

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era modern ini telah mengubah segala aspek kehidupan manusia, beriringan pula dengan perkembangan masyarakat yang berasal dari pola hidup tradisional menjadi modern. Internet merupakan salah satu perkembangan teknologi terbesar yang telah mengubah *culture* masyarakat saat ini. Internet digunakan hampir setiap hari dalam semua aspek kehidupan meliputi bisnis, hiburan, pendidikan, sosial dan budaya. Saat ini hanya dengan perangkat *smartphone*, *laptop* atau perangkat hubung lainnya manusia bisa dengan mudah memesan makanan, reservasi penginapan, mengetahui peta, hingga mendapatkan data untuk penelitian.

Seiring berkembangnya zaman dunia teknologi menjadi kegiatan utama yang dilakukan oleh masyarakat luas, kemampuan media sosial sebagai layanan bertukar pesan antar penggunanya telah mengubah pola-pola interaksi individu dalam berkomunikasi. Dengan munculnya media baru, media tradisional seolah-olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita.¹

Di zaman sekarang ini, media sosial sangat digemari oleh masyarakat dimulai dari anak-anak, remaja, sampai kalangan orang tua sudah pasti mengenal media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, *whatsapp*, dan lain-lain. Sosial media adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan

¹Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), hlm. 1

teknologi berbasis website yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer saat ini antara lain: *facebook, instagram, whatsapp, blog*.

Definisi lain dari sosial media juga dijelaskan oleh Antony Mayfield (2008). Menurutnya sosial media adalah media di mana penggunaanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopediaonline, forum-forum maya, termasuk virtual worlds (dengan avatar/karakter 3D).²

Sosial media merupakan sarana baru bagi para pelaku bisnis untuk memperkenalkan bisnis mereka kepada masyarakat luas, melihat dari fungsi sosial media itu sendiri sebagai sarana komunikasi yang tidak mengenal waktu dan batas teritorial. *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang saat ini menjadi sarana utama yang dijadikan para pelaku bisnis terutama *online shop* untuk melakukan promosi *online*.

Untuk meningkatkan penjualan, melihat banyaknya pesaing bisnis yang melakukan promosi menggunakan media sosial *instagram, online shop* dituntut untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam melakukan promosi agar produknya menarik konsumen. Salah satu cara yang saat ini banyak digunakan oleh *online shop* dalam melakukan promosi produknya yaitu dengan sistem *giveaway*. Sistem *giveaway* ini cukup menarik perhatian konsumen terlebih apabila *giveaway* yang

²http://prezi.com/vddmcub_-ss_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/

ditawarkan oleh *online shop* merupakan produk yang dianggap menguntungkan konsumen.

Giveaway adalah sebuah kegiatan berupa hadiah gratis kepada siapa saja sesuai dengan produk yang dijanjikan oleh sponsor, namun peserta harus memenuhi syarat untuk mendapatkan hadiah tersebut. Dalam praktik *giveaway* ini terdapat beberapa pihak yang terlibat. Pihak tersebut meliputi penyelenggara dan peserta.

Semakin banyaknya pesaing maka banyak ide yang dilakukan pedagang untuk menarik konsumen supaya produknya lebih dikenal oleh masyarakat. Salah satunya yaitu melakukan promosi dengan cara sistem hadiah. Namun ada syarat-syarat tertentu yang biasanya harus dipenuhi oleh masyarakat untuk mendapatkan hadiah atau *giveaway*.

Saat ini *giveaway* telah menjadi suatu trend dikalangan online shop maupun *offline store*. Bahkan sejauh ini belum ada model pelaksanaan *giveaway* secara baku. Pihak penyelenggara hanya menggunakan kreatifitasnya dan menyelenggarakan praktik tersebut. Padahal pihak penyelenggara selalu menyertakan *hashtag giveaway*. “Lalu bagaimanakah praktik *giveaway* sebenarnya?” selain itu dapatkah persyaratan dalam *giveaway* menjadi suatu perjanjian yang mengikat.

