

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi syari'ah memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia apalagi sekarang semakin modern ekonomi di Indonesia sekarang ini, perkembangan yang terjadi pada ekonomi syari'ah ini juga disebabkan karena mayoritas penduduk kita beragama Islam. Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* yang bertajuk *The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims 2024*, Indonesia merupakan negara dengan dengan populasi muslim terbanyak di dunia.

RISSC mencatat, jumlah pspoulasi muslim di Indonesia mencapai 240,62 juta jiwa pada 2023. Jumlah ini setara 86,7% dari populasi nasional yang totalnya 277,53 juta jiwa. Allah dan Rasul-Nya memerintahkan sesama manusia untuk saling memberi. Biasanya orang yang suka memberi maka dia juga akan diberi. Kebiasaan saling memberi yaitu perbuatan yang sangat manusiawi sebagai ucapan terima kasih.¹ Dengan saling memberi seperti memberikan hadiah maka akan terwujudnya rasa cinta dan kasih sayang antar keduanya, dan juga memperkokoh ikatan silaturahmi.

Jual beli, saat ini penjual harus memiliki strategi agar menarik konsumen, salah satunya adalah dengan adanya diskon dan melalui diskon itu ragam untuk mendapatkannya sangat bervariasi namun harus memikirkan diperbolehkannya diskon itu dan sesuai syariat apa tidaknya menurut Hukum Ekonomi Syariah

Di sisi lain banyak sekali warga Indonesia yang menganut agama Islam di sisi lain juga banyak sekali model bisnis yang inovatif untuk meningkatkan minat pelanggan dan mendorong penjualan salah satunya adalah konsep *coin flip* atau melempar uang koin atau hadiah atas pembelian sepatu dengan harga yang sudah melebihi ketentuan guna bisa menerima hadiah *coin flip* ini

¹ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015) hlm 168

yang dimana setiap pembelian sepatu memberikan peluang kepada pelanggan untuk melakukan *coin flip* secara fisik untuk memenangkan diskon dan salah satu toko jual beli yang menerapkan diskon jual beli dengan sistem tersebut adalah toko sepatu Cakrawala Majalengka

Hadiah yaitu suatu akad pemberian hak milik oleh seseorang kepada orang lain di waktu ia hidup tanpa mengharap imbalan dan jasa, namun dari segi kebiasaan, hadiah lebih dimotivasi oleh rasa terima kasih dan kekaguman seseorang.² Menurut istilah, hadiah ialah menyerahkan suatu benda kepada seorang tertentu agar terwujudnya hubungan baik dan mendapatkan pahala dari Allah tanpa adanya permintaan dan syarat.³ Nasrun Harun dalam fiqh muamalah mengatakan:

الْعَقْدُ الَّذِي يَتَرْتَّبُ عَلَيْهِ تَمْلِيْكُ الْمَالِ بِغَيْرِ عَوْضٍ، يُجْرِيهِ الشَّخْصُ فِي حَيَاتِهِ لِلْغَيْرِ طَوْعًا

“Akad yang mengakibatkan pemilikan harta, tanpa ganti rugi, yang dilakukan seseorang dalam keadaan hidup kepada orang lain secara sukarela.”

Penjelasan makna yang diatas yaitu pemberian suatu harta dari satu orang kepada orang lain secara cuma-cuma, dilakukan dalam hidup, dan dengan kerelaan hati.

Hibah atau hadiah adalah pemberian yang dilakukan secara sukarela dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah, anpa mengharap balasan apa pun. Untuk meningkatkan penjualan, toko atau brand tidak hanya menawarkan produknya saja, tetapi mereka dituntut memiliki daya tarik penjualan dan produknya untuk menarik perhatian konsumen, salah satu caranya dengan mengadakan *giveaway*. Praktik ini merupakan strategi yang sangat ampuh dilakukan karena dapat menarik konsumen yang lain dapat mengetahui produk tersebut.

