

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin pesat dan modern baik dalam bidang bisnis, pendidikan, sosial, dan budaya. Pesatnya teknologi dan komunikasi dipengaruhi oleh penggunaan layanan internet yang cepat. Dimana layanan internet dapat mengubah sebuah bisnis yang mulanya antara penjual dan pembeli saling bertatap muka, kini dengan melalui alat komunikasi seperti handphone tanpa saling bertatap muka secara langsung dapat melakukan bisnis. Aplikasi bisnis melalui internet atau yang biasa disebut *e-commerce* menjadi wahana baru antara penjual dan pembeli tanpa harus bertemu secara fisik.

E-commerce (electronic commerce) adalah sebuah proses transaksi jual beli dengan menggunakan alat elektronik, seperti handphone dan internet. Penggunaan *e-commerce* pada saat ini merupakan syarat bagi sebuah organisasi atau perusahaan itu dapat bersaing secara global. peneliti banyak melihat dampak positif yang diberikan *e-commerce* dibanding dampak negatifnya, seperti pada bisnis online.¹ Dampak positif *e-commerce* misalnya dapat meningkatkan penjualan secara cepat dan efisien, begitu juga dapat menghemat waktu dan biaya bagi pelaku bisnis.

Bisnis online di era sekarang merupakan prospek begitu besar bagi penjual. Dimana penjual begitu mudah dalam memasarkan produknya tanpa harus membuang waktu dan dapat menghemat biaya operasional publikasi atau komunikasi. karena dalam membeli kebutuhan yang diinginkan pembeli dapat berbelanja menggunakan handphone tanpa harus saling bertatap muka secara langsung. Pemanfaatan bisnis *online* melalui *e-commerce* berimplikasi pada

¹ Siti Maryama, "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha" *Jurnal Liquidity*, (Jakarta), Vol.2 Nomor 1, 2013, hlm.73.

peningkatan pelayanan terhadap pelanggan dapat dimanfaatkan sebagai kompetitor atau pesaing.²

Meningkatkan penjualan, pelaku bisnis tidak hanya menawarkan produk saja melainkan juga berinovasi agar penjualan naik dan konsumen tertarik dengan produk mereka. Salah satunya dengan mengadakan praktik *giveaway*. *Giveaway* adalah sebuah kegiatan berupa hadiah gratis kepada siapa saja sesuai dengan produk yang telah dijanjikan oleh sponsor, namun peserta harus memenuhi syarat untuk mendapatkan hadiah gratis tersebut. Misalnya, harus mengirimkan ke sosial media atau mengirimkan komentar kedalam postingan penyelenggara.³

Praktik *giveaway* merupakan ajang promosi produk yang dilakukan oleh penyelenggara. Produk yang telah terposting di media sosial, kemudian banyak dilihat oleh pembeli secara online, tentu saja hal ini merupakan pengiklanan produk. dapat dikatakan bahwa *giveaway* sebagai strategi promosi yang dikemas melalui kompetisi. jika kompetisi tentunya ada yang menang dan tidak menang. Bagi pemenang akan mendapatkan hadiah, sedangkan yang tidak menang maka tidak mendapatkan apapun. Bagi yang beruntung dalam *giveaway* tersebut maka pemenang akan diumumkan melalui media sosial.⁴

Kajian penelitian yang akan dilakukan, peneliti tertarik untuk membahas mengenai *giveaway* yang sedang ramai di masa kini. Praktik *giveaway* sering digunakan pelaku bisnis media *online* untuk menarik konsumen dan sebagai strategi promosi. Tentunya dengan adanya promosi yang dilakukan oleh pelaku bisnis, akan meningkatkan penjualan produk di media sosial. *Giveaway* dibagi

² Siti Maryama, "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha" Jurnal Liquidity, (Jakarta), Vol.2 Nomor 1, 2013, hlm.73.

³Theaster, "Apasih Sebenarnya Giveaway itu?", <http://www.nyepik.com/2016/05/apasih-sebenarnya-giveaway-itu>, diunduh tanggal 27 Oktober 2022, jam 20.50 WIB.