Peserta *giveaway* tidak dapat diketahui apakah pesertanya sudah cakap hukum atau belum sesuai prinsip hukum Islam. Hal tersebut dikarenakan penyelenggara dan peserta tidak bertemu langsung. Akad yang terjadi antara penyelenggara terhadap peserta yang menang dan peserta yang tidak menang apakah sama, walaupun ada akibat hukum yang berbeda. Bagaimanapun kehalalan dan tidaknya

praktik *giveaway* perlu ditinjau, mengingat adanya suatu akad yang terjadi dalam praktik tersebut.

Giveaway atau dikenal dengan bahasa lainnya yaitu hadiah, merupakan bagian integral dari promosi/pemasaran produk industry, termasuk industri keuangan syariah. Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert menegaskan bahwa hadiah dalam ilmu bisnis merupakan bentuk promosi yang paling terkenal³. Menurut MUI dalam Musyawarah Nasional VI Tahun 2000, hadiah adalah suatu pemberian dari satu pihak kepada pihak lain karena penghormatan.⁴

Dalam konsep Islam hadiah termasuk akad *tabarru'* (sosial), praktik jual beli sebuah produk yang disertai hadiah (*giveaway*) dengan berbagai bentuk, hal ini menjadi perdebatan di kalangan ulama mengenai diperbolehkan atau tidaknya pemberian hadiah (*giveaway*) dalam akad jual beli.

Salah satu *online shop (store)* yang menerapkan sistem *giveaway* dalam promosi produknya yaitu Store Colosal.Wear yang berada di daerah Bandar Lampung. Sistem *giveaway* yang digunakan *store* ini yaitu menggunakan sistem undian dengan syarat dan ketentuan yang diberlakukan oleh Store Colosal.Wear tertentu sehingga peserta yang telah memenuhi syarat dan ketentuan dapat mengikuti undian *giveaway*.⁵ Namun bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik *giveaway* dengan sistem undian apakah diperbolehkan atau tidak.

³ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Tabarru'*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, Cet-3, 2019), hlm. 24

⁴ Musyawarah Nasional MUI VI Tahun 2000 tentang *risywah* (suap), *ghulul* (korupsi), dan hadiah kepada pejabat

⁵ Hasil Wawancara dengan Bagas Alexandro (Pemilik Store Colosal.Wear)

Untuk itu peneliti berniat untuk mengambil judul penelitian yang berjudul
“TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI DENGAN SISTEM GIVEAWAY DI STORE COLOSAL.WEAR”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, praktik jual beli yang dilakukan oleh Store Colosal.Wear yaitu dengan menggunakan sistem *giveaway* (pemberian hadiah) saat ini menjadi salah satu bagian promosi yang sering digunakan oleh para pedagang atau penjual untuk menarik pembeli agar membeli produk dengan penawaran akan mendapatkan suatu hadiah. Permasalahan dalam penelitian ini adalah sistem *giveaway* yang dilakukan oleh Store Colosal.Wear menggunakan syarat nominal minimal pembelanjaan sebesar Rp. 200.000-, yang kemudian berkesempatan untuk mengikuti undian hadiah dan pemberian hadiah dengan cara ini diperselisihkan oleh para ulama, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah praktik jual beli dengan sistem *giveaway* menurut hukum ekonomi syariah di perbolehkan atau tidak.

Dari rumusan masalah tersebut terdapat pertanyaan masalah:

1. Bagaimana Mekanisme praktik jual beli di Store Colosal.Wear dengan sistem *giveaway*?
2. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap sistem *giveaway* di Store Colosal.Wear?