Coin flip atau bisa dikatakan *Giveaway* merupakan pemberian hadiah berupa barang ataupun yang lainnya secara gratis dari pihak penyelenggara,

² Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm 345

³ Hidayati Nasrah “Analisis Akad *Mudharabah* di Perbankan Syariah”, Jurnal AlIqtishad Edisi 11 Volume 1 Tahun 2015, hlm 22.

dalam hal ini online shop, brand, perusahaan ataupun *influencer* kepada pengikutnya di media sosial dengan maksud tertentu misalnya untuk tujuan promosi atau meningkatkan jumlah pengikut yang mana para peserta harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh penyelenggara.⁴

Kegiatan *giveaway* berupa pemberian hadiah gratis kepada siapa saja yang beruntung mendapatkan sesuai dengan produk yang dijanjikan oleh penyelenggara, namun peserta harus memenuhi syarat untuk mendapatkan hadiah gratis tersebut. *Giveaway* bukan untuk meningkatkan penjualan (*selling*) melainkan untuk meningkatkan promosi (*marketing*) suatu brand atau produk tertentu. Namun dengan begitu saja akan tetap berdampak pada peningkatan penjualan, apabila dilakukan dengan strategi yang tepat.

Pada praktiknya *giveaway* bersyarat ini mengharuskan peserta yang berpartisipasi harus mengikuti persyaratan yang diberikan oleh si penyelenggara yang mengadakan. Biasanya persyaratan yang dibuat Seperti memberikan *spam like* di feed Instagram, membuat story mempromosikan akun Instagram online shop, komentar di feed dan men-tag orang lain, menjawab pertanyaan di feed kemudian dipilih secara acak, masuk ke live dan dipilih secara cuma-cuma, menfollow beberapa akun yang tertera di feed Instagram dan masih banyak persyaratan lain yang dibuat sesuai kemauan si penyelenggara.

Pada saat pemberian hadiah kepada yang beruntung, biasanya hadiah dikirim oleh penyelenggara *giveaway* dan menanggung biaya pengiriman atau biaya pengiriman ditanggung oleh pemenang. *Giveaway* merupakan pemberian hadiah berupa barang ataupun yang lainnya secara gratis dari pihak penyelenggara, dalam hal ini online shop, brand, perusahaan ataupun *influencer* kepada pengikutnya di media sosial dengan maksud tertentu misalnya untuk tujuan promosi atau meningkatkan jumlah pengikut yang mana para peserta harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan

⁴ Suparna Wijaya, Pajak Penghasilan Atas Giveaway You Tube, (Jawa Barat: Penerbit Adab. 2021), hlm 82-82.

oleh penyelenggara.

Kegiatan *giveaway* berupa pemberian hadiah gratis kepada siapa saja yang beruntung mendapatkan sesuai dengan produk yang dijanjikan oleh penyelenggara, namun peserta harus memenuhi syarat untuk mendapatkan hadiah gratis tersebut.

Giveaway bukan untuk meningkatkan penjualan (*selling*) melainkan untuk meningkatkan promosi (*marketing*) suatu brand atau produk tertentu. Namun dengan begitu saja akan tetap berdampak pada peningkatan penjualan, apabila dilakukan dengan strategi yang tepat. Dengan memanfaatkan akad hadiah, pelanggan diundang untuk berpartisipasi dalam sistem yang menarik dan memotivasi yang dapat meningkatkan *loyalitas* pelanggan dan meningkatkan pengalaman belanja secara keseluruhan. Dengan teknologi digital yang semakin canggih, sistem *coin flip* dapat diimplementasikan secara efektif baik dalam lingkungan offline maupun online, memberikan juga fleksibilitas dan kreativitas dalam pendekatan pemasaran dan interaksi kepada pelanggan.

Dari penjelasan diatas akhirnya penulis mengambil judul dengan judul **Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Penggunaan *Coin Flip* Dalam Penentuan Diskon Di Toko Sepatu Cakrawala Majalengka.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana praktek penggunaan *coin flip* dalam penentuan diskon di toko sepatu cakrawala majalengka?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah terhadap praktek *coin flip* dalam penentuan diskon di toko sepatu Cakrawala Majalengka?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui praktek coin flip pada toko sepatu Cakrawala Majalengka
2. Untuk mengetahui tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap pengguna

an *coin flip* di toko sepatu Cakrawala Majalengka

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat atau kegunaan yang diharapkan adanya penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian yang diperoleh peneliti diharapkan dapat bermanfaat dan menambah wawasan mengenai sistem *giveaway/coin flip* bagi para pembaca

2. Manfaat Praktis

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran bagi para penjual toko sepatu pemula tentang bagaimana cara melakukan sistem *coin flip/giveaway* dan menarik para konsumen di toko sepatu Cakrawala dan diharapkan bermanfaat bagi semua pihak.

