)
- Siska Amalia Al Husna, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Undian Berhadiah Dengan Modus Pembukaan Toko Baru Oleh Pelaku Usaha Elektronik Pada Pusat Perbelanjaan Ponogoro City Center*, Skripsi,Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2017
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT.Rinaka Cipta, 2002).
- Syamsul Anwar, “*Hukum Perjanjian Syariah*”, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2007)



LAMPIRAN



SRN IP0001014

dari 2

**PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111. Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 1014/IP/DPM-PTSP/12/2023

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA

NAMA : **MUH. ZULKIFLI**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

Jurusan : **HUKUM EKONOMI SYARIAH**

ALAMAT : **MAJAKKA B, KAB. PINRANG**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK GIVE AWAY PADA AKUN INSTAGRAM DI KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **PIMPINAN TOKO APRIL SHOP KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **13 Desember 2023 s.d 05 Januari 2024**

- a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
- b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **15 Desember 2023**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM

Pembina Tk. 1 (IV/b)

NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-2785/In.39/FSIH.02/PP.00.9/11/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

08 November 2023

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : MUH. ZULKIFLI
Tempat/Tgl. Lahir : MAJJAKKA, 26 Oktober 2001
NIM : 19.2200.107
Fakultas / Program Studi : Syariah dan Ilmu Hukum Islam / Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : JL. POROS PARE PINRANG KM 11, KEL. WATANG PULU, KEC. SUPPA, KAB. PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK GIVE AWAY PADA AKUN INSTAGRAM DI KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Nopember sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag.
NIP 197609012006042001



NAMA MAHASISWA : Muh Zulkifli
 NIM : 19.2200.107
 FAKULTAS : Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
 PRODI : Hukum Ekonomi Syariah
 JUDUL :
 Tinjauan Hukum islam terhadap Praktik Give Away Pada
 Akun Instagram Aprilshop Di Kota Parepare

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana definisi giveaway menurut anda?
2. Apa yang melatar belakangi anda untuk menyelenggarakan giveaway?
3. Apa tujuan dari diadakannya giveaway?
4. Bagaimana alur pelaksanaan giveaway yang anda selenggarakan?
5. Apa saja persyaratan dan ketentuan dalam giveaway yang anda selenggarakan?
6. Bagaimana cara anda menentukan pemenang giveaway?
7. Berapa kali anda menyelenggarakan giveaway?

8. Apakah ada perubahan pada online shop setelah menyelenggarakan praktik giveaway?
9. Apakah ada perubahan pada online shop setelah menyelenggarakan praktik giveaway?
10. Apakah ada perubahan pada online shop setelah menyelenggarakan praktik giveaway?
11. Apakah ada hambatan dalam pelaksanaan giveaway yang anda selenggarakan?
12. Apakah pernah ada komplain mengenai giveaway, jika ada bagaimana cara mengatasinya?
13. Apakah giveaway termasuk dalam strategi promosi online shop anda?
14. . Bagaimana cara anda menentukan pola pelaksanaan giveaway dalam online shop anda?
15. Menurut anda apakah praktik giveaway efektif bagi online shop anda?

Parepare, 5 Oktober 2023

Mengetahui,-

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag
NIP: 1973029 200501 1 00 4

Rustam Magun Pikhulan, S.HI., M.H
NIP: 19940221 201903 1 011



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Rika Jayadi, S.H**
Jabatan : Owner @jincase.id
Alamat : Jalan Lasinrang

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Muh.Zulkifli
NIM : 19.2200.107
Fakultas : Syariah Dan Hukum Islam
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Universitas : Institut Agama Islam Negeri Parepare

Telah selesai melakukan penelitian mengenai untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK *GIVE AWAY* PADA AKUN *INSTAGRAM@JINCASE.ID* DI KOTA PAREPARE". Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dapat digunakan seperlunya, terimakasih.