C. Tujuan Penelitian

Dalam segala jenis kegiatan pasti memiliki suatu tujuan untuk pencapaiannya maka dari itu, dalam melakukan penelitian ini, penulis juga memiliki tujuan untuk mencapainya. Tujuan-tujuan tersebut antara lain:

1. Untuk mengetahui mekanisme praktik jual beli di Store Colosal.Wear dengan sistem *giveaway*.
2. Untuk mengetahui tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap sistem *giveaway* di Store Colosal.Wear

D. Kegunaan Penelitian

Dari permasalahan di atas, penelitian ini diharapkan mempunyai nilai guna atau manfaat untuk penulis ataupun pembaca, paling tidak penelitian ini mengandung dua aspek yaitu:

1. Secara teoritis
 - a. Di harapkan berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan;
 - b. Memberikan sumbangsi pemikiran bagi pengembangan pemahaman hukum ekonomi syariah, khususnya untuk mahasiswa prodi hukum ekonomi syariah dan umumnya untuk mahasiswa lainnya.
2. Secara praktis
 - a. Bila memberikan informasi tambahan maupun pembanding bagi peneliti berikutnya untuk membuat karya tulis ilmiah yang lebih sempurna;
 - b. Bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam pelaksanaan *giveaway* bersyarat di Store Colosal.Wear

E. Studi Terdahulu

Pokok permasalahan yang peneliti akan teliti yaitu praktik jual beli menggunakan sistem *giveaway*. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang objektif dan memperoleh wawasan yang luas, peneliti menggunakan berbagai referensi dari penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian ini:

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan dari Studi Terdahulu

NO	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Fikri Hamdani	<i>Konsep Hadiah Dalam Surat Al-Naml Ayat 35-36</i>	Membahas mengenai tentang konsep pemberian hadiah	Tidak membahas mengenai permasalahan pemberian hadiah bersyarat dalam jual beli
2.	Isnaeni Nur Fatwa	<i>Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Giveaway pada Transaksi Online Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)</i>	Membahas praktik <i>giveaway</i> dalam suatu jual beli took online shop	Objek penelitian dan syarat ketentuan yang diberlakukan oleh pemilik toko/store
3.	Fara Nurrahmatillah	<i>Tinjauan Hukum Islam terhadap Hadiah Undian sebagai Daya Tarik Konsumen</i>	Membahas pemberian hadiah sebagai daya tarik konsumen	Tidak membahas mengenai pemberian <i>giveaway</i> /hadiah yang menggunakan syarat dan ketentuan tertentu di Store Colosal.Wear.
4.	Lisdiana	<i>Tinjauan Hukum Islam tentang Promosi dengan menggunakan Hadiah (Studi pada Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung</i>	Membahas pemberian hadiah sebagai alat promosi	Objek penelitian dan syarat ketentuan yang diberlakukan oleh pemilik toko/store dalam pemberian hadiah

5.	Khoiroh Muhimatul	<i>Perspektif Hukum Islam terhadap Pemberian Hadiah Jalan Sehat dari Hasil Penjualan Kupon di Desa Made Kecamatan Sambikerep Surabaya</i>	Membahas pemberian hadiah dengan dilakukannya jual beli terlebih dahulu	Tidak membahas mengenai pemberian <i>giveaway</i> /hadiah yang menggunakan syarat dan ketentuan tertentu di Store Colosal.Wear.
----	----------------------	---	---	---

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Fikri Hamdani dengan judul “*Konsep Hadiah Dalam Surat Al-Naml Ayat 35-36*”, tahun 2013. Kesimpulan dari skripsi tersebut adalah bahwa hukum pemberian hadiah yang terdapat dalam surat tersebut belum bisa dijadikan sandaran hukum tentang pelarangan pemberian hadiah.⁶

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Isnaeni Nur Fatma dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Giveaway pada Transaksi Online Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*”, tahun 2018. Kesimpulan dari skripsi tersebut adalah bahwa praktik *giveaway* yang melalui syarat dan ketentuan praktik *giveaway* memunculkan beragam ketidakpastian dari pelaksanaannya.⁷

Ketiga, skripsi yang ditulis Fara Nurrahmatillah dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam terhadap Hadiah Undian sebagai Daya Tarik Konsumen*”, tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yusuf al- Qarādāwi mengatakan undian termasuk salah satu jenis judi. Berdasarkan pendekatan maqāsidi. Hukum hadiah

⁶ Fikri Hamdani, *Konsep Hadiah Dalam Surat Al-Naml Ayat 35-36*, (Skripsi—UIN Alaudin, Makasar, 2013).

⁷ Isnaeni Nur Fatma, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Giveaway Pada Transaksi Online Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*, (Skripsi-UIN Sunan Kalijaga, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), 2018).

undian yang awalnya mubah akan berubah menjadi haram apabila undian itu mengandung unsur-unsur yang bertentangan dengan syariat.⁸

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Lisdiana dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam tentang Promosi dengan menggunakan Hadiah (Studi pada Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung)*”, Tahun 2018. Hasil penelitiannya yaitu promosi dengan menggunakan hadiah di Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung menurut Hukum Islam adalah dilarang, karena mengandung unsur ketidakjelasan, merugikan sebelah pihak dan mengkondisikan konsumen hidup *mubazir*.⁹

Kelima, skripsi yang ditulis oleh Khoiroh Muhimatul “*Perspektif Hukum Islam terhadap Pemberian Hadiah Jalan Sehat dari Hasil Penjualan Kupon di Desa Made Kecamatan Sambikerep Surabaya*” hasil penelitiannya yaitu penjualan kupon yang dilakukan oleh panitia acara jalan sehat berhadiah hukumnya sah, karena dalam jual beli kupon tersebut tidak terdapat unsur paksaan, karena jalan sehat berhadiah tersebut sudah terkait oleh perintah ketua RW, sedangkan membeli tiket demi berharap untuk mendapatkan hadiah hukumnya tidak boleh.¹⁰

⁸ Fara Nurrahmatillah, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Hadiah Undian Sebagai Daya Tarik Konsumen (Analisis terhadap Pendapat Yusuf al-Qaradawi dengan Pendekatan Maqasid)*, (Skripsi-UIN Ar-Raniri, Aceh, 2019).

⁹ Lisdiana, *Tinjauan Hukum Islam tentang Promosi dengan menggunakan Hadiah (Studi pada Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung)*, (Skripsi- UIN Raden Intan Lampung,2018)

¹⁰Khoiroh Muhimatul, *Perspektif Hukum Islam terhadap Pemberian Hadiah Jalan Sehat dari Hasil Penjualan Kupon di Desa Made Kecamatan Sambikerep Surabaya*, (Skripsi- UIN Sunan Ampel Surabaya,2016)

F. Kerangka Pemikiran

Jual-beli adalah pertukaran harta dengan harta dengan tujuan *iktisab*, yaitu upaya pemenuhan kebutuhan dengan cara pertukaran. Adapun dalil al-Quran mengenai jual-beli yaitu terdapat dalam QS. Al-Nisa (4) ayat 29.

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝ ٢٩ ﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”¹¹

Setiap akad itu tentunya memiliki rukun dan syarat sehingga jika terpenuhi rukun dan syaratnya maka akad tersebut sah secara syariah. Adapun rukun jual beli sebagai berikut:¹²

1. Penjual.
2. Pembeli.
3. *Shighat (ijab qabul)*.
4. Objek akad (*ma'qud'alaih*).

Banyak para pelaku usaha atau pedagang saat ini yang melakukan praktik jual beli yang melakukan promosi/pemasaran produknya menggunakan sistem pemberian *giveaway* (hadiah). Hadiah dalam konsep *fiqh muamalah* termasuk pada akad hibah (*tabarru'*).

¹¹Tim Riels Grafika, *Al Kalimah – Tafsir – Perkata – Tajwid*, (Depok: PT Riels Grafika,2015)

¹²Jaih Mubarak dan Hasanudin. *Fikih Mu'amalah Maliyyah: Akad Jual-Beli*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media,2019). hlm. 10

Pada prinsipnya, ulama berpendapat bahwa hadiah (*ja'izah tasyi'iyah*) boleh dilakukan dengan syarat telah dipenuhi ketentuan umum dan ketentuan khususnya. Ketentuan umumnya adalah hadiah (*jaizah tasy'iyah*) harus terhindar dari *qimar* (judi), *maisir* (untung-untung), *gharar*, riba dan menggunakan atau mengonsumsi harta pihak lain secara batil. Sedangkan ketentuan khususnya adalah mengharuskan pihak peserta (pembeli) mengerjakan pekerjaan mubah (boleh secara syariah), harus benda yang halal, benda yang sudah menjadi milik pemberi, benda berwujud dan benda dapat secara pasti.¹³

Tindakan saling memberi hadiah sangat dianjurkan oleh Rasulullah, karena hal itu dapat mempererat ikatan sesama muslim. Sebagaimana dalam sabdanya

النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ، يَقُولُ : تَهَادُوا ، تَحَابُّوا ،

“Salinglah memberikan hadiah, niscaya kalian akan saling mencintai.”

(HR. Al-Bukhari)¹⁴

Jual beli dengan sistem *giveaway* memiliki kemungkinan-kemungkinan mekanisme yang berbeda setiap transaksinya. Jual beli dengan sistem *giveaway* sebagaimana dimaksud merupakan jual beli dengan syarat pembelian minimum tertentu. Syarat minimum pembelian tersebut merupakan syarat kemungkinan mendapatkan *giveaway* dari pihak penjual yang menjadikan *giveaway* tersebut dapat disamakan dengan hibah bersyarat. Di antara hibah bersyarat yang digunakan dalam kitab fikih adalah *hibah bi al-tsawab* dan *hibah bi al-'iwadh*, yaitu hibah yang diharapkan dapat memperoleh imbalan bendawi (*al-'iwadh al mali*). *Hibah bi*

¹³ Jaih Mubarak dan Hasanudin. *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Tabaruu'*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019). hlm. 20

¹⁴ Tim Kreatif (Wisnu, dkk), *TafsirQ.com*, (JavanLabs, 2015)

al-tsawab cenderung bersifat transaksional, sebagaimana akad *mu'awadhat* (pertukaran/bisnis), padahal substansi hibah termasuk dalam domain akad *tabarru'* (kebajikan).¹⁵ Terkait dengan praktik *giveaway*, kemungkinan-kemungkinan yang dimaksud sebelumnya yaitu bahwa modal hadiah yang diberikan pada jual beli ini bisa diperoleh di luar dana keuntungan pihak penjual pada satu periode transaksi bisa merupakan dari keuntungan pada satu periode transaksi jual beli dengan *giveaway*.

Terdapat isu yang terkait pada sistem jual beli *giveaway* yaitu *maisir*. *Maisir* dalam terminologi muamalah berarti untung-untungan atau perjanjian untung-untungan. Adapun secara bahasa *maisir* adalah undian (*al-qimar*) yang berarti mudah (*kemudahan/al-suhūlah*) karena harta diperoleh tanpa susah payah atau lelah dalam melakukan *kasab/ikhtiar/usaha*.¹⁶ Isu terkait *maisir* dengan sistem jual beli *giveaway* yang hadiahnya merupakan hasil keuntungan pada periode transaksi yang sama dengan diberikannya *giveaway* ini patut untuk diteliti.

Hal itu dikarenakan sebenarnya masing-masing pembeli periode transaksi tertentu menyisihkan sebagian harta dari harga jual beli untuk suatu barang yaitu hadiah yang akan dibagikan (*giveaway*) dengan cara diundi. Jika memang demikian, subjek hukum penerima hadiah yang sebenarnya boleh saja diundi karena *gharar* dalam akad *tabarru'* (dalam hal ini hibah) itu diperbolehkan sesuai kaidah berikut:

الْغَرَرُ لَا يَضُرُّ فِي النَّبَرَاتِ

¹⁵Jaih Mubarak dan Hasanudin. *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Tabarru'*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media,2019). hlm. 15

¹⁶ Jaih Mubarak dan Hasanudin. *Fikih Mu'amalah Maliyyah Prinsip-Prinsip Perjanjian*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media,2017). hlm.226

bersyarat yang diperbolehkan. Berdasarkan apa yang telah dipaparkan sebelumnya peneliti menilai bahwa permasalahan ini penting untuk dikaji dikarenakan praktik jual beli dengan *giveaway* ini sangat marak terjadi.

G. Langkah-langkah Penelitian

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari rumusan masalah yang telah peneliti kemukakan di atas diperlukan metode penelitian.

1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif pendekatan studi kasus. Yaitu mendeskripsikan praktik jual beli dengan sistem *giveaway* dengan pendekatan studi kasus pada Store Colosal.Wear. Penelitian ini tidak menggunakan istilah populasi dan sampel, tapi menggunakan, “*social situation*” atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis.²⁰ Adapun tiga elemen yang terlibat dalam penelitian ini yaitu

- a. Tempat (*place*): Store Colosal.Wear
- b. Pelaku (*actor*): Pemilik Store Colosal Wear dan Pihak lainnya yang terlibat
- c. Aktivitas (*activity*): Praktik Jual beli dengan sistem *giveaway*

2. Jenis Data

Jenis Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Data dalam penelitian kualitatif bukan berupa angka tetapi deskripsi naratif, walaupun ada angka, angka tersebut dalam hubungan suatu deskripsi. Dalam pengolahan data kualitatif ini tidak ada penjumlahan data, sehingga mengarah

²⁰Lexi J Moeloeng, Penelitian Kualitatif (Bandung: Osdakarya, 2002), 207.

kepada kasus yang terjadi dilapangan.²¹ Data Kualitatif dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh melalui wawancara dengan pihak terkait yang berkaitan dengan mekanisme praktik jual beli di Store Colosal.Wear dengan sistem *giveaway*.

3. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah subjek dari mana data yang diperoleh²². Berikut adalah sumber data yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Data Primer

Data Primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden yaitu hasil wawancara dengan Bagas Alexandro (pemilik Store Colosal.Wear) dan Afrizal (salah satu pembeli di Store Colosal Wear).

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berupa buku, jurnal, artikel, peraturan-peraturan serta situs internet yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian²³. Dalam penelitian ini menggunakan metode indepth interview (wawancara mendalam) yang dilakukan dengan Bagas

²¹Nana Syaodih Sukamadinata, *Metode Penelitian Pendidikan I* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2009),248.

²² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, Cet Ke-12,2002), hlm. 107

²³ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 372

Alexandro (pemilik Store Colosal.Wear) dan Afrizal (salah satu pembeli Store Colosal.Wear)

b. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dalam penelitian ini dapat diperoleh dari buku-buku, jurnal, artikel, penelitian, informasi dan hal lainnya yang berkaitan dengan praktik jual beli dengan menggunakan sistem *giveaway* (hadiah).

5. Analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lainnya yang berkaitan dengan data penelitian²⁴.

Adapun tahapan-tahapan dalam proses analisis data adalah sebagai berikut:

- a. Memahami data, yaitu memahami dan mengetahui data yang didapatkan dari penelitian, baik berupa data primer maupun data sekunder.
- b. Menyeleksi dan mengklasifikasi data, yaitu proses pemilihan data dan pengelompokan data.
- c. Menyajikan data, yaitu menyusun data yang telah diseleksi agar lebih teratur sehingga memudahkan dalam menganalisis data
- d. Menginterpretasi atau penafsiran data, yaitu penggabungan terhadap sebuah hasil dari analisis dengan standar tertentu untuk mencari sebuah jawaban dari penelitian

²⁴ Muh. Fitrah dan Luthfiyah, *Metode Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi: CV Jejak,2017), Hlm. 84

- e. Menarik kesimpulan mengenai akhir dari hasil penelitian