E. Penelitian Terdahulu

Terdapat sejumlah karya-karya ilmiah terdahulu yang berkaitan dengan Investasi Saham Syariah di Indonesia. Oleh karena itu perlu ada nya pengkajian Kembali untuk menunjang terhadap penulisan skripsi ini diantaranya:

Pertamana, Skripsi yang berjudul "*TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG JUAL DENGAN SISTEM DISKON*". Skripsi ini menjelaskan mengenai melakukan promosi diskon dalam sistem pemasaran, ada kalanya juga pembeli yang senantiasa memiliki pemikiran bahwa barang yang didiskon harga awalnya dinaikan terlebih dahulu dan barang yang dikenakan diskon adalah barang yang berkualitas jelek. Permasalahan dalam skripsi ini adalah bagaimana pelaksanaan praktik jual beli dengan sistem diskon pada Toko Bata di Kecamatan Panjang dan bagaimana pandangan Hukum Islam tentang jual beli dengan sistem diskon. Tujuan penelitian ini adalah supaya masyarakat mengetahui Bagaimana praktik jual beli dengan sistem diskon pada Toko Bata sesuai tidak dengan hukum Islam dalam menetapkan

ketentuan-ketentuannya.⁵

Kedua, jurnal yang berjudul “*TINJAUAN JUAL BELI SNEAKERS DALAM ISLAM MENGGUNAKAN SISTEM RAFFLE (UNDIAN) DI HOOPS INDONESIA*”. Jurnal ini menjelaskan yang terjadi dalam jual beli terdapat toko yang menjual *sneakers* melalui sistem *raffle*. *Raffle* adalah suatu undian untuk bisa membeli barang langka (*limited edition*). Tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep jual beli menurut fikih muamalah, kedua untuk mengetahui mekanisme jual beli sneakers dengan sistem *raffle* di *Hoops* Indonesia, ketiga untuk mengetahui tinjauan fikih muamalah terhadap jual beli *sneakers* dengan sistem *raffle*. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif, jenis data menggunakan *field research*, sumber data menggunakan data primer dan data skunder, pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dalam penelitian ini pertama konsep jual beli dalam fikih muamalah ialah adanya rukun dan syarat dalam praktiknya. Jual beli dengan sistem *raffle* sesuai dengan rukun dan syarat dalam jual beli, ketiga mekanisme undian di *Hoops* Indonesia terdapat lima tipe undian dimana tipe 1, 2 dan 3 tidak mengandung maisir, tipe 4 sedikit samar karena pembelian tiket undian dengan nominal tertentu, dan tipe 5 mengandung maisir karena pembeli membeli slot tiket yang tersedia dengan harga tertentu.⁶

Ketiga, Skripsi yang berjudul “*TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRAKTIK PROMOSI DENGAN GIVEAWAY SEBAGAI DAYATARIK MINAT KONSUMEN*”. Skripsi ini menjelaskan praktik promosi dengan *giveaway* sebagai daya tarik minat konsumen yang dimana promosi adalah suatu perbuatan yang dilakukan oleh produsen untuk mendapatkan penghasilan. Kemajuan teknologi saat ini terutama kemajuan internet banyak *market place* yang tersedia untuk melakukan transaksi secara

⁵ Ikhsan, M (2018) TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG JUAL BELI DENGAN SISTEM DISKON (Studi pada Toko Bata Jl. Yos sudarso Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung). Undergraduate thesis, UIN Raden Intan Lampung

⁶ VOLUME 2, NO. 1, JULI 2022 JURNAL RISET EKONOMI SYARIAH (JRES) Annisa Iskandar Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung Zaini Abdul Malik Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung

online. Banyak sosial media yang bermunculan dan digunakan sebagai sarana berpromosi seperti *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram*, dan masih banyak yang lainnya. Metode promosi dengan *Instagram* sekarang menjadi pilihan baik pelaku usaha. Trend promosi saat ini adalah *giveaway* atau hadiah bersyarat yaitu sebuah pemberian hadiah secara cuma-cuma tanpa mengeluarkan biaya akan tetapi, adanya syarat dan ketentuan yang wajib ditaati untuk mendapatkan hadiah tersebut. Namun, seiring banyaknya penyelenggara *giveaway* justru banyak digunakan oleh oknum-oknum yang mengatasnamakan *giveaway*.⁷

Tabel 1.1 Studi Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Ikhsan, M	Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon	Membahas Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon	Peneliti lebih fokus pada permasalahan mengenai Diskon yang diterbitkan secara diam-diam

⁷ Eka Vidia Astuti, "TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRAKTIK PROMOSI DENGAN GIVEAWAY SEBAGAI DAYA TARIK MINAT KONSUMEN," Fakultas Syariah dan Hukum (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021).