⁴ Isnaini Nur Fatima, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Giveaway pada Transaksi Online Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)", Uin Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018.

dengan beberapa sistem yaitu *giveaway* tanpa syarat, *giveaway* dengan membeli barang dan *giveaway* dengan pertanyaan.⁵

Pelaksanaan praktik *giveaway* ini juga dilaksanakan oleh salah satu pelaku bisnis yaitu @socku.fuku. @socku.fuku adalah salah satu online shop yang ada di Depok yang berada di Gg. Majlis Jalan Lingkungan Cipayang No.152, RT.02/RW.21, Abadijaya, Kec. Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat 16417. @socku.fuku hanya menjual satu item saja yaitu kaos kaki dengan berbagai macam ukuran dan warna yang berbeda-beda. Untuk memperkenalkan atau mempromosikan produk mereka yang telah disebutkan diatas, maka pihak @socku.fuku mengadakan *giveaway* yang bersyarat. Praktek *giveaway* yang diselenggarakan @socku.fuku, dilakukan dengan memposting produk di media sosial yaitu Instagram. Kemudian pihak @socku.fuku yang mengadakan *giveaway* akan memberikan ketentuan atau syarat untuk bisa ikut dalam *giveaway* tersebut. Ketentuan atau syarat tersebut yaitu:

1. Peserta wajib menggunakan akun Instagram yang asli dan tidak dikunci/di private.
2. Wajib mengikuti akun Instagram @socku.fuku.
3. Memberikan Like dan Comment pada postingan di Instagram @socku.fuku dengan pantun lucu serta tag/mention 2 orang teman.⁶

Adanya suatu persyaratan dan ketentuan dari penyelenggara mengakibatkan adanya suatu kesepakatan dari kedua belah pihak, yaitu antara penyelenggara dan peserta. Peserta pun akan di bagi menjadi dua yaitu, peserta yang menang dan peserta yang tidak menang. Peserta akan mendapatkan hadiah atas apa yang mereka lakukan namun hanya beberapa peserta saja yang mendapatkannya. Dan peserta yang tidak menang tidak mendapatkan apapun

⁵Afriza Hanifa, "Maraknya Promo Giveaway Bagaimana Hukumnya dalam Islam", dikutip dari <http://www.muslimahdaily.com> diunduh tanggal 27 Oktober 2022, jam 22.50 WIB.

⁶Angga Syahputra, Pemilik akun @socku.fuku, wawancara pribadi, 26 Oktober 2022, jam 13.00-selesai.

atas apa yang mereka lakukan.⁷ Berdasarkan keterangan tersebut, apakah hadiah *giveaway* merupakan suatu imbalan atas apa yang telah mereka lakukan. atau sebagai hadiah yang diberikan secara umum, atau hadiah dalam kategori hibah.

Adapun ayat Al-Qur'an menjelaskan dalam firman Allah SWT Surat Al-Maidah 90:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا حُرِّمُوا عَلَيْكُمْ الشَّرْبَ الْكَبِيرَ وَالْمَيْمُونَةَ وَالْمَيْمُونَةَ وَالْمَيْمُونَةَ وَالْمَيْمُونَةَ وَالْمَيْمُونَةَ
الْمَيْمُونَةَ وَالْمَيْمُونَةَ وَالْمَيْمُونَةَ وَالْمَيْمُونَةَ وَالْمَيْمُونَةَ وَالْمَيْمُونَةَ وَالْمَيْمُونَةَ وَالْمَيْمُونَةَ

Artinya: “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”.⁸

Bahwa ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan umatnya untuk menjauhi perbuatan yang dilarang seperti berjudi, mengundi nasib, apabila dijauhi akan mendapatkan keberuntungan bagi umatnya.

Dari Abu Hurairah r.a Nabi SAW bersabda:

رَوَى عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: لَنْ تَرَوْا مَا دُونَ ذَلِكَ حَلَبَ
(رواه الب بخاري) فِي ذَلِكَ الْمَوْضِعِ وَأَبُو يُؤَيُّ عَطَى بِمَا سَأَلَ مِنْهُ سِوَى

Artinya: 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.⁹

⁷ Isnaini Nur Fatima, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Giveaway pada Transaksi Online Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)”, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018, hlm. 82.