Parepare, 21 Juni 2024

Rika Jayadi, S.H

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

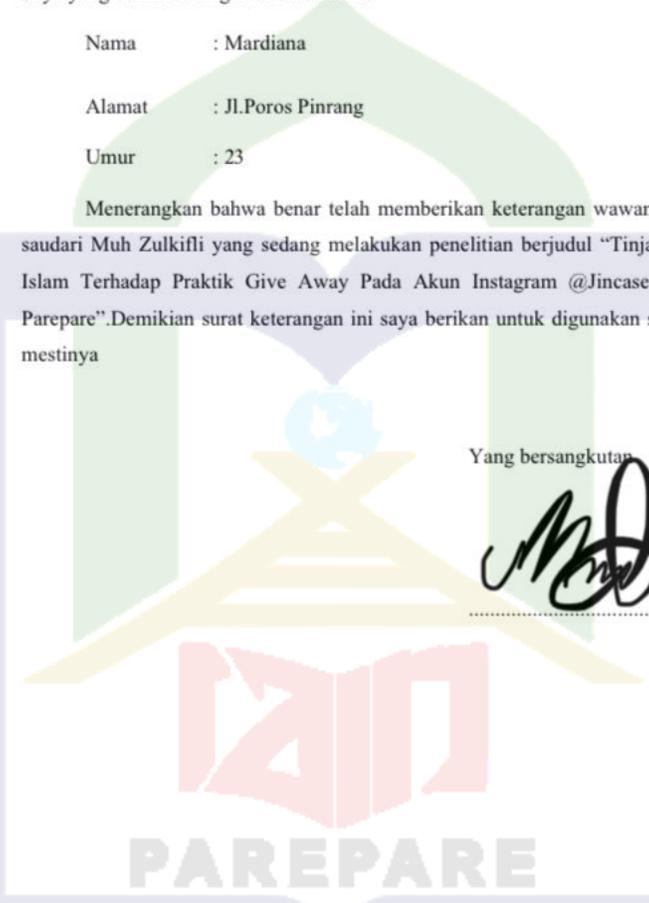
Nama : Mardiana

Alamat : Jl.Poros Pinrang

Umur : 23

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Muh Zulkifli yang sedang melakukan penelitian berjudul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Give Away Pada Akun Instagram @Jincase.id Di Kota Parepare".Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Yang bersangkutan



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yassir

Alamat : Jl.Mangga

Umur : 21

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Muh Zulkifli yang sedang melakukan penelitian berjudul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Give Away Pada Akun Instagram @Jincase.id Di Kota Parepare".Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Yang bersangkutan



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rika Jayadi

Alamat : Jl.Lasinrang

Umur : 22

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Muh Zulkifli yang sedang melakukan penelitian berjudul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Give Away Pada Akun Instagram @Jincase.id Di Kota Parepare".Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Yang bersangkutan



PAREPARE



Wawancara Dengan Rika Jayadi (Pemilik Akun Instagram @jincase.id)