2	Annisa Iskandar dan Zaini Abdul Malik	Tinjauan Jual Beli <i>Sneakers</i> Dalam Islam Menggunakan Sistem <i>Raffle</i> (Undian) di Hoops Indonesia	Membahas tentang Sistem <i>Raffle</i> (Undian)	Peneliti lebih fokus dengan meneliti mekanisme, rukun dan syarat undian di Hoops Indonesia Mengandung maisir atau tidak
3	Eka Vidia Astuti	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Promosi Dengan <i>Giveaway</i> Sebagai Daya Tarik Minat Konsumen	Membahas tentang <i>Giveaway</i> sebagai daya tarik minat konsumen	Peneliti lebih membahas terhadap <i>Giveaway</i> di social media seperti instagram

F. Kerangka Berfikir

Fiqh Muamalah merupakan suatu bidang fiqh yang memfokuskan kajian pada hukum-hukum mengenai perbuatan dan hubungan-hubungan sesama manusia mengenai harta kekayaan, hak dan penyelesaian sengketa tentang hal-hal tersebut dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka dengan berpedoman pada syariah. Adapun dasar kaidah fikih muamalah itu sendiri yaitu:

الْأَصْلُ فِي الْأَشْيَاءِ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ، إِلَّا مَا دَلَّ الدَّلِيلُ عَلَى خِلَافِهِ

“Pada dasarnya asalnya pada segala sesuatu pada persoalan mu’amalah itu hukumnya mubah, kecuali jika ada dalil yang menunjukkan atas makna lainnya.”

Pengertian akad dalam arti yang luas sama halnya dengan pengertian akad dari segi bahasa yang disampaikan menurut ulama Syafi’iyah, Malikiyah, dan Hanafiyah. Pengertiannya yaitu segala sesuatu yang dilakukan oleh seseorang didasarkan pada keinginannya sendiri, seperti wakaf, talak, pembebasan, atau sesuatu yang pembentukannya membutuhkan keinginan dua belah pihak seperti jual beli, perwakilan, dan gadai. Sedangkan pengertian menurut istilah fikih, akad merupakan pertalian antara ijab (pernyataan menerima ikatan) dan qabul (pernyataan penerimaan ikatan) disesuaikan dengan kehendak di dalam syariat Islam yang berdampak kepada objek perikatan.

Jual beli merupakan kegiatan ekonomi yang diperbolehkan oleh hukum Islam. Transaksi perdagangan dianggap sah ketika semua persyaratan jual beli telah dipenuhi. Dalam era modern ini, strategi pemasaran yang digunakan oleh pedagang untuk menarik perhatian calon konsumen adalah dengan tujuan untuk menarik minat konsumen adalah dengan menawarkan berupa hadiah atau diskon. Hadiah atau diskon diberikan oleh pedagang dengan tujuan untuk menarik minat sebanyak mungkin konsumen, sehingga pedagang dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Secara etimologi pengupahan (*ju’alah*) adalah apa yang diberikan kepada seseorang karena sesuatu yang dikerjakannya, sedangkan secara terminologi pengupahan (*ju’alah*) yaitu hadiah atau pemberian seseorang dalam jumlah tertentu kepada orang yang mengerjakan perbuatan secara khusus, baik diketahui atau tidak diketahui dalam mengerjakannya. Misalnya, bisa berkata “Barangsiapa membangun tembok ini untukku, ia berhak mendapatkan uang sekian”.⁸ Wahbah al Zuhaili mendefinisikan al *Ju’alah* secara bahasa sebagai berikut:

⁸ El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Volume 4 Nomor 2 Desember 2022 Halaman 185-197

لُجَالَةٌ هِيَ مَا يُجْعَلُ لِشَخْصٍ عَلَى عَمَلٍ، أَوْ مَا يُعْطِيهِ شَخْصٌ لِآخَرَ لِيُثْمَرَ بِعَمَلٍ مَعَيْنٍ

“*al- Jualah* adalah apa saja yang dijadikan (imbalan) bagi seseorang atas suatu pekerjaan atau apa saja yang diberikan seseorang untuk melaksanakan suatu pekerjaan tertentu.”