⁸ Fadhal AR, Bafadal, Al-Qur'an dan terjemahan, (Jakarta: Pustaka Agung Harapan, 2006)

⁹ Muhammad bin Ismail Al-Amir Ash-Shan'ani, “Subulus salam Syarah Bulugul Maram terjemahan Al-Fauzan Darwis, terj. Muhammad Isnan”, Jilid 2, (Jakarta: Cipinang Muara, 2010), 555.

Hadis Bukhari di atas menjelaskan bahwa Rasulullah tidak melarang seseorang yang ingin memberi hadiah kepada saudaranya tetapi dengan diberikan kepada seseorang tanpa mengharapkan imbalan apapun dan tanpa diminta sebelumnya. Akan tetapi tidak dibolehkan memberikan hadiah dengan ketentuan atau syarat.

Peserta harus menunggu hasil dari pihak penyelenggara yang dimana harus sesuai syarat dan ketentuan berlaku. Bagi peserta sebenarnya untung-untungan untuk mendapatkan hadiah, karna mereka belum tentu mendapatkan hadiah saat mengikuti giveaway. Sifat untung-untungan ini berindikasi pada ketidakjelasan serta adanya unsur judi atau maisir bagi peserta. tentunya apabila tidak adanya kejelasan serta adanya unsur judi, maka akan ada salah satu pihak yang dirugikan, hal tersebut tidak diperbolehkan dalam Islam.

Mengingat Praktik *giveaway* tidak diatur secara baku dan membutuhkan jawaban atas hukumnya, maka penulis perlu mengkaji apakah praktik *giveaway* yang dilaksanakan oleh @socku.fuku sudah sejalan dengan Fiqh Muamalah atau belum. Maka penulis tertarik untuk membahas dan menganalisis masalah tersebut dan menyusun penelitian dengan judul “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik *Giveaway* sebagai Promosi *Online Shop* Di Instagram (Studi Kasus di akun Instagram @socku.fuku)”

B. Rumusan Masalah

Giveaway adalah sebuah kegiatan berupa hadiah gratis kepada siapa saja sesuai dengan produk yang telah dijanjikan oleh sponsor, namun peserta harus memenuhi syarat untuk mendapatkan hadiah gratis tersebut. Misalnya, harus mengirimkan ke sosial media atau mengirimkan komentar kedalam postingan penyelenggara. Mengingat praktik *giveaway* tidak diatur secara baku dan membutuhkan jawaban atas hukumnya, maka dari itu penulis akan merumuskan suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik *giveaway* sebagai promosi *online shop* di *instagram* akun @socku.fuku?

2. Bagaimana tinjauan Fiqh Muamalah terhadap ketentuan praktik *giveaway* sebagai promosi *online shop* di *instagram* akun *@socku.fuku*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pedoman pada rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui praktik *giveaway* sebagai promosi *online shop* di *instagram @socku.fuku*.
2. Untuk mengetahui tinjauan fiqh muamalah terhadap ketentuan praktik *giveaway* sebagai promosi *online shop* di *instagram @socku.fuku*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai saran pengembangan ilmu dibidang muamalah dalam realitas perekonomian di masyarakat yang berkaitan dengan fiqh muamalah dalam praktik *giveaway* sebagai promosi *online shop*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui pandangan fiqh muamalah terhadap praktik *giveaway* sebagai promosi *online shop*.
- b. Bagi pelaku usaha dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melaksanakan praktik *giveaway* sesuai dengan syariah Islam. Dan dapat dijadikan sebagai solusi untuk masalah tersebut.

E. Studi Terdahulu

Pembahasan pertama yang digunakan peneliti untuk memperoleh hasil penelitian yang obyektif dan mendapatkan wawasan yang luas, peneliti menggunakan referensi dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan tema sebagai berikut:

Berawal dari penelitian yang ditulis oleh Hartik Rahayu Uin Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Analisis Hukum Islam Terhadap Undian Berhadiah Shopee Serba 10.000 (Studi Kasus Aplikasi Shopee)”. Dalam Skripsi ini membahas undian berhadiah yang ada diaplikasi Shopee, di mana dalam

undian yang serba 10.000 diberikan kepada seluruh peserta yang telah memenuhi persyaratan tersebut. Tentunya seluruh persyaratan dan ketentuan ini telah disampaikan sejak awal oleh pihak penyelenggara. Dan para peserta mengetahui syarat ketentuan undian berhadiah yang akan diikuti. Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, studi dokumenter terhadap beberapa narasumber dan studi kepustakaan yang digunakan untuk memperkuat analisis. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa praktik undian berhadiah Shopee serba 10.000 tidak ada unsur pemaksaan maupun penipuan oleh pihak Shopee karena semua syarat dan ketentuan yang dicantumkan dapat dilihat oleh semua pengguna yang mengikuti hadiah shopee serba 10.000. Menurut hukum Islam praktik tersebut sah dan diperbolehkan karena tidak ada unsur yang mengandung kerugian atau mudharat.¹⁰

Berdasarkan penelitian di atas, terdapat perbedaan dari penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu dari segi analisis yang digunakan. Penelitian ini menggunakan hukum islam tanpa ada spesifikasi. Sedangkan penulis menggunakan fiqh muamalah sebagai analisis yang lebih spesifik.

Lisdiana UIN Raden Intan Lampung yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah (Studi pada Alfamart Way Dadu Sukorame Bandar Lampung)”. Dalam Skripsi ini membahas mengenai pelaksanaan promosi dengan menggunakan hadiah yang dilakukan oleh Alfamart tersebut. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dan menganalisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa promosi dengan menggunakan hadiah pada Alfamart ini dengan cara belanja Rp. 40.000 (kecuali rokok, susu bayi satu tahun, voucher pulsa) dan mengumpulkan kode unik di struk hingga membentuk kata ALFA atau ALFAMART. Menurut Hukum Islam bahwa promosi menggunakan hadiah yang dilakukan Alfamart ini dilarang karena mengandung unsur ketidakjelasan, merugikan sebelah pihak dan mengkondisikan konsumen hidup

¹⁰ Hartik Rahayu, “Analisis Hukum Islam Terhadap Undian Berhadiah Shopee Serba 10.000 (Studi Kasus Aplikasi Shopee)”, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019, hlm.5.

mubazir. jadi promosi dengan menggunakan hadiah di Alfamart Way diharamkan karena adanya unsur *gharar*, *qimar* dan mubazir.¹¹

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya terdapat perbedaan dari penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu dari segi analisis yang digunakan. Penelitian ini menggunakan hukum islam tanpa ada spesifikasi. Sedangkan penulis menggunakan fiqm muamalah sebagai analisis yang lebih spesifik.

Isnaini Nur Fatima UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik *Giveaway* pada Transaksi Online Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)”. dalam skripsi ini membahas mengenai *giveaway* yang diselenggarakan hampir seluruh online shop. penelitian ini bersifat deskriptif analitis yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran umum praktik *giveaway* secara utuh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *giveaway* yang menentukan pemenang dengan sistem undian dan penilaian. Sehingga tidak semua peserta dapat menerima hadiah. Berdasarkan itu proses pengundian tersebut ada unsur *gharar* dan *maisir*.¹²

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai *giveaway*. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu, pada kajian obyek yang diteliti serta analisis yang digunakan. pada penelitian sebelumnya menggunakan analisis hukum islam untuk mengetahui praktik *giveaway* pada transaksi online shop dan lebih menekankan pada transaksi yang dilakukan. Sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan melihat praktik *giveaway* dari kacamata fiqh muamalah yang lebih spesifik. Serta untuk mengetahui kesesuaian pelaksanaan praktek *giveaway* sebagai promosi online shop dan fiqh muamalah.

¹¹ Lisdiana, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah (Studi Pada Alfamart Way Dadi Sukorame Bandar Lampung)”, UIN Raden Intan, Surabaya, 2018, hlm.2.

¹² Isnaini Nur Fatima, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Giveaway pada Transaksi Online Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) ”, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018, hlm. 82.

Dita Mardianti UIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Analisis Hukum Islam Terhadap Pemberian *Giveaway* Bersyarat Dalam Akun Instagram @Sakinaholshopsby”. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Dan permasalahan dari penelitian terdahulu ini adalah ada kejanggalan 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, karna mendapatkan hadiah gratis menjadi sia-sia.¹³

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah membahas tentang bagaimana praktik pemberian hadiah bersyarat dalam akun Instagram tersebut, sedangkan penulis membahas mengenai *giveaway* dari kacamata fiqh muamalah.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

NO	PENULIS	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Hartik Rahayu (2019)	Analisis Hukum Islam Terhadap Undian Berhadiah Shopee Serba 10.000 (Studi Kasus Aplikasi Shopee)	Sama-sama menggunakan metode kualitatif dan analisis deskriptif	Menggunakan Hukum Islam tanpa ada spesifikasi sedangkan penulis menggunakan fiqh muamalah sebagai analisis yang lebih spesifik

¹³ 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.

2.	Lisdiana (2018)	Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah (Studi Kasus di Alfamart Way Dadi Sukorame Bandar Lampung)	Sama-sama menggunakan metode kualitatif dan analisis deskriptif	Menggunakan Hukum Islam tanpa ada spesifikasi sedangkan penulis menggunakan fiqh muamalah sebagai analisis yang lebih spesifik
3.	Isnaini Nur Fatima (2018)	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Giveaway Pada Transaksi Online Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta	Sama-sama meneliti mengenai giveaway	Menggunakan Hukum Islam tanpa ada spesifikasi sedangkan penulis menggunakan fiqh muamalah sebagai analisis yang lebih spesifik
4.	Dita Mardianti (2019)	Analisis Hukum Islam Pada Pemberian Giveaway Bersyarat Dalam Akun Instagram @Sakinaholshopsby	Sama-sama meneliti mengenai giveaway	Membahas tentang bagaimana praktik pemberian hadiah bersyarat

F. Kerangka Berpikir

Secara etimologi, akad berasal dari bahasa arab yaitu عَقْدٌ (‘*aqada*, *yu’qidu*, ‘*aqdan*) yang berarti perjanjian atau persetujuan. Kata ini juga bisa diartikan tali yang mengikat karena akan adanya ikatan antara orang yang berakad. Dalam kitab fiqh sunnah, kata akad diartikan dengan hubungan dan kesepakatan. Berkenaan dengan makna umum akad, para ulama menjelaskan firman Allah SWT dalam Surat Al-Maidah Ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu.....”¹⁴

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kita untuk menepati “janji” yang telah disepakati. Menurut Hasan sebagaimana dikutip *al-Qurthubi* maksud akad disini akad yang dilakukan oleh manusia dengan sesamanya, seperti jual beli, sewa-menyewa atau upah mengupah, nikah, kerjasama atas lahan pertanian. Dan akad yang berhubungan dengan manusia terhadap dalam rangka ibadah kepada Allah secara langsung, seperti haji, puasa, nazar.

Kata akad jamaknya (*al-‘uqud*). Secara Bahasa berarti ikatan, mengikat. Sedangkan menurut istilah *al-rabth* yaitu menghimpun atau mengumpulkan dua ujung tali dan mengikat salah satu pada yang lainnya hingga keduanya bersambung dan menjadi seperti seutas tali yang satu. Dikatakan ikatan adalah menghimpun atau mengumpulkan dua ujung tali dan mengikatkan salah satunya pada yang lain agar keduanya menjadi satu.¹⁵ Akad adalah suatu perikatan antara ijab dan kabul dengan cara yang dibenarkan syara’ yang menetapkan adanya akibat-akibat hukum pada obyeknya.¹⁶

¹⁴ Fadhal AR, Bafadal, Al-Qur’an dan terjemahan, (Jakarta: Pustaka Agung Harapan, 2006)

¹⁵ Masjupri, Buku Daras Fiqh Muamalah, (Sleman:Asna Litera, 2013), hlm.49.

¹⁶ Shalah ash-Shawi & Abdullah al-Mushlih, “Fikih Ekonomi Islam”,(Jakarta: Darul Haq, 2015), hlm. 26.

Unsur akad adalah sesuatu yang merupakan pembentukan adanya akad. Dikalangan *fuqaha* terdapat perbedaan pendapat mengenai unsur pembentukan tersebut yang terdiri dari rukun dan syarat. Dengan rukun, menurut madzhab jumhur (Syafi’I, Maliki, dan Hambali), dimaksudkan sebagai unsur-unsur yang membentuk akad, dalam hal ini adalah:

- a. *Al-Aqidain*, yaitu para pihak yang terlibat langsung dengan akad.
- b. *Mahallul aqad*, yaitu objek akad atau sesuatu yang hendak diadakan.
- c. *Sighat aqad*, pernyataan kalimat akad berupa ijab dan kabul.¹⁷

Sebagaimana diketahui bahwa untuk sahnya suatu akad harus memenuhi hukum akad yang merupakan unsur asasi dari akad. Rukun akad tersebut adalah:

- 1) *Al-‘Aqid* atau pihak-pihak yang berakad adalah orang, persekutuan, atau badan usaha yang memiliki kecakapan dalam melakukan perbuatan hukum. Karena itu, orang gila dan anak kecil yang belum mumayyid tidak sah melakukan transaksi jual beli, kecuali membeli yang kecil-kecil atau murah seperti permen, roti, dan lain-lain.
- 2) *Al-Ma’qud alaih* atau obyek akad. adalah amwal atau jasa yang diharamkan yang dibutuhkan masing-masing pihak. Benda-benda yang diadakan seperti benda-benda yang dijual dalam akad jual beli, dalam akad hibah (pemberian), gadai, utang yang dijamin seseorang dalam akad kafalah.
- 3) *Sighat Aqad* atau perbuatan yang menunjukkan terjadinya akad berupa ijab dan kabul. Ijab adalah ucapan yang diucapkan oleh penjual, sedangkan kabul adalah ucapan setuju rela yang berasal dari pembeli.¹⁸
- 4) Tujuan pokok akad, itu jelas dan diakui syara’ dan tujuan akad itu terkait erat dengan berbagai bentuk yang dilakukan. Misalnya tujuan akad jual beli adalah memindahkan hak penjual kepada pembeli dengan imbalan.¹⁹

¹⁷ Muhammad Kamal Zubair dan Abdul Hamid, “Eksistensi Akad dalam Transaksi Keuangan Syariah”, Jurnal Hukum Diktum, Vol.14, No. 1, 2016, hlm. 51.

¹⁸ Mardani, “Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah”, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm.72.

¹⁹ Mardani, “Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah”, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm.73.

Akad dapat berakhir dengan pembatalan, meninggal dunia atau tanpa adanya izin dalam akad yang ditangguhkan. Para ulama fiqh menyatakan bahwa suatu akad dapat berakhir apabila berakhirnya masa berlaku akad itu, apabila akad itu mempunyai tenggang waktu. Dibatalkan oleh pihak-pihak yang berakad apabila akad itu sifatnya tidak mengikat. Dalam akad yang bersifat mengikat, suatu akad bisa dianggap berakhir apabila Jual beli itu *fasid*, seperti terdapat unsur penipuan salah satu rukun atau syaratnya tidak terpenuhi. Berlakunya *khiyar syarat*, *khiyar aib*, atau *khiyar rukyah*. Akad itu dilaksanakan oleh salah satu pihak. Salah satu pihak yang berakad meninggal dunia.²⁰

Hadiah adalah penyerahan hak milik harta benda tanpa ganti rugi yang umumnya dikirimkan kepada penerima untuk memuliakannya. Secara sederhana hadiah dapat diartikan sebagai pemberian dari seseorang kepada orang lain tanpa adanya penggantian dengan maksud memuliakan.²¹ Hadiah adalah pemberian yang dimaksudkan untuk mengagungkan atau rasa cinta.²² Hadiah juga dapat diartikan penghargaan yang diberikan kepada seseorang untuk hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan. Hadiah juga berarti kenang-kenangan yang ditujukan kepada teman atau kerabat.

Hadiah sering disebut dengan hibah. Ada juga yang mengatakan bahwa hadiah termasuk dalam macam-macam hibah. Adapun pengertian hibah berasal dari istilah Bahasa Arab yang secara etimologis berarti melewati atau menyalurkan, dengan demikian berarti telah disalurkan dari tangan orang yang memberi kepada tangan orang yang diberi. Adapun rukun hadiah sebagai berikut:

- a. Pihak yang memberi hadiah.
- b. Pihak penerima hadiah.
- c. Benda yang di hadiahkan.
- d. Ijab kabul.²³

²⁰ Abdul Rahman Ghazaly, dkk, "Fiqh Muamalat", (Jakarta: Prenadamedia, 2010), hlm. 62-63.

²¹ Hendi Suhendi, "Fiqh Muamalah", (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008) hlm. 211.

²² Rachmad Syafei, "Fiqh Muamalah", (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001), hlm. 241.

²³ Mardani, "Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah", (Jakarta: Kencana, 2012), hlm 345.

Adapun beberapa macam hadiah, dalam hal ini akan dibahas mengenai hadiah komersial. Diantaranya terbagi menjadi beberapa bagian yaitu Cindera Mata, Hadiah yang diberikan pengusaha atau pedagang secara cuma-cuma atau lahiriiah kepada pembeli sebagai kenang-kenangan atau sekaligus mempromosikan produk mereka. Hadiah Promosi, Hadiah yang diberikan oleh sebuah perusahaan sebelum pembelian barang dalam bentuk contoh barang sampel dngan tujuan untuk memperkenalkan barang dagangannya kepada calon konsumen. Hadiah Promosi Langsung, Hadiah yang diberikan oleh para pedagang kepada pembeli diikat dengan barang, lalu dijual seharga satu barang dan satunya lagi hadiah, atau diikat tiga barang dan dijual seharga dengan dua barang. Hadiah Kuis, Hadiah yang diberikan kepada pembeli ketika ia mengikuti kuis, biasanya dengan menjawab beberapa pertanyaan dari penyelenggara kuis. Hadiah Undian, Hadiah undian salah satu dari undian berhadiah, pembeli yang membeli barang pada suatu toko dengan beberapa nominal tertentu akan diberi dua kupon yang diberikan kepada pembeli dan satunya ditinggal ditoko. Kemudian pada waktu tertentu akan diundi.²⁴

Secara Bahasa promosi diartikan sebagai segala sesuatu yang mendorong atau menarik minat (membujuk) orang lain untuk membeli.²⁵ Promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar. Sedangkan promosi dalam hukum Islam dikenal dengan sebutan al-hawafiz al-muraghghibah fi al-shira, yang secara bahasa diartikan sebagai “segala sesuatu yang mendorong atau menarik minat (membujuk) orang lain untuk membeli.”²⁶ Dalam pengertian secara terminologis, Khalid bin Abd Allah adalah segala sesuatu yang dilakukan oleh penjual atau produsen, baik terdiri dari perbuatan-perbuatan untuk memperkenalkan baranag dagangan (komoditi) atau layanan-layanan yang mendorong dan menarik minat orang lain untuk

²⁴ Erwandi Tarmizi, "Harta Haram Muamalat Kontemporer", Cet 21, (Bogor: Berkat Mulia Insani, 2019), hlm.313.

²⁵ Syabbul Bahri, "Hukum Promosi Produk dalam Perspektif Hukum Islam", Episteme, Vol.8 No 1, Juni 2013, hlm.154.

²⁶ Khalid bin Abd Allah al-Muslih, al-Hawafiz al-Tijariyah, (t.t.p: t.p., t.t.), h. 9.

memiliki dan membelinya, baik aktivitas itu sebelum akad jual beli atau sesudahnya.²⁷

Definisi menurut H. Indriyo Gitosudarmo M. Com “ Promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.²⁸

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis terapkan adalah metode penelitian deskriptif. Metode ini merupakan metode yang berfokus untuk menyelidiki keadaan dan kondisi. Hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Maksud penulis menggunakan metode deskriptif ini adalah bertujuan untuk mendeskripsikan, menganalisis suatu masalah dan memberikan gambaran kepada masyarakat atau pelaku praktik *giveaway* zaman sekarang yang kemudian akan dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah jenis data kualitatif dengan pendekatan deskriptif, menurut Suharisimi, data kualitatif adalah tampilan kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya. Data yang didapat penulis, baik wawancara, ketika penulis terjun langsung maupun dalam perpustakaan (buku, catatan, website yang berkaitan dengan judul, skripsi terdahulu) disampaikan dengan cara naratif dan deksriptif. Penulis akan menyampaikan suatu fenomena yang ada di zaman sekarang dan yang nantinya dikaitkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan fenomena tersebut. Dimana pada penelitian ini data yang diperoleh utamanya informasi lapangan. Dalam hal

²⁷ Ibid., h. 10.

²⁸ Indriyo Gitosudarmo, “Manajemen Pemasaran Edisi Kedua”, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm.237.

ini peneliti melihat dan terjun langsung meneliti objek penelitian yaitu di akun Instagram *@socku.fuku*, kemudian berinteraksi secara langsung dengan sumber data.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari hasil penelitian di lapangan dalam hal objek yang akan diteliti atau digambarkan sendiri oleh orang-orang yang ada pada kejadian atau peristiwa tersebut.²⁹ Adapun yang menjadi sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan dengan wawancara dari pihak yang bersangkutan terhadap praktik *giveaway* sebagai promosi *online shop* di akun Instagram *@socku.fuku*.

b. Data Sekunder

Data ini diperoleh melalui kesaksian atau data yang tidak langsung dari sumber yang asli atau melalui data kepustakaan. Dalam penelitian ini penulis berusaha mencari sumber lain atau karya-karya yang kaitannya dengan masalah yang diteliti yang diperoleh buku-buku yang relevan dengan kajian penelitian.

4. Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan, maka penulis memilih lokasi penelitian di Kota Depok tepatnya di akun Instagram *@socku.fuku*. Alasan penulis memilih lokasi ini disebabkan karena hubungan judul penelitian yang dianggap sesuai dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam Penelitian ini maka dibutuhkan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Sedangkan untuk mendapatkan data tersebut dibutuhkan

²⁹ Joko Subagyo, "Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek", (Jakarta: Rineka Cipta, 1999), hlm. 88.

teknik yang cocok yang dapat mengangkat data yang dibutuhkan. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi secara langsung dari sumbernya dengan mengajukan pertanyaan antara pewawancara dengan yang diwawancarai.³⁰ Dengan menggunakan teknik ini bertujuan untuk mengetahui informasi tentang praktik *giveaway* sebagai promosi *online shop* di @*socku.fuku*, yaitu dengan mewawancarai 1 pemilik akun @*socku.fuku* dan 3 peserta yang mengikuti *giveaway*.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.³¹ Digunakan untuk mengetahui gambaran umum objek penelitian yang menjadi fokus dan mencatat yang berhubungan dengan praktik *giveaway* sebagai promosi *online shop* di akun Instagram @*socku.fuku*. Penulis melakukan pengamatan di akun Instagram @*socku.fuku* pada tanggal 20 Oktober-27 Oktober 2022

c. Dokumentasi

Adalah mencari data yang ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian dengan informasi melalui catatan tertulis atau data tersimpan dalam berbagai bahan yang berbentuk dokumentasi.³² Dalam hal ini penulis mendapatkan dokumentasi mengenai praktik *giveaway* berupa screenshot mekanisme *giveaway* di akun Instagram @*socku.fuku* melalui *feed* Instagram.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis ini dilakukan untuk menggambarkan keadaan tentang

³⁰ Riduwan, "Metode dan Teknik Menyusun Tesis", (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 102

³¹ Abdurrahman Fathoni, "Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi", (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 104.

³² Abdurrahman Fathoni, "Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi", (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm.105.

praktik *giveaway* sebagai promosi *online shop* di akun Instagram @*socku.fuku*. Menggunakan alur berfikir induktif, yaitu menganalisis data yang telah dikumpulkan sebagai dasar membangun hipotesis yang kemudian ditarik menjadi suatu kesimpulan mengenai praktik *giveaway* sebagai promosi *online shop* di akun Instagram @*socku.fuku*. dan penulis akan melakukan dengan tahap berikut:

- a. Mengumpulkan dari seluruh data yang berkaitan dengan peneliti penulis
- b. Menghubungkan data dengan teori yang telah dipelajari
- c. Menganalisis data yang akan disusun menjadi laporan
- d. Memberikan kesimpulan dari hasil seluruh pengamatan penulis.