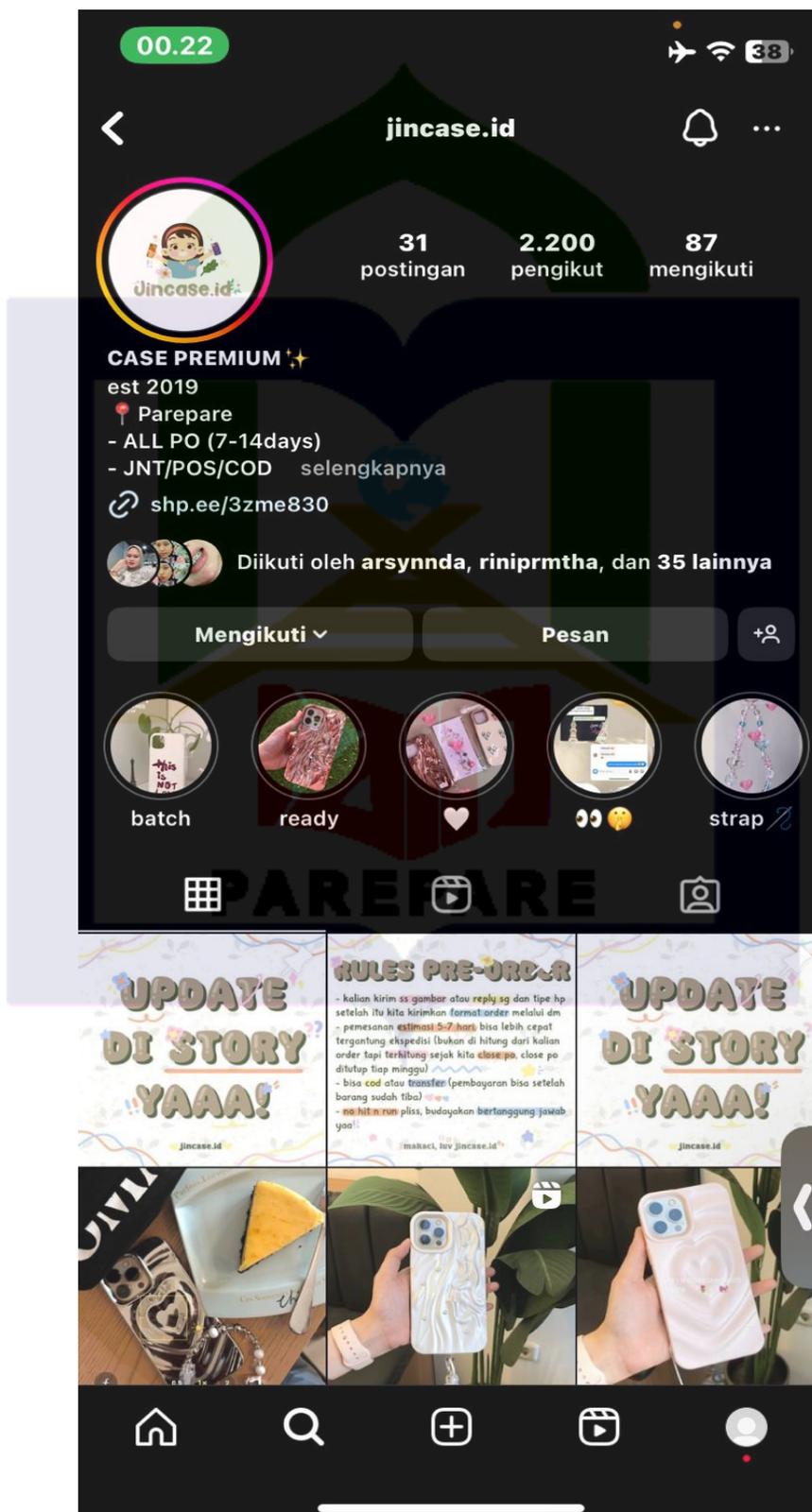
Wawancara Dengan Rika Jayadi (Pemilik Akun Instagram @jincase.id)



Wawancara Dengan Safta (Pemenang Give Away Akun Instagram @jincase.id)



Wawancara Dengan Diana (Pemenang Give Away Akun Instagram @jincase.id)



Give Away Time!

Follow the rules

1. Follow Instagram @jincase.id
2. Share foto atau postingan @jincase.id
3. Tag instagram @jincase.id
4. Tag teman kamu sebanyak-banyaknya
5. Buat caption semenarik mungkin

Pemenang Diumumkan Lewan Insta Story

Good Luck!

@jincase.id

PAREPARE

BIOGRAFI PENULIS

Muh Zulkifli lahir pada tanggal 26 Oktober 2001 di Majakka. B, Kec. Suppa, Kab. Pinrang, anak kedua dari 4 bersaudara, dari pasangan Bapak Rustan dan Ibu Marwah. Penulis memulai pendidikan di tingkat TK UMDI MENRO lulus pada tahun 2007, lanjut SD 105 Majakka. B lulus pada tahun 2013, lanjut Mts Ponpos Albadar Parepare lulus pada tahun 2016, lanjut MA Ponpes Albadar Parepare lulus pada tahun 2019, lanjut pendidikan strata satu (S1) di institut agama islam negeri parepare program studi Hukum Ekonomi Syariah. Pengalaman organisasi penulis pernah bergabung di organisasi daerah Ikatan Mahasiswa Suppa Bersatu (IMSAB), IKATAN PELAJAR NU (IPNU), Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI), Himpunan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HMPS HES), Senat Mahasiswa Fakultas Syariah & Ilmu Hukum Islam (SEMA FAKSHI), Senat Mahasiswa Institut (SEMA INSTITUT), Asosiasi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah indonesia (ASHESI INDONESIA). Penulis juga pernah mengikuti Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Pengadilan Agama Kab. Barru dan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di desa Leworeng, Kec. Donri-Donri, kab. Soppeng.