Penjelasan makna dari hadist diatas yaitu *al-ju‘alah* adalah akad atau janji yang bersifat terbuka dan bersyarat: seseorang menawarkan imbalan kepada siapa saja yang berhasil menyelesaikan suatu tugas. Imbalan diberikan setelah hasil pekerjaan tercapai, dan ini dibedakan dari akad ijarah (kontrak kerja), karena *al-Ju‘alah* tidak harus menyebut siapa pelakunya sejak awal.

Dengan demikian secara etimologi *Ju‘alah* memiliki makna sebagai upah atau imbalan yang diberikan atas suatu perjanjian dalam sebuah kegiatan muamalah.⁹ Multi akad menurut Nazih Hammad adalah kesepakatan dua pihak yang dimana untuk melakukan suatu akad yang berisikan dua akad atau lebih seperti jual beli dengan sewa menyewa, *hibah*, *wakalah*, *qardh*, *syirkah*, dan *mudharabah* yang dimana kandungannya menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisah-pisahkan sebagaimana akibat hukum satu akad itu sendiri.¹⁰

Menurut Sutisna *discount* atau potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Sedangkan menurut Kotler dan Keller *discount* adalah harga resmi yang diberikan perusahaan kepada konsumen yang bersifat fleksibel demi meningkatkan keuntungan suatu produk, barang atau jasa. Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *discount* adalah potongan harga atau potongan penjualan yang ditawarkan kepada para pelanggan yang membeli barang dagangan. *Discount* merupakan salah satu strategi bisnis yang ditetapkan oleh para pelaku bisnis.¹¹

⁹ Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*.

¹⁰ Jurnal Multi Akad (*Al-Uqud Al-Murakabah*) Di Perbankan Syariah Perspektif Fiqh Muamalah, Yosi Aryanti

¹¹ Andik Dewantoro, N. Rachma, “Pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Discount* Dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying* Pada Online Shop Lazada” Jurnal Riset Menejement, Vol. 09, No.08, Agustus 2020

Saat ini, banyak ditemui pedagang yang memberikan sebuah hadiah atau semacamnya bagi konsumen yang membeli produknya. Program belanja hadiah semacam ini sering dilaksanakan dan diselenggarakan oleh para pengelola tempat belanja dan mencakup penjualan produk, perlengkapan sekolah, peralatan kantor dan lain-lain seperti buku catatan, buku cetak, alat tulis dan perlengkapan mengajar atau kantor, serta yang menjual makanan, minuman, atau barang-barang rumah tangga, makanan, dan lain lain.

Menghadapi fenomena tersebut di atas, perlu diketahui bagaimana pandangan fiqh muamalah dalam hal ini hukum jual beli dengan hadiah atau diskon dengan metode *ju'alah*. Banyaknya pedagang yang melakukan pemberian hadiah atau diskon kepada para konsumen yang membeli produk mereka guna mendapatkan lebih banyak pelanggan dan menarik minat beli yang lebih tinggi. Hal ini harus dikaji lebih jelas mengenai pandangan islam terhadap jual beli dengan pemberian hadiah tersebut, mengetahui bahwa jual beli dalam islam itu harus dilakukan atas dasar kerelaan dan tanpa merugikan salah satu pihak.

Secara bahasa hadiah berarti apa yang diberikan kepadanya. Secara istilah bermakna perpindahan kepemilikan kepada orang lain oleh orang yang memiliki kewenangan memberikannya ketika masih hidup tanpa ada timbal balik, dengan sesuatu yang bermanfaat secara dzat dan maknanya, berlaku padanya *urf* (adat) yang sesuai dengan syar'i, sebagai bentuk kasih sayang dan penghormatan.¹²

Pelanggan dan menarik minat beli yang lebih tinggi. Hal ini harus dikaji lebih jelas mengenai pandangan islam terhadap jual beli dengan pemberian hadiah tersebut, mengetahui bahwa jual beli dalam islam itu harus dilakukan atas dasar kerelaan dan tanpa merugikan salah satu pihak.

Secara bahasa hadiah berarti apa yang diberikan kepadanya. Secara istilah bermakna perpindahan kepemilikan kepada orang lain oleh orang yang memiliki kewenangan memberikannya ketika masih hidup tanpa ada timbal

¹² Jaya Miharja, "Konsep Ganti Rugi Perspektif Hukum Islam", Muamalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah, 8.2 (2016), 133.

balik, dengan sesuatu yang bermanfaat secara dzat dan maknanya, berlaku padanya *urf* (adat) yang sesuai dengan syar'i, sebagai bentuk kasih sayang dan penghormatan.¹³

Secara bahasa *at-tarwijiyyah* (التروجية) berasal dari kata raja (راج) yang bermakna laku atau laris. Sedangkan secara istilah bermakna segala upaya pedagang untuk menambah jumlah pelanggan, sedangkan makna al-hadiah attarwijiyyah yang tepat adalah pemberian yang diberikan kepada para pembeli setelah terjadinya transaksi kepada pedagang/lembaga sebagai bentuk dorongan agar pembeli berlangganan produk mereka.

Para ulama kontemporer memiliki dua pendapat dalam menghukumi jenis hadiah ini. Pendapat pertama adalah mengharamkannya secara keseluruhan. Pendapat ini didukung oleh Syaikh Bin Baz, Ibnu Jibrin, Dr. Hisamuddin Affani, dan Muhammad bin Abdillah asy-Syabani. Kelompok ini berdalil dengan beberapa alasan:¹⁴

1. Metode pemberian hadiah ini menggunakan akad muawadhadh yang dianggap sebagai akad yang fasid.
2. Cara ini dinilai mencurangi konsumen dengan menarik mereka untuk membeli barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan hanya demi mendapatkan hadiah. Konsumen dan pedagang berada dalam posisi rugi jika tidak mendapatkan hadiah, dan hal ini menyerupai praktek perjudian.¹⁵
3. Metode ini dianggap mengikuti cara berdagang orang Barat yang tidak memperhatikan aturan tertentu dan hanya fokus pada mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Oleh karena itu, mengikuti cara ini dianggap tidak baik.¹⁶
4. Metode ini juga dianggap membahayakan pedagang lain yang tidak

¹³ Jaya Miharja, "Konsep Ganti Rugi Perspektif Hukum Islam", Muamalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah, 8.2 (2016), 145.

¹⁴ Fara Nurrahmatillah, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Hadiah Undian Sebagai Daya Tarik Konsumen, 2018, 1–74

¹⁵ Muhammad bin Ibrahim at-Tuwaijari, Mausuah al-Fiqh al-Islami, (Baitul Afkar adDauliyah, 2009), vol III, hal. 445.

¹⁶ Yusuf Qardhawi, Fatawa Muashirah, vol. II, hal. 392.

menggunakan cara ini, karena dapat merugikan mereka.

Rasulullah bersabda:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ سَعْدِ بْنِ مَالِكِ بْنِ سِنَانٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

“Dari Abu Said Sa’ad bin Malik bin Sinan Al Khudry radhiyallahu anhu, bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: ”Tidak boleh melakukan sesuatu yang berbahaya dan menimbulkan bahaya bagi orang lain.” (Hadits hasan diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Ad Daruquthni) ”

Hadist diatas menjelaskan bahwa Hadits ini mengajarkan prinsip keadilan dan kepedulian dalam Islam seperti dalam islam melarang tindakan yang merugikan diri sendiri dan orang lain, baik dalam muamalah (interaksi sosial/ekonomi), ibadah, maupun dalam kehidupan umum. Prinsip ini juga mendasari banyak hukum dalam Islam, mulai dari larangan riba, penipuan, monopoli, hingga aturan kesehatan dan lingkungan.

Hadiah dengan syarat membeli di atas nominal tertentu menurut para ulama kontemporer tidak memiliki kesepakatan tentang hukum hadiah ini. Beberapa ulama, seperti asy-Syaikh Dr. Abdullah al-Jibrin dan Syaikh Dr. Shalih al-Fauzan, menganggap pemberian hadiah dengan cara ini haram.

Mereka berpendapat bahwa nilai hadiah yang dijanjikan telah diperhitungkan saat pembelian barang, dan cara ini dapat merugikan pedagang lain, terutama para pedagang kecil. Pendapat alternatif: Menurut pandangan Syaikh Muhammad al Utsaimin, pemberian hadiah dengan cara ini diperbolehkan.

Beliau berpendapat bahwa jika harga barang yang dijual oleh pedagang yang menawarkan hadiah kepada pembeli dengan nilai pembelian di atas batas tertentu sama dengan harga barang yang dijual oleh pedagang lain yang tidak memberikan hadiah, maka tindakan tersebut boleh dilakukan. Pendapat ini dianggap lebih kuat.¹⁷

¹⁷ Kadimin NURFITRIANA, ‘TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF

Persoalan diskon memiliki keterkaitan yang signifikan dengan permasalahan klasik yang dibahas oleh para ulama mengenai hukum menjual barang dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar. Dalam hal ini, terdapat dua pendapat yang berbeda di antara ulama, yaitu:

1. Pernyataan pertama menyarankan agar tidak melakukan penjualan barang dan jasa dengan harga di bawah pasar, ini merupakan pandangan dari para ulama malikiyah. Mereka berpegang pada sebuah atsar yang menyebutkan bahwa Umar bin Khattab pernah melihat Hatib bin Abi Balta'ah yang sedang menjual anggur kering di pasar. Umar kemudian berkata kepadanya:

عَنْ سَعِيدِ بْنِ الْمُسَيَّبِ، قَالَ: مَرَّ عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ بِحَاطِبِ بْنِ أَبِي بَلْتَعَةَ، وَهُوَ يَبِيعُ زَبْدًا فِي السُّوقِ، فَقَالَ لَهُ عُمَرُ: إِمَّا أَنْ تَرْفَعَ السِّعْرَ، وَإِمَّا أَنْ تَقُومَ عَنْ سُوقِنَا

“Artinya, “Dari Sa’id ibn al-Musayyib. Dia berkata: ‘Umar bin Khattab melewati seorang penjual bernama Hathib bin Abi Balta’ah yang sedang menjual kismis di pasar. Umar berkata kepadanya, ‘Entah kamu naikkan harga, atau angkat kaki dari pasar kami’¹⁸

Penjelasan dari ayat diatas yaitu bahwa dalam Islam Persaingan dagang itu harus sehat dan adil, menjual terlalu murah secara tidak wajar bisa dianggap bentuk kezaliman ekonomi. Negara atau pemerintah memiliki hak dan tanggung jawab untuk menjaga stabilitas pasar dan mencegah tindakan merugikan publik.

Pernyataan ini juga didukung oleh dalil lain yang menyebutkan bahwa diskon yang diberikan oleh sebagian pedagang dapat berdampak negatif terhadap pedagang lainnya.

2. Pengamatan kedua adalah bahwa penjualan barang dengan harga di bawah pasar masih dapat diterima asalkan tujuan penjual bukanlah untuk merugikan penjual lain. Pandangan ini didukung oleh mayoritas ulama

TERHADAP PEMBERIAN HADIAH PADA PRODUK SUPLEMEN MAKANAN (Studi di Apotek Restu Ibu, Sukarame Bandar Lampung)."

¹⁸ Al-Baihaqi, As-Sunanul Kubra, [Markaz Buhuts: 2011], jilid XI, halaman 413

madzhab. Argumen untuk pandangan ini adalah hadis Nabi yang menyatakan bahwa Allah merahmati orang yang menjual, membeli, dan membayar hutang dengan sikap ringan hati.

Penjual yang menurunkan harga barangnya, oleh karena itu, dianggap sebagai penjual yang mendapat rahmat dari Allah. Selain itu, ada juga argumen bahwa harga barang adalah hak dari pemilik barang. Oleh karena itu, seorang penjual berhak untuk menjual barang dengan harga yang dia inginkan asalkan dia merasa puas.¹⁹

Ini adalah pendapat yang terkuat karena dalil pendapat pertama tidak kuat, terkait dengan atsar Umar dalam riwayat Baihaqi Umar menarik pendapatnya dan mendatangi Hatib di rumahnya seraya berkata, “Itu bukanlah keputusan dan perintahku, aku hanya ingin memberikan kebaikan kepada para penduduk negeri.

Maka juallah sekehendakmu dan sesukamu.” Dan sekalipun diskon memberikan bahaya bagi penjual lain, namun itu dapat mengangkat mudharat bagi pembeli yaitu masyarakat umum. Dalam kaidah fiqih dinyatakan:

الضَّرَرُ يُزَالُ

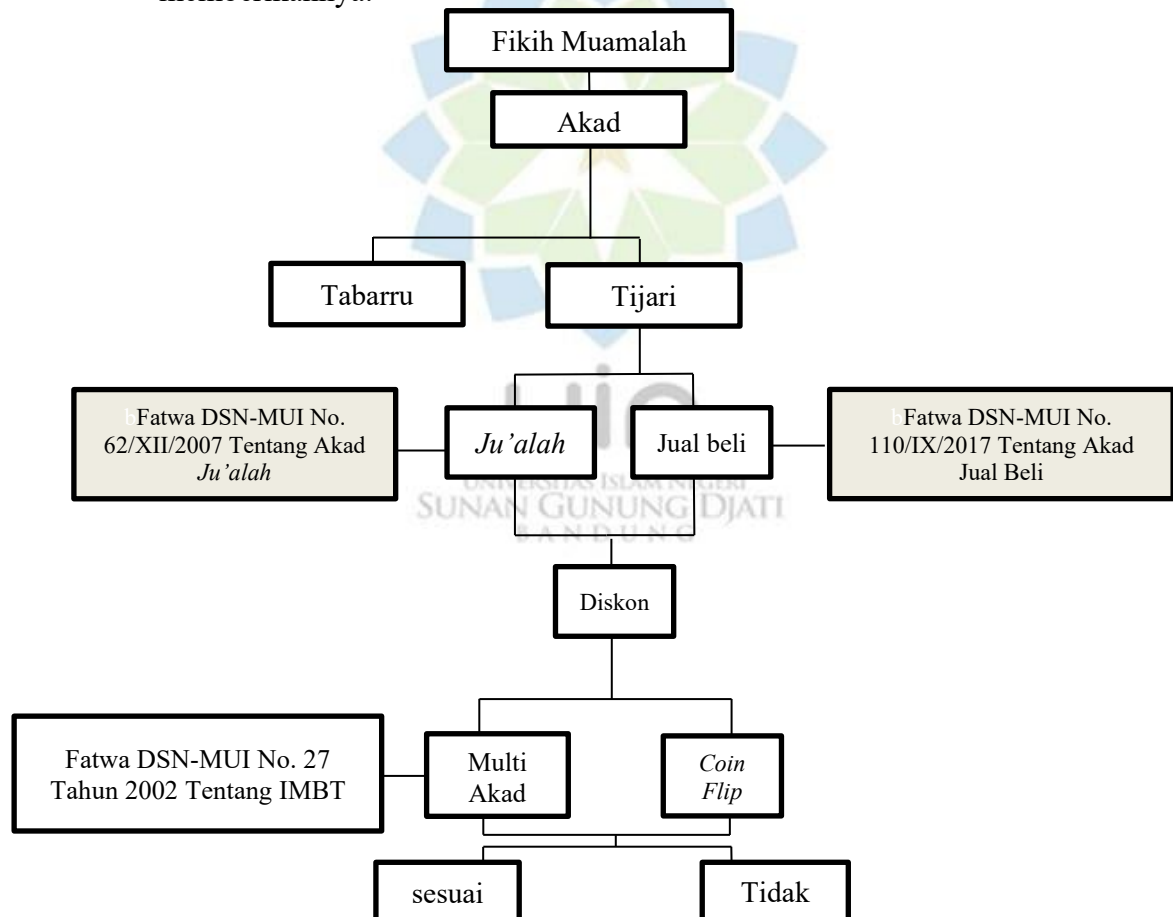
“Kemudharatan harus dihilangkan.” Penjelasan dari kaidah diatas adalah bahwa "Kemudharatan harus dihilangkan" adalah prinsip utama dalam hukum Islam yang menekankan bahwa syariat hadir untuk menjaga kemaslahatan dan mencegah segala bentuk kerugian atau bahaya bagi individu maupun masyarakat. Baik dalam ibadah, muamalah (transaksi), maupun kehidupan sosial Islam selalu mengedepankan perlindungan jiwa, harta, dan kehormatan.

Kemudharatan yang bersifat khusus dibebankan untuk mengangkat kemudharatan bagi khalayak ramai setelah menimbang pendapat ulama, penulis simpulkan bahwa hadiah dalam jual beli adalah diperbolehkan, bilamana sesuai dan tidak bertentangan dengan aturan syar'i, karena

¹⁹ Erwandi Tirmidzi, Harta Haram Muamalat Kontemporer, (Berkat Mulia Insani, Bogor, 2015) hal. 301

bentuk hadiah dalam jual beli adalah sangat banyak dan beragam, maka tidak bisa dihukumi secara global akan boleh- tidaknya. Namun, harus dihukumi dengan meneliti satu persatu bentuk dari pada hadiah dan metode pedagang dalam memberikannya.

Setelah mempertimbangkan pendapat para ulama, penulis menyimpulkan bahwa hadiah dalam transaksi jual beli diperbolehkan asalkan sesuai dan tidak melanggar syariat, karena bentuk hadiah dalam jual beli sangat beragam, tidak dapat dinyatakan secara keseluruhan apakah boleh atau tidak. Namun, penilaian harus dilakukan dengan mempelajari satu persatu bentuk hadiah dan cara pedagang memberikannya.



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir