

**ANALISIS FIQIH MUAMALAH TERHADAP GIVEAWAY
BERSYARAT BAGI FOLLOWER AKUN INSTAGRAM
ONLINE SHOP @AR_SHOPTGL (STUDY KASUS ONLINE
SHOP DI DAERAH KECAMATAN TANGGUL JEMBER)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah Jurusan Hukum Islam
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah



Oleh :

Ari Wibowo
NIM. S20172072

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS SYARI'AH
2021**

**ANALISIS FIQIH MUAMALAH TERHADAP GIVEAWAY
BERSYARAT BAGI FOLLOWER AKUN INSTAGRAM
ONLINE SHOP @AR_SHOPTGL (STUDY KASUS ONLINE
SHOP DI DAERAH KECAMATAN TANGGUL JEMBER)**

SKRIPSI

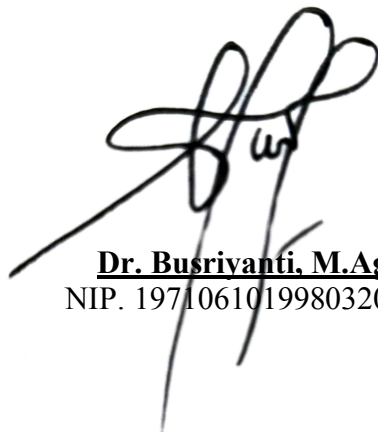
Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah Jurusan Hukum Islam
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Oleh :

Ari Wibowo

NIM: S20172072

Disetujui Pembimbing



Dr. Busrivanti, M.Ag

NIP. 197106101998032002

**ANALISIS FIQIH MUAMALAH TERHADAP GIVEAWAY
BERSYARAT BAGI FOLLOWER AKUN INSTAGRAM
ONLINE SHOP @AR_SHOPTGL (STUDY KASUS ONLINE
SHOP DI DAERAH KECAMATAN TANGGUL JEMBER)**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)

Fakultas Syariah

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (MUAMALAH)

Hari : Selasa

Tanggal : 8 Juni 2021

Tim Penguji

Ketua



Dr. Martoyo, SHI, MH
NIP. 19781212 200910 1 001

Sekretaris



Syifaul Hisan, MSI
NUP. 201603100

Anggota

1. Prof. Dr. Muhammad Noor Harisudin, M.Fil.I.
NIP. 197809252005011002



2. Dr. Busriyanti, M.Ag
NIP. 197106101998032002



Menyetujui

Dekan Fakultas Syariah



Prof. Dr. Muhammad Noor Harisudin, M.Fil.I.
NIP. 197809252005011002

MOTTO

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

“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.” (Surat An-Nisa' Ayat 29)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan segenap rasa syukur yang mendalam terhadap Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Kepada orang tua saya tercinta, Umi, Aba serta Kakak kandung saya Ahmad Sofi yang selalu memberikan kasih dan sayang, motivasi dan curahan hati dengan penuh kesbaruan serta ikhlas, membesarkan dan membiayai baik materi maupun spiritual. Serta mengalirkan doa untuk kebahagiaan putranya semata wayang ini di dunia maupun di akhirat dan demi keberhasilan ini beliau telah memberikan yang terbaik bagi putranya.
2. Guru-guru saya mulai dari anak-anak hingga dewasa seperti sekarang ini tanpa terkecuali, mulai dari guru ngaji, guru Sekolah Dasar hingga Sekolah Menengah Atas, serta para Dosen di IAIN Jember yang telah ikhlas membimbing, member arahan kebaikan dan menularkan banyak ilmu pengetahuan, khususnya para Dosen Fakultas Syari'ah.
3. Untuk teman-temanku keluarga Kopma tercinta yang mana sudah saya anggap sebagai keluarga sendiri selama kurang lebih 4 tahun ini bersama dalam suka maupun duka, yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
4. Untuk teman-temanku kelas Muamalah 2 angkatan 2017 dan terkhusus Maranda Sukma Mufatzizah yang selalu menemani saya dari awal hingga sampai saat ini, dan selalu memberikan semangat untuk saya selama dibangku kuliah.
5. Semua pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah

membantu dalam penyusunan skripsi ini, kalian semua luar biasa.

6. Almamaterku Institut Agama Islma Negeri Jember.



KATA PENGANTAR

Bismillah

Alhamdulillah Robbil ‘Alamin, segala puji bagi Allah SWT dan rasa syukur saya panjatkan kepada, tanpa pertolongan Allah SWT selama empat tahun berjuang tanpa Do’a rasanya mustahil untuk bisa mencapai pada tahap akhir ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan pada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa Iman dan Islam menjadi penuntun kehidupan uat di dunia hingga di akhirat.

Selanjutnya tugas akhir (skripsi) ini, bukanlah karya yang sempurna tapi sebagai bentuk pembelajaran di dunia akademis. Maka dari itu, sudah pasti terdapat kesalahan. Dengan demikian setidaknya menjadi ukuran proses selama empat tahun ini. Jerih payah ini terutama dalam judul skripsi ANALISIS FIQIH MUAMALAH TERHADAP *GIVEAWAY* BERSYARAT BAGI *FOLLOWER* AKUN INSTAGRAM *ONLINE SHOP @AR_SHOPTGL* (STUDY KASUS ONLINE SHOP DI DAERAH KECAMATAN TANGGUL JEMBER) tanpa bantuan semua pihak skripsi ini tidak akan selesai dngan baik. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan teimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, MM Selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Prof. Dr. Muhammad Noor Harisudin, M.Fil.I Selaku Dekan Fakultas Syariah.
3. Ibuk Busriyanti, M.Ag Selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.
Dan sekaligus sebagai dosen pembimbing
4. Segenap Dosen IAIN Jember khususnya Dosen fakultas Syariah, terimakasih

atas ilmu yang telah diberikan kepada kami mudah-mudahan bermanfaat.

5. Dan semua pihak yang telah membantu baik materiil maupun non materiil dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Tiada balasan yang dapat penulis sampaikan kecuali ucapan “ *Jaza Kuumullah Khorul Jazaa* ” dan semoga amal baktinya di terima oleh Allah SWT.

Dalam pembuatan skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun penulis menyadari apabila ditinjau dari kaca mata keilmuan, masih jauh dari kata sempurna. Karena kesempurnaan hanya milik Allah semata. Oleh karena itu penulis selalu mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan kepada pembaca umumnya.

Jember, 09 Desember 2020
ARI WIBOWO (S20172072)

IAIN JEMBER

ABSTRAK

ARI WIBOWO, 2021. *Analisis Fiqih Muamalah Terhadap Giveaway Bersyarat Bagi Follower akun Instagram Online Shop @Ar_Shoptgl. (Studi Kasus Online Shop di Daerah Kecamatan Tanggul Jember)*

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 shop @Ar_Shoptgl 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.

Namun pada giveaway kali ini ada beberapa kejanggalan pada pelaksanaannya yakni siapa saja yang terpilih sebagai pemenang giveaway maka orang tersebut akan dibebani oleh biaya yang harus dibayar untuk ongkos kirim barang yang didapatkan dan apabila tidak ada konfirmasi dalam 1x24 jam, maka hadiah yang didapatkan bisa hangus. Hal ini tidak ada pemberitahuan sebelumnya sehingga pemenang kaget dan sedikit merasa kecewa karena peluang mendapatkan hadiah gratis ini dianggapnya sia-sia. Hal ini juga perlu dijelaskan lebih lanjut tentang batasan dan penjelasan bagaimana ketentuan yang sesuai dengan prinsip islam dalam bermuamalah sehingga nantinya tidak menyalahi prinsip-prinsip syariah dan terhindar dari riba, Gharar, dan maisir.

Focus masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana praktek pemberian Give away bersyarat bagi follower akun Instagram online shop @Ar_shoptgl? 2) Bagaimana Analisis Fiqh Muamalah terhadap Giveaway bersyarat bagi follower akun Instagram online shop @Ar_shoptgl

Metode yang dipakai Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian Yuridis Empiris. Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi lapangan (*field research*) dimana peneliti dalam hal ini langsung terjun ke lapangan. dalam mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yang akan diangkat.

Dari hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Praktik pemberian giveaway pada akun instagram @Ar_Shoptgl, dimulai dari syarat yang diharuskan mengikuti akun instagram @Ar_Shoptgl, menyukai, like, komen serta mengirim ulang foto yang ditentukan admin, tag teman, dan pengumuman pemenang yang diumumkan empat minggu setelah giveaway dimulai, pengumuman tersebut diumumkan admin pada instagram story dengan menandai dan mengirim pesan melalui direct message yang ada di instagram dan di simpan pada sorotan dengan pemberitahuan pemenang harus menanggung sendiri biaya ongkos kirim barang yang telah diperoleh dengan batas waktu pemberian hadiah 1x24 jam. Menurut fiqih muamalah praktek giveaway dengan adanya syarat adalah diperbolehkan dengan ketentuan syarat harus jelas dari awal, dan pembebanan biaya ongkir kepada penerima hadiah juga diperbolehkan apabila penerima hadiah rido terhadap ketentuan hal tersebut, namun pembatasan waktu pemberian hadiah dalam pelaksanaan giveaway tidak diperbolehkan.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	ii
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Istilah.....	11
F. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II	16
KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	16
A. Penelitian Terdahulu.....	16
B. Kajian Teori	23
1. Pengertian Hadiah.....	24
2. Syarat dan rukun hadiah.....	27
3. Dasar Hukum Hadiah.....	28
5. Hikmah pemberian hadiah	34
7. Manfaat Hadiah	38
8. Perbedaan Hadiah, Hibah, dan Sedekah	39
a. Sedekah	39
b. Hibah.....	39
c. Hadiah	40
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian	42

C. Subjek Penelitian.....	42
D. Teknik Pengumpulan data	43
E. Analisis Data	46
F. Keabsahan Data.....	50
G. Tahap tahap Penelitian.....	51
BAB IV	53
PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	53
A. Gambaran Objek Penelitian.....	53
B. Penyajian Data dan Analisis	63
C. Pembahasan Temuan.....	71
BAB V	84
PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran-Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN	90



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia adalah sebuah negara hukum seperti yang tercantum didalam pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945.¹ Hukum adalah sutau kaidah yang mengatur tentang hak dan kewajiban masyarakat disuatu Negara yang berbentuk tertulis maupun tidak tertulis.² Hukum Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, hukum adalah peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa atau pemerintah. Di Indonesia ada beberapa macam hukum, namun semua hukum tersebut saling berkaitan karena acuan terbesarnya adalah UUD 1945 yang telah disepakati oleh seluruh masyarakat/rakyat Indonesia. hukum tersebut adalah hukum positif dan hukum islam. Hukum positif mempunyai sebutan *ius constitutum* atau hukum positif merupakan hukum yang berlaku saat ini yang berada disuatu tempat atau Negara.³ Hukum yang berlaku tersebut terdiri dari ketentuan dan aturan yang saling berhubungan dan saling menentukan, oleh karena itu aturan aturan tadi merupakan suatu susunan dan tata hukum. Selain hukum positif di Indonesia juga ada hukum yang ditujukan hanya untuk orang yang beragama islam, menurut ulama ushul ialah doktrin (kitab) syari' yang bersangkutan dengan perbuatan orang-orang *mukallaf* yang bersangkutan

¹Su Hyon Son. *Analisis Pembatalan Akta Hibah Saham Didasarkan Pada Perjanjian Investor Yang Telah Dibatalkan* (Studiputusan Kasasi Nomor 2820 K/PDT/2014). (Jakarta, jurnal hukum adigama : Vol.2, No.3 , 2014), 1-2

²Hanafi Arief, *Pengantar Hukum Indonesia*,(Yogyakarta : PT. LKiS Pelangi Aksara, 2016), 4

³Alda Kartika Yudha, "*Hukum Islam Dan Hukum Positifperbedaan, Hubungan, Dan Pandangan Ulama*", Jurnal : Jurnal Hukum Novelty, vol. 8 no. 2, (Agustus 2017), 160

dengan perbuatan orang-orang *mukallaf* secara perintah atau diperintahkan memilih atau berupa ketetapan (*taqirir*). Sedangkan menurut ulama fiqh hukum syara ialah efek yang dikehendaki oleh kitab syari' dalam perbuatan seperti wajib, haram dan mubah.⁴

Syariat menurut bahasa berarti jalan. Syariat menurut istilah berarti hukum-hukum yang diadakan oleh Allah untuk umatNya yang dibawa oleh seorang Nabi, baik hukum yang berhubungan dengan kepercayaan (aqidah) maupun hukum-hukum yang berhubungan dengan amaliyah. Menurut Prof. Mahmud Syaltout, syariat adalah peraturan yang diciptakan oleh Allah supaya manusia berpegang teguh kepadaNya di dalam perhubungan dengan Tuhan dengan saudaranya sesama Muslim dengan saudaranya sesama manusia, beserta hubungannya dengan alam seluruhnya dan hubungannya dengan kehidupan.⁵

Al Quran sama sekali tidak menyebutkan hukum islam sebagai suatu istilah. Namun yang ada didalam Al-Quran adalah kata Syariah, atau hukum Allah dan yang seakar dengannya. Istilah hukum islam merupakan terjemahan dari *Islamic law* dalam literatur barat.⁶ Hukum Islam berarti keseluruhan ketentuan-ketentuan perintah Allah yang wajib diturut (ditaati) oleh seorang muslim. Dari definisi tersebut syariat meliputi:

1. Ilmu Aqoid (keimanan)
2. Ilmu Fiqih (pemahaman manusia terhadap ketentuan-ketentuan Allah)

⁴Rahman Amin, *Pengantar Hukum Indonesia*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019), 272

⁵Mardani, *Hukum Islam* (Jakarta, Kencana Prenadamedia group), 27

⁶ Rohidin, *Buku Ajar Pengantar Hukum Islam: Dari Semenanjung Arabia hingga Indonesia*, (Yogyakarta : Lintang Rasi Aksara Books, 2016), 2.

3. Ilmu Akhlaq (kesusilaan)

Dapat disimpulkan bahwa hukum Islam adalah syariat yang berarti hukum-hukum yang diadakan oleh Allah untuk umat-Nya yang dibawa oleh seorang Nabi, baik hukum yang berhubungan dengan kepercayaan (aqidah) maupun hukum-hukum yang berhubungan dengan amaliyah (perbuatan). Maka dari itu hukum islam ini dasarnya adalah Al Quran , Hadits, ijmak dan Qiyas. Jika disederhanakan lagi didalam islam hanya ada dua hubungan, yakni hablum minallah dan hablum minannas. Hablum minallah seperti ibadah dan hablum minannas sama halnya bermuamalah dan sebagainya yang berkaitan dengan hubungan antar manusia.

Perkembangan internet saat ini sangat pesat, dikarenakan pada awalnya internet hanya dipakai kalangan tertentu saja, tetapi untuk saat ini hamper semua orang menyentuh internet dalam kehidupan sehari-harinya. Hal tersebut disebabkan oleh berbagai penemuan-penemuan baru yang ada pada internet itu sendiri.⁷ Pada awalnya orang menggunakan internet sebagai hiburan saja, tapi sekarang orang juga menggunakan internet sebagai *Marketing*. *Internet marketing* (pemasaran internet) merupakan salah satu promosi dan juga merupakan instrument komunikasi pemasaran yang mandiri. Sifat *Internet Marketing* yang komunikatif dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk dijadikan interaktif dalam berkomunikasi dengan konsumen sehingga dapat memperluas jaringan usaha yang dimiliki oleh seorang pengusaha itu sendiri.⁸ Strategi

⁷ Astrica Ayuni Rahmaputri. *Respon Konsumen pada Program Sales Promotion Giveaway*. Bandung, e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3 (Desember 2015), 1-2

⁸Astrica Ayuni Rahmaputri, *Respon Konsumen pada Program Sales Promotion Giveaway*, 2

pemasaran adalah faktor pokok yang dilakukan oleh perusahaan atau seorang pengusaha, hal ini merupakan hal sangat penting untuk mencapai suksesnya usaha dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.⁹

Giveaway merupakan salah satu cara kerja internet *marketing* di zaman modern seperti saat ini, yakni program *sales promotion* yang dilakukan oleh pengusaha yang bertujuan untuk memperoleh atau lebih memperkenalkan usahanya di *media social*. Orang yang mengikuti *Giveaway* akan berkesempatan mendapatkan hadiah dari orang yang membuat program tersebut, namun dalam *Giveaway* ini ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh peserta *Giveaway* sekaligus sebagai syarat apabila nanti terpilih sebagai pemenang *Giveaway*. Contoh dari syarat tersebut seperti harus *memfollow* akun social media orang/usaha yang mengadakan *Giveaway*.

Dalam prespektif Fiqih Muamalah *Giveaway* merupakan Hadiah atau bisa disebut dengan Hibah. Hibah adalah akad yang menjadikan kepemilikan tanpa adanya pengganti ketika masih hidup dan dilakukan seacara sukarela, kemudian menurut ulama Hanabilah Hibah adalah memberikan kepemilikan atas barang yang dapat di *tasharuf-kan* berupa harta yang jelas karena adanya *uzur* untuk mengetahuinya, berwujud, dapat diserahkan tanpa adanya kewajiban, ketika masih hidup, tanpa adanya pengganti, yang dapat dikategorikan sebagai hibah menurut adat dengan lafazh hibah atau tamlik (menjadikan milik).¹⁰ Hibah menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

⁹Luthfi Nuraini Sandra Putri, ‘Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Toko Zizara Depok’, Cakrawala, Vol. XVII, No. 2, (September, 2017): 2

¹⁰Rachmat Syafe’I, *Fiqh Muamalah* (Bandung : CV Pustaka Setia), 242

(KHES) dalam pasal 668 ayat 9 adalah penyerahan kepemilikan suatu barang kepada orang lain tanpa imbalan apapun. Penghibah adalah orang yang memberikan barang dengan cara menghibahkan dan penerima hibah adalah orang yang menerima hibah. Lalu hadiah dalam ayat 13 dijelaskan adalah barang yang diberikan atau dikirimkan kepada seseorang sebagai tanda penghormatan kepadanya.¹¹

Hibah atau hadiah disyariatkan berdasarkan Al-Qur'an Surat Al-Baqarah (177) yang mensyariatkan bahwa yang dianggap kebaikan itu disamping beriman kepada Allah dan hari akhir, para malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, para Nabi-Nya juga menyerahkan sebagai harta yang dicintai kepada orang lain, seperti apa yang dijelaskan ayat dibawah ini:¹²

لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ
وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ
وَالسَّابِقِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي
الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

Artinya: 'Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan

¹¹ Wahyu widiana, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 189

¹²Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah, Prinsip dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2017),304.

pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.”

Selain itu pengertian tentang hadiah ini juga didasari oleh hadist Nabi Saw.

Yang diriwayatkan oleh Al-Bukhari:

تَهَادُوا تَحَابُّوا

Artinya: “*Salinglah memberi hadiah, niscaya kalian akan saling mencintai.*” (HR. Bukhari dalam Al Adab dan Baihaqi. Al Haafizh berkata, "Isnadnya hasan.")¹³

Dari definisi hadiah, dapat digolongkan dalam dua jenis, yakni hadiah yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan, baik dari segi pemberian maupun penerimaannya. Hadiah yang diperbolehkan adalah hadiah yang murni diberikan kepada seorang tanpa mengharapkan imbalan berupa apapun tanpa diminta sebelumnya. Maka pemberian seperti ini menjadi makruh untuk ditolak. Pemberian hadiah itu dapat menghilangkan kebencian hati sehingga dapat menumbuhkan rasa kecintaan antar individu dalam masyarakat. Sehingga akan dapat terjalin hubungan sosial yang harmonis dan terbentuklah suatu tatanan masyarakat yang saling peduli satu sama lain. Sedangkan hadiah yang tidak diperbolehkan adalah hadiah yang berkaitan dengan pelanggaran suatu kewajiban atau yang berhubungan dengan kekuasaan/jabatan yang dimiliki oleh objek atau subjek dari pemberian hadiah. Dalam kaedah syar’iyah

¹³ Muhamad Nadratuzzaman Hosen, ‘Tinjauan HUKUM Fiqih Terhadap Hadiah Tabungan dan Giro Dari Bank Syariah’, *Al Qalam*, Vol. 30 No.1 (Januari-April, 2013): 5

menyatakan bahwa ‘’ pemberian itu menjadi haram ‘’ karena bahaya yang akan timbul lebih besar dari maslahatnya.

Namun *giveaway* kali ini berbeda dengan konsep hadiah yang telah dijelaskan menurut Fiqh maupun Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah(KHES), suatu persyaratan dan ketentuan dari penyelenggara akan mengakibatkan adanya suatu perbuatan hukum dari kedua belah pihak. Peserta ini pun akan terbagi menjadi dua yakni peserta yang menang dan peserta yang tidak kalah. Pemenang akan mendapatkan hadiah sebagai imbalannya atas pekerjaan yang telah ia lakukan, namun hanya beberapa peserta saja yang mendapatkan apapun atas pekerjaan yang ia lakukan. Berdasarkan hal ini, apakah hadiah dalam *giveaway* benar dianggap sebagai suatu imbalan atas pekerjaan yang telah dilakukan, atau diartikan hadiah secara umum sebagai suatu pemberian saja, atau hadiah tersebut termasuk kedalam bagian dari hibah.

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 shop @Ar_Shoptgl* 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 *@Ar_Shoptgl*, *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.

giveaway kali ini dilaksanankan oleh akun instagram @Ar_Shoptgl dengan owner yang bernama Amalia Rosyida yang bertempat tinggal didaerah kecamatan tanggul jember. Dimana tempat tersebut merupakan tempat yang cocok untuk diteliti karena dalam pelaksanaan *giveaway* yang dilaksanakan sangat menarik untuk diteliti dengan adanya beberapa kejanggalan pada mekanismenya yakni siapa saja yang terpilih sebagai pemenang *giveaway* maka orang tersebut akan dibebani oleh biaya yang harus dibayar untuk ongkos kirim barang yang didapatkan dan apabila tidak ada konfirmasi dalam 1x24 jam, maka hadiah yang didapatkan bisa hangus. Hal ini tidak ada peberitahuan sebelumnya sehingga pemenang kagetdan sedikit merasa kecewa karena peluang mendapatkan hadiah gratis ini dianggapnya sia-sia. hadiah ini dilakukan dengan sistem acak pada setiap programnya. 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*.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana praktek pemberian *Giveaway* bersyarat bagi *follower* akun Instagram *online shop @Ar_shoptgl*
2. Bagaimana Analisis Fiqh Muamalah terhadap *Giveaway* bersyarat bagi *follower* akun Instagram *online shop @Ar_shoptgl*

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana praktek *Giveaway* bersyarat bagi *follower* akun Instagram *online shop @Ar_shoptgl*
2. Untuk mengetahui Bagaimana Analisis Fiqh Muamalah terhadap *Giveaway* bersyarat bagi *follower* akun Instagram *online shop @Ar_shoptgl*

D. Manfaat Penelitian

Dalam setiap penelitian diharapkan dapat memberikan sebuah manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan landasan teoritis untuk perkembangan hukum, dan dapat memberikan suatu informasi terkait akad Hibah dan juga *Giveaway* bersyarat bagi *follower* akun Instagram *online shop @Ar_shoptgl* Tanggul Jember, serta dapat dijadikan dalam penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan

dengan akad Hibah atau juga *Giveaway* bersyarat bagi *follower* akun Instagram *online shop @Ar_shoptgl* tersebut.

2. Secara Praktis

Sebagai masukan atau sumbangan pemikiran tentang Analisis Fiqh Muamalah terhadap *Giveaway* bersyarat bagi *follower* akun Instagram *online shop @Ar_shoptgl* yang ada di Tanggul Jember

a. Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat memperoleh bantuan fikiran atau ide dan juga transfer pengetahuan yang nantinya bisa dijadikan bekal untuk meningkatkan cara berfikirnya dalam mengasah pengetahuan, sehingga dapat menumbuhkan potensi sumber daya dan selanjutnya akan mengubah prespektif dan paradigma masyarakat yang perlu untuk dirubah pola fikirnya agar semakin terasah.

b. Peneliti

- 1) Menambah pengalaman dalam penelitian, karena ini merupakan suatu langkah awal bagi peneliti untuk melakukan sebuah penelitian.
- 2) Menambah pengetahuan dan media untuk suatu penyelesaian tugas skripsi guna memperoleh gelar sarjana hukum

c. Bagi *Olshop @Ar_shoptgl* atau Lembaga-lembaga terkait

Penelitian ini agar dapat dijadikan patokan dalam berwirausaha dan lebihhati-hati dalam menerapkan akad supaya tetap berpedoman kepada hukum Allah dan hukum yang berlaku di Indonesia.

d. Bagi pembaca

- 1) Dapat menjadi bahan wawasan yang mungkin perlu diterapkan dimasyarakat, karena hal ini bisa saja penting bagi kehidupan yang telah berkembang seperti sekarang
- 2) Sebagai bentuk bahan kreatifitas untuk dirinya pribadi
- 3) Dapat mengetahui kasus kasus yang mungkin baru diketahui

e. Bagi IAIN Jember

Diharapkan menjadi bahan referensi bagi mahasiswa yang akan datang dan menjadi bahan rujukan baru.

f. Bagi pemerintah

- 1) Bagi pemerintah daerah diharapkan agar penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan untuk mengingatkan kesejahteraan masyarakat khususnya para buruh tani.
- 2) Dapat meninjau kembali mengenai model program yang seperti ini agar diperjelas hukumnya dan bisa mensejahterakan masyarakat

E. Definisi Istilah

Tujuan mendefinisikan istilah yang ada pada judul penelitian, untuk dapat menjelaskan terkait istilah-istilah yang ada, agar tidak salah paham terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti. Definisi istilah sesuai judul penelitian diantaranya sebagai berikut :

1. Analisis

Analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan¹⁴

2. Fiqh Muamalah

Fiqh disini artinya (paham), menurut terminologi fiqh mulanya berarti pengetahuan keagamaan yang mencakup seluruh ajaran agama, baik berupa akidah, akhlak, maupun amaliah (ibadah) Muamalah artinya saling bertindak, saling berbuat, dan saling beramal.

Jadi fiqh muamalah dapat diketahui adalah aturan-aturan (hukum) Allah, yang ditujukan untuk mengatur kehidupan manusia dalam urusan keduniaan atau urusan yang berkaitan dengan urusan duniawi dan social kemsyarakatan.¹⁵

3. Giveaway

Giveaway adalah sebuah kata dalam bahasa Inggris yang berarti sesuatu yang diberikan kepada pelanggan secara gratis, *giveaway* merupakan promosi yang diciptakan dalam rangka mempertahankan konsumennya dimasa modern ini, dimasa teknologi semakin canggih dan seluruh aktifitas semakin banyak dimedia internet.¹⁶

4. Follower

¹⁴Dalam kamus besar Bahasa Indonesia

¹⁵Rachmat Syafe'I, *Fiqh Muamalah*, 13

¹⁶ M Fuad Al Afif, ‘*Pengaruh Konten dan Promosi Giveaway Terhadap Meningkatnya Popularitas*’, Jurnal : JIAGABIVol. 9, No. 1, (Januari 2020), 25

Arti kata *follower* merupakan pengikut, maksudnya adalah *follower* merupakan orang-orang yang mengikuti social media orang lain seperti di Instagram contohnya.¹⁷

5. Akun Instagram

Instagram adalah salah satu aplikasi yang gunanya untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.¹⁸

6. Online Shop

Online shop atau bisa disebut toko *online* adalah sarana jual beli yang dilakukan lewat internet, konsumen online shop dapat melihat barang-barang yang akan dibeli secara langsung namun berbetuk gambar atau foto-foto bahkan video.¹⁹

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini terbagi menjadi lima bab. Disetiap bab menguraikan bahasan-bahasan yang utuh sesuai dengan langkah dan urutan layaknya sebuah penelitian. Pembagian bahasan melalui per-bab juga sangat diperlukan untuk kepentingan penulisan, dan audiens yang ingin mencermati dapat mudah serta tertaur dalam mengidentifikasi masalah yang diteliti, serta

¹⁷Dalam kamus besar Bahasa Indonesia

¹⁸Dinda Marta Almas Zakirah, ‘*Mahasiswa Dan Instagram*’, (Jurnal :S1 SOSIOLOGI FISIP UNIVERSITAS AIRLANGGA,), 5

¹⁹Nurhayat, ‘*Belanja “Online” Sebagai Cara Belanja Dikalangan Mahasiswa*’, Jurnal : Aceh Anthropological Volume 1 No. 2 Edisi (April 2017), 10

membantu dalam langkah penelitian. Maka dari itu untuk lebih terarahnya penulisan ini peneliti membagi beberapa bab sebagai berikut :

Bab satu adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian. Kemudian manfaat penelitian terbagi menjadi dua sub bab lagi yakni manfaat secara praktis dan manfaat secara teoritis, dan definisi istilah serta bab terakhir sistematika pembahasan.

Bab kedua merupakan bab yang membahas tentang kajian kepustakaan atau tinjauan pustaka yang dalam hal ini memiliki dua sub bab yaitu, penelitian terdahulu dan kajian teori yang erat kaitannya dengan apa yang sedang diteliti yakni Analisis Fiqh Muamalah terhadap *Giveaway* bersyarat bagi follower akun Instagram *online shop @Ar_shoptgl* (Study kasus *Online shop* Tanggul Jember).

Bab ketiga merupakan bab yang menguraikan secara jelas tentang metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab keempat merupakan laporan hasil penelitian yang pada hakikatnya merupakan data-data yang dihasilkan melalui Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk digunakan sebagai analisis sesuai dengan Teknik yang ditetapkan dalam pembahasan proposal ini. Bagaimana pandangan Fiqh Muamalah terhadap *Giveaway* bersyarat bagi *follower* akun Instagram *online shop @Ar_shoptgl*

Bab kelima merupakan bab yang berisi tentang kesimpulan dan hasil penelitian serta pembahasan terhadap permasalahan yang telah diuraikan, saran bagi semua pihak yang terkait Analisis Fiqh Muamalah terhadap *Giveaway* bersyarat bagi *follower* akun Instagram *online shop @Ar_shoptgl* (Study kasus *Online shop* Tanggul Jember).



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian disini bukanlah peneliti pertama yang meneliti tentang akad Hibah/hadiah dalam fiqh muamalah, sebelumnya ada beberpa peneliti yang mengkaji tentang model akad hibah/hadiah. Namun penelitian terdahulu ini tidak spesifik dan mendasar seperti yang penulis teliti. Penelitian yang pernah dilakukan peneliti sebelumnya, diantaranya ialah sebagai berikut :

Dita Mardianti, 2019 ; Analisis Hukum Islam Terhadap Pemberian Giveaway Bersyarat Dalam Akun Instagram @SakinahOlshopsby Skripsi ini disusun berdasarkan tujuan menjawab pertanyaan suatu masalah, yakni meliputi: (1) Bagaimana praktik pemberian *giveaway* dalam akun akun instagram @sakinaholshopsby. (2) Bagaimana analisis hukum islam terhadap pemberian *giveaway* dalam akun instagram @sakinaholshopsby. Dalam pengumpulan data yang ada, metode yang digunakan adalah *field research* dengan observasi dan mengumpulkan data dari sejumlah wawancara dengan pihak-pihak terkait serta pengumpulan dokumentasi yang selanjutnya data dibangun dan dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yakni tentang Praktik Pemberian *Giveaway* Bersyarat dalam Akun Instagram @sakinaholshopsby. Lalu output dari penelitian ini adalah analisis yang diuraikan dengan berpijakan pada hukum Islam.

Dari hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik pemberian *giveaway* pada akun instagram @sakinaholshopsby, terdapat syarat yang

diharuskan yakni mengikuti akun instagram @sakinaholshopsby, menyukai, komen serta merepost ulang foto. Serta syarat yang diajukan kepada pemenang yang terpilih dimana untuk pemberian hadiahnya pemenang di haruskan membayar hadiah senilai separuh harga dulu kemudian baru dikirim. Dalam perspektif hukum Islam, praktik *giveaway* semacam ini merupakan praktik pemberian hadiah yang sah selama kedua belah pihak menyatakan kerelaan atau keridhaannya seperti yang dijelaskan dalam sebuah hadits yang diriwayatkan HR. Ahmad.

Sejalan dengan kesimpulan diatas, maka pihak yang berkaitan dengan praktik pemberian *giveaway* pada akun instagram @sakinaholshopsby disarankan: pertama, bagi pelaku usaha sebaiknya dalam melaksanakan *giveaway* memberikan informasi secara menyeluruh mengenai syarat apa saja yang harus dilakukan oleh peserta agar transaksi ini lebih sempurna dalam hukum Islam. Kedua, bagi peserta yang mengikuti *giveaway* untuk membaca dan menanyakan terlebih dahulu mengenai *giveaway* yang dilaksanakan oleh akun instagram @sakinaholshopsby agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam mengikuti *giveaway* tersebut.²⁰

Adapun persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah dalam pembahasan yang mengenai bagaimana praktik pemberian *giveaway* bersyarat dalam akun Instagram tersebut dan sama sama menggunakan jenis penelitian *juridis empiris*. Sedangkan dalam permasalahan perbedaannya, dalam

²⁰Dita Mardianti, ‘‘Analisis Hukum Islam Terhadap Pemberian Giveaway Bersyarat Dalam Akun Instagram @Sakinaholshopsby’’, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2019), ii.

penelitian ini lebih memfokuskan pada Analisis Fiqh Muamalah Terhadap *Giveaway* Bersyarat bagi *Follower* Akun Instagram *Online Shop @Ar_shoptgl* sedangkan dalam penelitian sebelumnya memfokuskan pada Analisis Hukum Islam Terhadap Pemberian *Giveaway* Bersyarat Dalam Akun Instagram @SakinahOlshopsby. Adapun pendekatannya penelitian ini menggunakan pendekatan konseptual dan penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan deskriptif.

ISNAENI NUR FATIMA, 2018 ; Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik *Giveaway* Pada Transaksi *Online Shop* di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)

Skripsi ini disusun berdasarkan tujuan menjawab pertanyaan suatu masalah, yakni meliputi: (1) bagaimana mekanisme praktik *giveaway* pada transaksi *online shop* di DIY. (2) apakah *giveaway* telah sesuai dengan syarat akad syariah. (3) bagaimana tinjauan hukum islam terhadap hadiah dari *giveaway*. Praktik *giveaway* ini menggunakan sosial media instagram karena memiliki beragam fitur yang mendukung. Hampir seluruh online shop menerapkan *giveaway* ini. Pihak yang terlibat dalam praktik *giveaway* ini adalah pihak penyelenggara yaitu *online shop* itu sendiri, sedangkan peserta adalah pengguna instagram yang tertarik berpartisipasi dengan *giveaway*. Pelaksanaan *giveaway* sejauh ini belum ada ketentuan baku. Pada umumnya *giveaway* memberikan ketentuan dengan *re-post* foto, mengajak teman yang lain hingga *spam like*. Penyelenggara mengadopsi pelaksanaan *giveaway* dari online shop satu dengan lainnya lalu menyesuaikan dengan kriteria *online shop*nya.

Penelitian ini berjenis penelitian klinis yang bertujuan menemukan hukum syar'i yang termasuk dalam penelitian kualitatif yang berdasarkan data dari lapangan dan bahan kepustakaan. Penelitian ini bersifat deskriptif analitis untuk memperoleh fakta sehingga mendapatkan gambaran secara utuh. Data yang diperoleh dari penyelenggara dan peserta *giveaway*. Teknik pengambilan sampel dengan teknik purposive sampling sedangkan pengumpulan data dengan wawancara secara langsung dan dokumentasi. Analisis yang digunakan dengan cara berfikir induktif. Teori akad dalam hukum Islam yang dijadikan fokus penelitian untuk menganalisis praktik *giveaway*.

Hasil penelitian dapat menunjukkan mekanisme praktik *giveaway*. Selain itu melalui syarat dan ketentuan praktik *giveaway* memunculkan beragam ketidakpastian dari pelaksanaannya. Sedangkan hadiah dalam *giveaway* untuk menentukan pemenang menggunakan sistem undian ataupun penilaian. Sehingga tidak semua peserta mendapatkan hadiah. Kedua hal itu menimbulkan ketidaksesuaian akad dalam Islam seperti terkandung unsur garar dan maisir. Pertentangan tersebut menjadikan suatu akad tidak sah.²¹

Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah dari jenis penelitiannya menggunakan penelitian kualitatif yang berdasarkan data dari lapangan dan bahan kepustakaan. Adapun perbedaannya adalah dalam segi pembahasan penelitian ini memecahkan masalah menggunakan tinjauan hukum Islam.

²¹ISNAENI NUR FATIMA, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Giveaway Pada Transaksi Online Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)", (Skripsi, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA, YOGYAKARTA, 2018), i.

Adapun pendekatannya penelitian ini menggunakan pendekatan konseptual dan penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan deskriptif.

Diska Febriyanti Putri, 2017 ; Praktik Pemberian Hadiah Pada Contest Photo Dalam Akun Instagram @violetphotocontest (Studi Analisis Hukum Islam)”, merupakan hasil penelitian lapangan untuk menjawab pertanyaan: bagaimana praktik pemberian hadiah pada contest photo dalam akun instagram @violetphotocontest dan bagaimana analisis hukum Islam terhadap praktik pemberian hadiah pada contest photo dalam akun instagram @violetphotocontest. Untuk menjawab pertanyaan di atas peneliti mengumpulkan data melalui beberapa tehnik pengumpulan data, yang terdiri dari teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya, pengolahan data dilakukan menggunakan tehnik organizing, editing, dan analyzing. Analisis data ini menggunakan tehnik deskriptif analisis dengan pola pikir induktif yaitu menganalisa data khusus kemudian ditarik suatu kesimpulan yang bersifat umum tentang praktik pemberian hadiah pada contest photo berbayar dalam akun Instagram @Violetphotocontest.

Berdasarkan temuan penelitian pada kontes foto yang telah diikuti oleh beberapa pengguna Instagram, dalam praktiknya pemenang yang telah dipilih oleh admin Instagram @violetphotocontest diwajibkan menebus biaya hadiah termasuk ongkos kirim ke alamat pemenang dengan cara mentransfer. Menurut analisis hukum Islam, kontes foto tersebut hukumnya tidak sah, karena terdapat syarat dan rukun yang belum terpenuhi yaitu terjadi adanya ketidakjelasan dalam penilaian dan beberapa peserta yang mengikuti kontes tidak paham

bahwa dalam pengambilan hadiah tersebut diharuskan membayar. Sedangkan dalam pemberian hadiah, pada prakteknya pemenang diharuskan mentransfer dana sesuai dengan harga hadiah yang dipilih serta ongkos kirim ke tujuan alamat pemenang dan hadiah akan dikirim oleh admin. Hal tersebut dalam hukum Islam termasuk muamalah yaitu jual beli salam. Kejelasan dalam musabaqah sangat penting agar tidak terjadi kebohongan dan kecurangan dalam penyelenggaraannya. Seharusnya sebuah hadiah tidak memiliki kewajiban untuk ditebus dalam pemberiannya. Jika dalam pemberian hadiah terdapat transaksi diantara kedua belah pihak maka hadiah tersebut merupakan proses jual beli.

Penulis menyarankan kepada pihak admin akun Instagram @violetphotocontest dalam menyelenggarakan sebuah kontes foto sebaiknya sesuai dengan hukum Islam. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memberikan kejelasan mengenai bagaimana mekanisme penentuan pemenang. Penulis juga menyarankan kepada pihak peserta kontes foto akun Instagram @violetphotocontest agar terlebih dahulu membaca tata cara mengikuti kontes foto tersebut. Hal tersebut dilakukan supaya tidak terjadi kesalahpahaman dan kerugian diantara pihak penyelenggara dan peserta lomba dalam mengikuti kontes foto.²²

Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah dalam Teknik pengumpulan data sama menggunakan teknik wawancara, observasi, dan

²²Diska Febriyanti Putri, "Praktik Pemberian Hadiah Pada Contest Photo Dalam Akun Instagram @violetphotocontest (Studi Analisis Hukum Islam)" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2017), V.

dokumentasi. Adapun perbedaannya adalah analisis permasalahannya menggunakan hukum islam. Adapun pendekatannya penelitian ini menggunakan pendekatan konseptual dan penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan deskriptif.

Fikri Hamdani, 2013, Konsep hadiah dalam Surat *al-Naml* ayat 35-36 (suatukajian Tafsir Tahlili). Masalah pokok skripsi ini adalah bagaimana konsep hadiah dalam surat al-Naml ayat 35-36?. Masalah pokok ini dijabarkan dalam sub-sub masalah sebagai berikut: 1. Bagaimana hakikat hadiah?. 2. Bagaimana bentuk hadiah yang terkandung dalam surah al- Naml ayat 35-36?. 3. Bagaimana implikasi dari praktek pemberian hadiah dalam masyarakat?.

Penelitian ini menajamkan kajiannya pada redaksi-redaksi al-Qur'an dengan fokus ayat pada surat al-Naml ayat 35-36. Dengan menggunakan metode tahlili yang memaparkan berbagai aspek yang terkandung di dalam ayat-ayat yang sedang ditafsirkan itu serta menerangkan makna-makna yang tercakup di dalamnya sesuai dengan keahlian dan kecenderungan dari mufassir yang menafsirkan ayat-ayat tersebut. Dan juga mengkorelasikan dengan hadis-hadis Nabi Muhammad saw, yang dijadikan sebagai pendukung dari ayat-ayat yang dibahas.

Dari hasil kajian ayat-ayat hadiah dalam al-Qur'an (Q.S. al-Naml ayat 35-36), penulis menemukan bahwa hukum pemberian hadiah yang terdapat dalam surat tersebut belum bisa dijadikan sandaran hukum tentang pelarangan pemberian hadiah. Dengan alasan, Nabi Muhammad sendiri menerima hadiah. Yang membedakannya adalah konteks antara keduanya. Nabi Sulaiman

menolak pemberian hadiah dari Ratu Balqis karena nabi menganggap pemberian itu mempunyai maksud lain. Berbeda dengan pemberian hadiah yang diterima Nabi Muhammad yaitu pemberian tersebut lebih kepada suatu pemberian yang bertujuan untuk lebih mempererat tali silaturahmi.²³

Adapun persamaan pendekatan penelitian ini sama-sama membahas konsep persoalan hadiah dan penelitian sebelumnya juga membahas konsep hadiah. Sedangkan perbedaannya penelitian ini membahas konsep menurut fiqh muamalah dan penelitian sebelumnya fokus dalam kajian Al-Quran.

B. Kajian Teori

Dalam praktik bahwasanya *giveaway* adalah pemberian yang didasarkan adanya syarat yang harus dipenuhi terlebih dahulu oleh setiap peserta yang mengikutinya. Dalam fiqh muamalah sendiri hadiah ini merupakan pemberian barang dengan tidak ada tukarannya serta dibawa ke tempat yang diberi karena hendak memuliakannya.²⁴ Namun pada dasarnya dalam Fiqih Muamalah arti ketiga istilah hadiah, sedekah dan athiyah termasuk kedalam hibah menurut bahasa. Dengan kata lain, pengertian hibah hampir sama dengan pengertian sedekah, hadiah dan athiyah. Adapun perbedaannya sebagai berikut:

- a. Jika pemberian kepada orang lain dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah swt. Dan diberikan kepada orang yang sangat

²³FIKRI HAMDANI, ‘‘Konsep Hadiah Dalam Surat *Al-Naml* ayat 35-36 (suatukajian Tafsir Tahlili)’’, (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2013), 4.

²⁴ Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung, Sinar baru Algensindo, 2018), 326

membutuhkan tanpa mengharapkan pengganti pemberian tersebut dinamakan sedekah

- b. Jika pemberian tersebut dimaksudkan untuk mengagungkan atau karena rasa cinta, dinamakan hadiah
- c. Jika diberikan tanpa maksud yang ada pada sedekah dan hadiah dinamakan hibah
- d. Jika hibah tersebut diberikan seseorang kepada orang lain saat ia sakit menjelang kematiannya, dinamakan athiyah²⁵
- e. Hadiah tidak wajib di qobul sedangkan hibah wajib

Maka dengan ini penulis lebih merujuk kepada teori hadiah karena berdasarkan pemaparan teks diatas giveaway lebih tepat kepada hadiah karena dalam praktik giveaway merupakan pemberian dalam rangka penghormatan kepada peserta pemenang setelah memenuhi persyaratan yang telah dipenuhinya.

1. Pengertian Hadiah

Hadiah merupakan asal dari kata (هَادِي) diambil dari akar kata yang terdiri dari huruf *ha'*, dan *dal*, dan *ya*. Memiliki dua makna yakni pertama, tampil kedepan memberi petunjuk dan yang kedua, *hadi* yang berarti bermakna penunjuk jalan, karena tampil didepan maka juga bermakna menyampaikan dengan lemah lembut.

Sebelum menjelaskan definisi hadiah secara keseluruhan, perlu diketahui terlebih dahulu beberapa istilah yang terkadang masih belum

²⁵ Rachmat Syafe'I, Fiqih Muamalah, 242

dipahami oleh sebagian orang, sehingga orang-orang sulit membedakannya. Istilah itu adalah: Hibah, Sedekah, dan Hadiah. Imam Al-Syafi’I membagi kebijakan (*tabarruk*) seseorang dengan hartanya yakni dalam dua bentuk. *Pertama* kebijakan yang berkaitan dengan kematian, yaitu wasiat. *Kedua*, kebijakan ketika masih hidup yang kemudian dibedakan antara kebijakan murni (*mahdhah*) dengan waqaf. Kebijakan murni sendiri ada tiga macam, yaitu Hibah, Sedekah dan Hadiah.

Selanjutnya dijelaskan, jika kebijakan yang bertujuan untuk memuliakan seseorang yakni disebut Hadiah. Adapun hibah disini pada asalnya jika dilihat dari jenis harta yang diberikan, adalah harta tidak bergerak (tetap). Sedangkan yang disebut dengan sedekah ketika harta yang diberikan itu bertujuan untuk pendekatan diri (*taqarrub*) kepada Allah swt.

Dan berharap untuk mendapatkan pahala akhirat. Jadi dengan kata lain pengertian hadiah adalah pemberian harta kepada orang lain dengan tujuan untuk menghormati (*ikram*), memuliakan (*ta'zim*), mengasihi (*tawadduk*), dan mencintainya (*tahabbub*).²⁶

Secara Bahasa hadiah diartikan sebagai :

الْمَالُ الَّذِي أُتْحِفَ وَأُهْدِيَ لِأَحَدٍ إِكْرَامًا لَهُ

“Harta yang diberikan dan dihadiahkan kepada seseorang dalam rangka penghormatan”

²⁶ Muhammad Gazali Rahman, “Korupsi versus Hibah dan Hadiah” (Jurnal: Al-Mizan, Vol. 16, No. 2, 2020),349-374

Sedangkan secara istilah, hadiah merupakan tidak jauh berbeda dengan arti secara Bahasa diatas. Dalam mazhab Syafi'I istilah hadiah diistilahkan dengan “ pemberian suatu benda tanpa adanya imbalan, yang disertai dengan memindahkan barang tersebut kepada penerima hadiah, sebagai bentuk penghormatan kepada penerima.²⁷

Menurut istilah fiqih, hadiah didefinisikan sebagai berikut:

a. Zakariyya Al-Anshari

Hadiah adalah penyerahan hak milik harta benda tanpa adanya pengganti dengan dikirimkan kepada penerimanya untuk memuliakannya.

b. Sayyid Sabiq

Hadiah hampir serupa dengan hibah dalam segi hukum dan maknanya, dalam pengertian ini Sayyid Sabiq tidak membedakan antara hibah dan hadia.

c. Muhammad Qal'aji

Hadiah adalah suatu pemberian tanpa imbalan dan untuk menyambung tali silaturahmi, mendekatkan hubungan dan memuliakan. Dalam hal ini Qal'aji menegaskan juga bahwa hadiah tidak murni memberikan tanpa imbalan, namun ada tujuan tertentu yakni adakalanya untuk menyambung tali silaturahmi, mendekatkan hubungan dan memuliakan.²⁸

²⁷Muhammad Aqil Haidar, *Memberi Hadiah bagi Pemberi Hutang Apakah Bisa?*, (Jakarta Selatan: Rumah fiqih publishing, 2018), 6

²⁸Sri Sudiarti, *fiqih Muamalah Kontemporer*, (Sumatra Utara: Febi UIN-SU Press, 2018), 263-264.

2. Syarat dan rukun hadiah

Hadiah memiliki tiga rukun dan syarat yang harus dipenuh yait u:

- a. Pertama, *al-aqidan*, maksudnya adalah pihak pemberi hadiah, (*al-muhdi*) dan pihak yang diberi hadiah (*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. Ia tidak harus orang yang layak melakukan Tasharruf pada saat akad hadiah. Jika memang *Al-muhda ilayh* masih kecil atau gila maka penerimaan hadiah diwakili oleh wal i nya.
- b. Kedua, ijab dan qabul. Dalam hal ini tidak harus dalam bentuk perkataan (redaksi) *lafzhiyah*. Hal itu karena pada masa Nabi saw, hadiah dikirimkan kepada Beliau dan Beliau menerimanya, juga Beliau mengirimkan hadiah tanda redaksi *lafzhiyah*. Fakta seperti itu menjadi fakta umum pada masa itu dan setelahnya. Akad hadiah merupakan *al-'aqd al-munjiz*, yaitu tidak boleh berupa *al-'aqd al mu'alaq* (akad yang dikaitkan dengan suatu syarat) dan tidak boleh berupa *al-'aqd al-mudha* (akad yang disandarkan pada waktu yang akan datang)
- c. Ketiga, Harta yang di hadiahkan (*al-muhda*) syaratnya harus jelas, benar-benar milik *al-muhdi*, halal diperjual belikan dan berada ditangan *al-muhdi* atau bisa ia serah terimakan saat akad. Menurut ulama Syafi'i dan banyak ulama Syafi'iyah, barang itu haruslah barang bergerak, yaitu harus bisa dipindahkan dari suatu tempat dar satu tempat ke tempat lain.

Selain itu juga ada beberapa syarat agar hadiah bisa menjadi lebih sempurna, yakni yang pertama, *Al-Qabdh* (serah terima), yakni secara real harus ada penyerahan *al-muhda* kepada *al-muhda ilayh*. Jika tidak ada ijab qabul secara *lafzhiyah* adanya *al-qabdh* sudah dianggap cukup menunjukkan adanya pemindahan pemilihan itu. Penyerahan harta itu dianggap merupakan ijab dan penerimaan hadiah oleh *al-muhda ilayh* merupakan qabulnya. Untuk barang yang standarnya dengan dihitung, ditakar atau ditimbang (*al-ma'dud wa al-makil wa al-mawzun*) maka zat barang itu sendiri yang harus diserahkan. Adapun harta selain *al-ma'dud wa al-makil wa al-mawzun* seperti pakaian, hewan, kendaraan, barang elektronik, dan sebagainya maka yang penting ada penyerahan kepemilikan atas barang itu kepada *al-muhda ilayh* dan *qabdh-nya* cukup dengan menggesernya atau jika hewan dengan melangkaskannya, atau semisalnya.

Jadi Syarat dan rukun hadiah dan sedekah sebetulnya sama dengan hibah, hanya saja dalam hadiah sedekah tidak disyaratkan dengan ijab qabul.²⁹

3. Dasar Hukum Hadiah

a. Al-Qur'an

Q.S Surat An-Naml: 35

وَأَنِّي مُرْسِلَةٌ إِلَيْهِمْ بِهَدِيَّةٍ فَنظُرْهُ بِمَ يَرْجِعُ الْمُرْسَلُونَ

Artinya: “dan Sesungguhnya aku akan mengirim utusan kepada mereka dengan (membawa) hadiah, dan (aku akan)

²⁹Abi Yahya Zakariyya Al-Anshari Asy-Syafi'i, *Asnal Mathalib*, Juz 5 (Beirut: Dar al- Kutub alilmiyah), 568

menunggu apa yang akandibawa kembali oleh utusan-utusan itu”.

QS. Al- Maidah[5]: 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أُمِّيْنَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan(mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa'id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keridhaan dari Tuhannya, dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian (mu) kepadasesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari MasjidilHaram, mendorong berbuat aniaya. Dan tolong-menolonglah kamu dalam(mengerjakan) kebajikan dan taqwa*” ... (QS. Al- Maidah[5]: 2)³⁰

b. As-Sunnah

Hadis Nabi Muhammad SAW.

تَصَافَحُوا يَذْهَبُ الْغِلُّ ، وَتَهَادُّوا تَحَابُّوا

Artinya: “*Berjabat tanganlah maka akan hilang rasa dendam dan dengki dan saling memberi hadiahlah maka kalian akan menjadi saling mencintai.*” (H.R Malik).

Nabi sendiri juga sering menerima dan memberi hadiah kepada sesama muslim, sebagaimana sabdanya: Aisyah *radhiyallahu ‘anha* menyatakan,

³⁰Departemen Agama Republik Indonesia, Al- Qur’an dan Terjemahannya

كَانَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - يَقْبَلُ الْهَدِيَّةَ وَيُثِيبُ عَلَيْهَا

“Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* biasa menerima hadiah dan biasa pula membalasnya.” (HR. Bukhari, no. 2585).³¹

Al-Hafizh t dalam Fathul Bari menyebutkan hadits Aisyah Ummul Mukminin x yang diriwayatkan oleh Ath-Thabarani:

يَا نِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ، تَهَادُوا وَلَوْ فَرَسِينَ شَاةٍ، فَإِنَّهُ يُنْبِتُ الْمَوَدَّةَ وَيُذْهِبُ الضَّغَائِنَ

Artinya: “Wahai wanita-wanitanya kaum mukminin, saling menghadiahilah kalian walaupun hanya dengan sepotong kaki kambing, karena yang demikian itu akan menumbuhkan rasa cinta dan menghilangkan kedengkian.”

c. Ijma’

Para Ulama menyatakan bahwa hadiah ini disunahkandengan segala macam jenisnya tanpa membeda-bedakan sedikit atau banyaknya hadiah. Hal ini sesuai dengan hadits Abu Hurairah r.a., menurut al-Bukhari,” andaikan aku diundang untuk makan kambing, aku pasti memenuhinya, dan andaikan aku dihadiahi kaki belakang atau kaki depan kambing, pasti aku menerimanya.”⁴⁰ Baik ayat maupun hadis diatas, menurut jumhur

Ulama juga menunjukkan (hukum) anjuran untuk saling membantuantar sesama manusia. Oleh sebab itu, Islam sangatmenganjurkan seseorang

³¹Sri Sudiarti *fiqih Muamalah Kontemporer*, 266

yang mempunyai kelebihan harta untuk menghibahkan atau memberikannya kepada orang yang memerlukan.³²

4. Macam-macam Hadiah

Dalam hal macam-macam hadiah yakni diantaranya ada yang memang disyariatkan, ada yang disunnatkan, dan ada pula juga yang diharamkan. Para ulama telah berpendapat terkait ketentuan-ketentuan yang syar'i dari sebagian hadiah tersebut. Adalah sebagai berikut.³³:

a. Hadiah orang yang sederajat dan yang lebih tinggi

Maksudnya adalah hadiah yang diberikan oleh pihak lebih tinggi kepada pihak yang lebih rendah dalam hal suatu kedudukan, jabatan, dan hartanya. Seperti halnya dari orang dewasa kepada anak kecil, dari guru kepada muridnya, dari kiyai kepada santrinya. Dan paling penting didalamnya merupakan suatu wujud pemuliaan, kecintaan dan silaturahmi yang dimaksudkan untuk meyakinkan hati, mempererat tali silaturahmi, persahabatan, dan ukhuah islamiah. Jenis hadiah seperti ini biasanya bersamaan dengan momen-momen keagamaan seperti dua hari raya (idul fitri dan idul adha), pernikahan, kelahiran, khitanan, kelulusan, kenaikan kelas, bepergian dan kembali dari perjalanan, hadiah pada semua keadaan ini disunnahkan secara syar'i seperti menyerupai orang-orang msrik pada jenis hadiahnya.

b. Hadiah dari kedua orang tua kepada anaknya

³²Devi Amalia Maharani, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Hadiah Dalam Produk Tarbiyah pada KSPPS Binama", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2019), 41

³³ <http://www.google.com/amp/s/sekilasweb.wordpress.com/2015/04/28/macam-macam-hadiah-dan-hukumnya-1/amp/>, diakses pada tanggal 11 Januari 2021 Pukul 14.30 WIB

Hadiah kedua orang tua kepada anaknya termasuk dari hadiah yang bias menanamkan rasa cinta pada jiwa anak-anak, akan tetapi hadiah tersebut harus diberikan secara adil diantara mereka kecuali apabila disana ada faktor

c. Hadiah dalam sebuah lamaran

Hadiah lamaran ini merupakan hadiah yang diberikan oleh salahsatu mempelai kepada pasangannya setelah akad untuk hidup bersama dan sebelum hubungan suami-istri. Dan suami tidak mempunyai hak meminta kembali hadiah dan hibah yang telah diperuntukkan kepada si istri apabila ketidaksempurnaan pernikahan tersebut kembalinya kepada sang suami dan dia adalah penyebab di dalamnya.

d. Hadiah untuk menyelesaikan hajat yang mubah atau untuk mendapatkan syafaat.

Model Hadiah untuk menyelesaikan hajat yang mubah (hadiah untuk mendapatkan syafaat). Syafaat disini maknanya adalah perantaraan atau campur tangan dengan menggunakan kedudukan untuk mencari Allah Ta'ala.

e. Hadiah untuk mendapatkan manfaat, kedudukan, dan jabatan.

Dalam artian Hadiah seperti ini untuk mendapatkan manfaat, kedudukam dan jabatan biasa. Hadiah ini diberikan untuk mendekatkan hati dan mendapatkan kecintaan dari orang yang diberikan hadiah tersebut, bukan karena kecintaan yang hakiki akan

tetapi untuk mendapatkan kemanfaatan dengan kedudukan, kekuasaan, dan posisinya di sisi orang lain sehingga dengan itu dia biasa mencapai tujuan.

f. Hak untuk mendapatkan hak atau menolak kedzaliman

Hadiah untuk mendapatkan hak atau menolak kezhaliman. demikian itu disebabkan karena adanya udzur atas seorang muslim untuk sampai kepada haknya atau menolak kejelakan yang akan menyimpannya, lalu diamenyerahkan hadiah kepada orang yang memiliki kemampuan tersebut untuk merealisasikan tujuannya itu. Adapun mengapa haram hadiah pada keadaan ini tertuju bagi orang yang mengambilnya, maka ia merupakan perkara yang tidak diragukan lagi tentang keharamannya dan merupakan perkara yang telah disepakati.

g. Hadiah untuk melegalkan kebatilan atau membatalkan kebenaran

Hadiah untuk melegalkan kebatilan atau membatalkan kebenaran. Ia memberikan hadiah tersebut agar fakta yang ada diputarbalikkan dan perkara yang ada dimanipulasi. Hadiah seperti ini merupakan hadiah yang diharamkan karena kedua belah pihak ini merupakan suap-menyuap. Dan ini juga diharamkan dengan kesepakatan para ulama, karena tujuannya adalah melegalkan perkara yang jelas sudah haram atau masuk kategori berbuat zhalim kepada seseorang, mengambil apa-apa yang bukan menjadi haknya, atau tindakan selain itu.

h. Hadiah sebagai bahan promosi

Hadiah sebagai bahan promosi adalah sebagai strategi yang dilakukan suatu perusahaan untuk bisa menarik minat konsumen, Syaikh Al-Utsaimin Rahimahullah berkata bentuk lain dari pemberian hadiah yaitu dengan cara mengumpulkan kode unik dari ekor struk adalah haram terkadang hadiah diberikan dengan cara ini, perusahaan produsen barang memotong gambar mobil menjadi beberapa bagian. Setiap bagian diletakkan ke dalam kemasan barang, hal tersebut melanggar hak cipta seseorang³⁴

5. Hikmah pemberian hadiah

Dalam kehidupan sehari-hari manusia dianjurkan untuk melakukan saling membantu dalam kebaikan agar terjalin persaudaraan yang haqiqi sesama umat islam sebagaimana dianjurkan oleh Allah Swt. dan Rasul Saw. Adapun hikmah atas disyariatkan memberikan hadiah, antara lain sebagai berikut:

- a. Menghilangkan penyakit dengki, penyakit ini merupakan penyakit hati yang merusak nilai-nilai keimanan. Hal ini sesuai dengan hadis yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Tirmidzi dan Abu Hurairah yang artinya: beri memberilah kamu, karena pemberian itu dapat menghilangkan sakit hati (dengki).

³⁴Erwandi Tarmidzi, Harta Haram Muamalat Kontemporer, (Bandung, PT Berkat Mulia Insane, 2012), 310

- b. Memberi hadiah juga dapat saling mengasihi, mencintai dan menyayang. Abu Ya'la telah meriwayatkan sebuah hadis dari Abu Hurairah r.a bahwa Nabi Saw, pernah bersabda :‘ saling memberi hadialah kamu, niscaya kamu akan saling menyayangi.
- c. menghilangkan rasa dendam, seperti dalam sebuah hadis dari Anas bahwa Rasulullah Saw bersabda: saling memberi hadialah kamu, karena sesungguhnya hadiah itu dapat memcabut rasa dendam.

6. Bentuk- bentuk Hadiah

Dilingkungan masyarakat kerab ada beberapa bentuk hadiah dalam konteks promosi yang sering diterapkan, baik dilakukan dengan cara diundi ataupun kontan. Berikut sekurang-kurangnya ada tiga jenis:

a. Hadiah yang mensyaratkan sesuatu untuk mendapatkannya

Jenis semacam ini biasanya tidak terlepas dari beberapa kemungkinan seperti berikut ini

- 1) Hadiah disertakan dalam produk-produk yang dijual, dua bentuk yang biasanya digunakan adalah:
 - a) Contohnya adalah Hadiah dan bentuk jenisnya diketahui, seperti halnya pada setiap pembelian satu pack sabun konsumen berhak mendapatkan satu buah gelas
 - b) Contoh bentuk dan jenisnya yang tidak diketahui adalah pada setiap pembelian produk apa saja, konsumen berhak menerima hadiah sehingga adakalanya hal semacam ini belum diketahui hadiahnya dan dapat menimbulkan unsur gharar

b. Hadiah dilakukan dengan cara diundi

Undian berhadiah yang dikemas, sering terjadi dilingkungan masyarakat saat ini, hak tersebut biasanya terjadi pada kuis-kuis berhadiah di televisi, dimana pertanyaan-pertanyaan yang diajukan sangatlah mudah-mudah untuk dijawab. Jadi undian seperti ini tidak seperti benar-benar ilmiah, hanya saja undian seperti itu untuk meningkatkan promosi penjualan saja.

c. Investasi (saham berhadiah)

Investasi adalah salah satu produk bank yang berupa lembaran saham atau tawaran investasi kepada masyarakat dengan harga tertentu, dan konsumen sendiri bisa mencairkan investasinya ini sewaktu-waktu. Setiap konsumen yang membeli, konsumen tersebut diikutkan ke dalam undian dengan bukti lembaran saham tadi, yang penarikannya dilakukan setiap bulan.

Yusuf Qardhawi juga menyebutkan ada 3 (tiga) bentuk undian berhadiah, yaitu :

a. Bentuk yang diperbolehkan syariat

Menurut Yusuf Qardhawi bentuk yang diperbolehkan dan diterima oleh syara' adalah hadiah-hadiah yang disediakan untuk memotifasi dan mengajak kepada peningkatan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan amal shaleh. Contohnya seperti hadiah yang disediakan bagi pemenang dalam perlombaan menghafal al- Quran,serta sumbangan yang menyangkut bidang keislaman, keilmuan, sastra, dan lain-lain.²⁸

Pada dasarnya menurut pendapat Yusuf Qardhawi ini melihat konteks tujuan pemberian hadiahnya, asalkan untuk kegiatan yang positif maka boleh. Bentuk yang diharamkan tanpa adanya perselisihan Bentuk yang tidak lagi diragukan keharamannya adalah dengan menggunakan kupon yang dijual pada harga tertentu, banyakmaupun sedikit, tanpa ada gantinya melainkan hanya untuk ikut sertadalam memperoleh hadiah yang disediakan. Misalnya seperti mobil, emas, dan lainnya. Bahkan hal ini, merupakan suatu larangan serius (bagi yang melakukannya dianggap sebagai dosa besar). Karena merupakan dosa besar). Karena termasuk ke dalam perbuatan judiyang dirangkaikan dengan khamar (minuman keras) dalam alQur'an. Firman Allah menyebutkan dalam Qur'an Surat al- Maidah: 90-91 menyebutkan sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ
الشَّيْطَانِ فَأَحْتَبُوهُ لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُونَ (٩٠) إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ
وَالْبُغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنتُمْ
مُنْتَهُونَ (٩١)

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. 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).*

- b. Bentuk yang masih diperselisihkan hukumnya adalah berupa kupon undian yang diberikan kepada pelanggan karena pembelian sesuatu, misalnya yang terjadi pada sebuah toko, pom bensin, atau mengikuti pertandingan bola dengan membayar tiket masuk disertai dengan pemberian kupon

7. Manfaat Hadiah

Pemberian hadiah kepada orang lain akan mendatangkan manfaat yang baik buat diri kita sendiri sebagai pemberi hadiah, berikut merupakan beberapa manfaat yang akan kita peroleh sebagai berikut:

- a. Terhindar dari sifat tercela, yaitu dengki kepada seseorang

Saat kita berkomunikasi atau meminta pertolongan kepada orang lain

Hadiah membuat seseorang menjadi lebih merasa diperhatikan, maka

dari itu dengan kita saling memberi hadiah akan mendatangkan tali silaturahmi yang baik dan dijauhkan dari sifat dengki.

- b. Dapat memotivasi seseorang untuk mencapai prestasi yang lebih baik

- c. Manusia adalah makhluk yang mempunyai tujuan sukses dunia sampai akhirat, target merupakan bagian dari seseorang. Apresiasi ketika sudah berhasil akan terasa semakin membuat seseorang lebih semangat lagi untuk mencapai target yang lebih baik lagi.

- d. Sebagai sarana mendidik diri sendiri agar selalu berbuat baik

Seseorang yang diberi hadiah akan merasa sangat senang, karena telah mendapatkan apa yang belum dimilikinya, khususnya orang yang ekonominya dibawah, maka dari itu dengan memberi hadiah seseorang

akan selalu merasa bersyukur dan sadar apa yang telah dimiliki saat ini hanyalah sebuah titipan

8. Perbedaan Hadiah, Hibah, dan Sedekah

sedekah, hibah, maupun hadiah merupakan perbuatan memberikan sesuatu kepada orang lain yang menerimanya. Namun demikian, terdapat perbedaan antara ketiganya. Persamaan dan perbedaannya adalah sebagai berikut :

a. Sedekah

- 1) Merupakan pemberian sesuatu yang didasarkan atas kepedulian terhadap fakir miskin.
- 2) Perbuatan ini dilakukan semata-mata untuk mencari Ridha Allah SWT
- 3) Sebagai salah satu perwujudan rasa syukur kepada Allah SWT
- 4) Pemberian ini ditujukan kepada fakir miskin dan anak yatim
- 5) Pemberian biasanya dalam bentuk uang untuk melaksanakan sedekah tidak perlu tata cara tertentu.
- 6) Sedekah hukumnya sunnah muakkad

b. Hibah

- 1) Merupakan pemberian yang didasarkan atas kasih sayang
- 2) Pemberian ini lebih bersifat keduniawian
- 3) Pemberian ini ditujukan kepada orang-orang yang masih dalam hubungan keluarga
- 4) Pemberian ini biasanya dalam bentuk barang tidak bergerak

5) Untuk melaksanakan hibah perlu tata cara tertentu, misalnya dilakukan secara tertulis

6) Hibah hukumnya sunnah

c. Hadiah

1) Merupakan pemberian yang diberikan atas keadaan atau peristiwa tertentu

2) Pemberian ini lebih bersifat keduniawian

3) Pemberian ini ditujukan kepada orang-orang tertentu

4) Pemberian ini biasanya dalam bentuk barang, baik barang bergerak seperti alat-alat sekolah, televisi, dan lain-lain, maupun barang bergerak

5) Untuk melaksanakan hadiah, bisa melalui tata cara atau prosedur tertentu dan bisa pula tidak

6) Hadiah hukumnya mubah (boleh)³⁵

³⁵Sri Sudiarti *fiqih Muamalah Kontemporer*, 268

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis empiris yang merupakan pendekatan dengan meneliti dan mengumpulkan data primer yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui wawancara dengan narasumber yang berhubungan dengan penelitian.³⁶ Jenis penelitian ini adalah yuridis empiris atau bisa disebut juga dengan penelitian lapangan (*fiel research*) yakni dengan mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya dalam masyarakat. Penelitian yuridis empiris adalah penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normative secara *in action* pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.³⁷

Pendekatan dan jenis penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini menganalisis permasalahan dilakukan dengan memadukan hukum tertulis dengan data yang ditemukan di lapangan yaitu tentang “ Analisis Fiqih Muamalah Terhadap *Giveaway* Bersyarat Bagi *Follower* Akun Instagram *Online Shop @Ar_Shoptgl* (Study Kasus *Online Shop* Tanggul Jember)

³⁶ Bambang Sunggono, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta : UI Press, 1986), 56.

³⁷ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2004), 134

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana yang dilakukan peneliti atau observasi berlangsung. Lokasi penelitian merupakan tempat yang akan dijadikan sebagai lapangan penelitian atau tempat di mana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks dan sebagainya).³⁸

Penelitian ini berlokasi di Jl.Durian No.26 besi tua pas belakang toko RR Outdoor gear Kecamatan Tanggul wetan ,Kabupaten Jember di kecamatan tanggul Jember yang merupakan kediaman pemilik akun Instagram *Online Shop @Ar_shoptgl*. Lokasi ini dipilih karena tempat tersebut melakukan kegiatan program *Giveaway* dalam akun Instagram. Peneliti memilih tempat ini karena peneliti menganggap tempat ini merupakan pengadaan program give away bersyarat yang membuat pemenangnya sedikit mengalami kekecewaan terhadap biaya ongkir yang diberitahukan diakhir program dan tempat ini lumayan jauh dari kota Jember

C. Subjek Penelitian

Data dalam penelitian ini adalah semua data dan informasi yang di peroleh dari para informan yang dianggap paling mengetahui secara rinci dan jelas mengenai fokus penelitian yang diteliti. Yang pertama adalah Amalia Rosyida yakni sebagai pengguna program *Giveaway* dalam akun Instagram dan juga sebagai pemilik *online shop @Ar_shoptgl*, yang kedua pemilik akun

³⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 218-219.

Instagram Dwisftaaa_, Rizzky.Azizah, Diana Krisnanta yang merupakan *followers* pemenang program *Giveaway* yang diadakan oleh *Online Shop @Ar_shoptgl*. Selain itu diperoleh dari hasil yang menunjang terhadap data penelitian yang berbentuk kata tertulis maupun tindakan. Dalam penelitian ini. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Sedangkan pengertian sumber data yakni para informan yang memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.

a. Data primer

Data yang akan di dapatkan peneliti yaitu akan menggunakan wawancara, observasi, informasi tersebut akan peneliti dapatkan dari pelaku program *giveaway* yang telah disiapkan sebelumnya untuk memenuhi kelengkapan data yang akan diterima oleh peneliti serta dari berbagai pelaku lainnya yang sama sama melakukan program *giveaway* tersebut.

b. Data sekunder

Data sekunder yang digunakan oleh peneliti yakni berupaa rujukan pendukung yang diperoleh dari buku-buku, majalah, dan artikel yang berkaitan dengan judul ini. Agar hasil yang didapatkan oleh peneliti lebih akurat.

D. Teknik Pengumpulan data

Dalam penelitian ini digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi dalam kutipan Kamus Ilmiah Populer yang merupakan pengamat, pengawasan, peninjauan, penyelidikan, dan riset.³⁹ Observasi ini melihat situasi atau keadaan dalam praktek *giveaway* bersyarat. Adapun data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui bagaimana *giveaway* bersyarat yang dilakukan oleh akun Instagram @Ar_shoptgl
- b. Untuk mengetahui alasan adanya syarat yang diberikan dalam praktek *giveaway* yang terjadi di era modern seperti saat ini.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pandangan fiqh muamalah terhadap adanya persyaratan dalam praktek *giveaway*.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yakni melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (informan). Wawancara dilakukan dengan cara pewawancara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada informan, dengan asumsi bahwa informan adalah sumber data yang paling tahu mengenai variabel yang akan diteliti.⁴⁰

Pada tahap wawancara ada narasumber yang saya temukan, yang memang paham dan mengerti terhadap keadaan dilapangan, yakni narasumber bernama Amalia Rosyida yang bertempat di Jl.Durian No.26 besi tua pas belakang toko RR Outdoorgear Kecamatan Tanggul wetan

³⁹Plus A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, 533

⁴⁰Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta: Granit, 2004), 72.

,Kabupaten Jember dan dia skaligus sebagai pelaku yang melakukan program *Giveaway* yang diadakan oleh *Online Shop @Ar_shoptgl*. Dan selanjutnya narasumber yang kedua yakni masyarakat yang juga melakukan program *giveaway*, sehingga peneliti dapat memperoleh data tambahan atau pendukung dalam praktek *giveaway* yang sedang terjadi di masa sekarang.

Jadi, wawancara hanya membuat pokok-pokok masalah yang akan diteliti, selanjutnya dalam proses wawancara berlangsung mengikuti situasi. Pedoman wawancara berfungsi sebagai pengendali agar proses wawancara tidak menyimpang dari topik pembahasan. Teknik wawancara tersebut dipilih karena peneliti menilai bahwa memiliki kesempatan untuk bercengkerama atau mengenal maupun bersilaturahmi dengan pihak yang diwawancarai.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dari rekaman, catatan khusus dan lain sebagainya melalui teknik ini peneliti akan mengumpulkan data-data yang diperlukan ditempat atau lokasi penelitian mengenai catatan khusus, rekaman, catatan dan sebagainya berkaitan dengan peneliti yang di dapatkan dari informan.

Adapun data yang akan diperoleh dari penelitian ini diantaranya :

a. Foto persyaratan mengikuti *giveaway*

Dalam foto persyaratan mengikuti *giveaway* ini bertujuan untuk mengetahui apasaja ketentuan yang dibuat oleh pelaku usaha yang

mengadakan program *giveaway*, sehingga pembaca dapat mengetahui tujuan dari program *giveaway*.

- b. Foto akun dan barang-barang yang dipromosikan oleh olshop @Ar_shoptgl

Foto akun merupakan olshop yang dijalankan melalui bisnis online yang didalamnya berisi foto-foto barang yang dijual belikan oleh @Ar_shoptgl.

- c. Foto wawancara antara peneliti dengan informan atau subjek peneliti.

Foto wawancara ini bertujuan untuk membuktikan bahwasanya peneliti benar-benar melakukan tahapan proses wawancara dengan informan atau pemilik olshop @Ar_shoptgl

E. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metodologi hukum islam yakni Metode Qiyas dimana menurut Bahasa merupakan pengukuran sesuatu dengan yang lainnya atau penyamaan sesuatu dengan yang sejenisnya.⁴¹ Dalam hal ini menyamakan praktik *giveaway* dengan teori hadiah dalam fiqih muamalah.

Rukun Qiyas terdiri dari 4 unsur:

- a. *Ashl* (pokok) adalah suatu peristiwa yang telah ditetapkan hukumnya berdasarkan nash, *Ashl* disebut juga *maqis 'alaih* (yang menjadi ukuran) atau *musyabbah bih* (tempat menyerupakan), atau *mahmul 'alaih* (tempat membandingkan) *ashlnya* Hadiah

⁴¹ Noor Harisudin, *Ilmu Ushul fiqih 1*, (Jember, STAIN Jember press, 2014), 100

- b. Hukum asal adalah hukum dari *ashl* yang telah ditetapkan pada *furu'* seandainya ada persamaan illatnya, hadiah dengan *giveaway* sama sama pemberian atas dasar penghargaan atau memuliakan karena telah memenuhi syarat dari admin, dalil hukumnya terdapat dalam hadits yaitu:

كَانَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - يَقْبَلُ الْهَدِيَّةَ وَيُثِيبُ عَلَيْهَا

“Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* biasa menerima hadiah dan biasa pula membalasnya.” (HR. Bukhari, no. 2585).⁴²

- c. *Furu'* (cabang) adalah yaitu peristiwa yang tidak ada nashnya. *Far'u* itulah yang akan dikehendaki untuk diasamakan hukumnya dengan *ashl* yang disebut *maqis* (yang dianalogikan) *musyabbah* (yang diserupakan), yaitu *furu'nya* Hadiah.
- d. *Illat* adalah suatu sifat yang terdapat pada *ashl*, dengan adanya sifat tersebut *ashl* mempunyai suatu hukum. Dan dengan sifat itulah terdapat cabang, sehingga hukum cabang itu disamakanlah dengan hukum *ashl*. *Illat* dari Hadiah itu sendiri adalah sama sama pemberian dengan maksud memuliakan. Dengan begitu proses seperti ini dalam fiqih muamalah disebut hadiah. Karena hadiah dalam fiqih muamalah merupakan suatu pemberian tanpa adanya pengganti dengan maksud untuk memuliakan.⁴³

Menurut Bogdan dan Biklen analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan

⁴²Sri Sudiarti *fiqih Muamalah Kontemporer*, 266

⁴³ Hendi Suhendi, “Fiqih Muamalah”, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), 209

menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁴⁴

Dalam analisis data, peneliti merujuk pada teori Miles dan Huberman bahwa dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru tentang analisis fiqh muamalah terhadap *giveaway* bersyarat oleh *online shop @Ar_shoptgl*. Pada teknik ini, pengumpulan data ditempatkan sebagai komponen yang merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Beberapa tahapan model analisis interaktif Miles dan Huberman adalah :

1. Reduksi data

Reduksi data dalam penelitian kualitatif dapat disejajarkan maknanya dengan istilah pengelolaan data dalam penelitian kualitatif. Reduksi data mencakup kegiatan mengikhtikarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, atau tema tertentu. Proses reduksi data ini dimaksudkan untuk lebih mempertajam, menggolongkan, mengarahkan, membuang bagian data yang tidak diperlukan serta mengorganisasikan data, sehingga mudah untuk dilakukan penarikan kesimpulan yang kemudian dilanjutkan dengan proses verifikasi. Tahap reduksi data yang dilakukan

⁴⁴ Burhan Bungin, “*Analisis Data Penelitian Kualitatif*”. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 224.

penulis adalah menelaah secara keseluruhan data yang dihimpun dari lapangan mengenai *giveaway* bersyarat bagi *follower* tersebut.

2. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan lain sebagainya. Dalam hal tersebut Miles dan Huberman berpendapat bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif, yaitu dengan menyusun sekumpulan informasi menjadi pernyataan, kemudian diklasifikasikan menurut pokok-pokok permasalahan. Penyajian data ini merupakan sejumlah informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan tindakan lebih lanjut.

3. Tahap Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Seperti yang dijelaskan di atas bahwa kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Proses untuk mendapatkan bukti-bukti inilah yang disebut sebagai verifikasi data. Kualitas suatu data dapat dinilai melalui beberapa metode, yaitu :

- a. mengecek representativeness atau keterwakilan data
- b. mengecek data dari pengaruh peneliti
- c. mengecek melalui triangulasi

- d. melakukan pembobotan bukti dari sumber data-data yang dapat dipercaya
- e. membuat perbandingan atau mengkontraskan data
- f. menggunakan kasus ekstrim yang direalisasi dengan memaknai data negative.

Dengan mengkonfirmasi makna setiap data yang diperoleh dengan menggunakan satu cara atau lebih, diharapkan peneliti memperoleh informasi yang dapat digunakan untuk mendukung tercapainya tujuan penelitian. Penarikan kesimpulan penelitian kualitatif diharapkan merupakan temuan baru yang belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya remang-remang atau gelap menjadi jelas setelah diteliti. Temuan tersebut berupa hubungan kausal atau *interaktif*, bisa juga berupa *hipotesis* atau teori.

F. Keabsahan Data

Untuk membuktikan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi merupakan pengecekan dengan cara pemeriksaan ulang, baik sebelum dan atau sesudah data dianalisis.⁴⁵

Untuk mengetahui keabsahan data dalam penelitian ini memakai data triangulasi sumber , triangulasi berarti tekhnik yang di gunakan dalam

⁴⁵Nusa Putra, *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 103

penelitian yang mendapatkan data dari tiga sudut berbeda, triangulasi ialah menggunakan berbagai sumber data : seperti dokumen,arsip, hasil wawancara, observasi, dan lain sebagainya tehnik triangulasi yang di gunakan dalam penelitian ada dua cara , pertama, menggunakan trianglasi sumber yaitu membandingkan perolehan data dari tehnik pengumpulan data yang sama dengan sumber yang berbeda, kedua , menggunakan triangulasi dengan metode, yaitu memandang perolehan data pada tehnik yang berbeda dalam fenomena yang sama.

G. Tahap tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahap pra-lapangan, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian, berikut penjelasannya:

1. Tahap-tahap pra-lapangan
 - a. Menyusun rencana penelitian
 - b. Memilih objek penelitian
 - c. Melakukan tinjauan observasi dahulu mengenai objek penelitian yang telah ditentukan
 - d. Mengajukan judul kepada Fakultas Syariah. Penelitian mengajukan judul yang telah dilengkapi dengan latar belakang, rumusan masalah/fokus penelitian, tujuan penelitian, dan metode penelitian.
 - e. Meninjau kajian pustaka. Peneliti mencari referensi penelitian terdahulu serta kajian teori yang terkait dengan judul penelitian.
 - f. Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing

- g. Mengurus perizinan penelitian
- h. Mempersiapkan penelitian lapangan

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini yakni melakukan observasi dengan melibatkan beberapa informasi untuk memperoleh data. Pada tahap ini dibagi menjadi tiga bagian

yaitu:

- a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri
- b. Memasuki lapangan
- c. Berperan serta sambil mengumpulkan data
- d. Mengikuti dan memantau kegiatan
- e. Mencatat data
- f. Mengetahui tentang cara mengingat data

g. Kejenuhan data

h. Analisis data

3. Tahap Penyelesaian

Tahap penyelesaian merupakan tahapan yang paling akhir, yaitu penulisan laporan atau hasil penelitian. Setelah data-data yang dibutuhkan terkumpul setelah melalui beberapa tahapan.

IAIN JEMBER

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi *media* sosial (*sosial media*) yang memungkinkan users (pengguna) untuk mengambil foto, menerapkan *filter digital* (pemberian efek pada foto), dan membagikannya. Pengguna Instagram lebih diarahkan kepada perangkat berjalan, seperti *smartphone*. Aplikasi yang diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010 ini awalnya dibuat khusus untuk pengguna ios. Perusahaan kemudian melebarkan jangkauannya dengan merilis Instagram *for* Android pada April 2012. Kala itu, jumlah pengguna Instagram baru mencapai 30 juta pengguna. Namun, karena dianggap sebagai jejaring sosial yang juga sangat kompetitif, seminggu kemudian secara resmi membeli aplikasi ini dengan biaya US\$ 1 miliar (sekitar 9 triliun). Aplikasi foto ini terus dikembangkan dengan adanya penambahan fitur video dan Instagram direct. Dalam pemberitaan *id.techinasia.com*, sejak diluncurkan pada tahun 2010 lalu, aplikasi ini telah memiliki 400 juta lebih pengguna dari seluruh dunia. Dari angka tersebut, ternyata Indonesia merupakan salah satu negara pengguna Instagram terbanyak. Pada 14 Januari 2016, *Brand Development Lead Instagram APAC*, Paul Webster, mengatakan bahwa pengguna aktif per bulannya telah menjadi dua kali lipat lebih besar dari tahun ke tahun per Maret 2015. Dengan mayoritas pengguna media sosial tersebut adalah anak muda

pengguna ponsel pintar dengan kemampuan finansial yang baik dan memiliki gelar sarjana.

Keunggulan instgaram tidak hanya dimanfaatkan sebagai alat komunikasi di bidang sosial namun di zaman seperti saat ini Instagram mulai digunakan untuk pemasaran secara online. Instagram merupakan sebuah aplikasi tidak berbayar yang mengedepankan keunggulan visualnya jika dibandingkan dengan media social lainnya, seperti *facebook* ataupun *twitter*. Selain itu instgaram juga memungkinkan penggunanya mengambil foto secara langsung dan penggunanya dapat berbagi diberbagai jaringan seperti *Facebook, Twitter, Flickr, Tumblr, dll*. Kemudahan dalam menampilkan foto yang dimiliki tiap pemasar di akun instagramnya. Munculnya keunggulan visual pada Instagram, pemasar wajib memiliki konsep foto produk agar terlihat lebih menarik dimata pengunjung Instagram.⁴⁶

Melalui Instagram, *Online Shop* yang dimiliki oleh Amalia Rosyida ini menggunakannya sebagai media pemasaran karena dengan segala fitur-fitur yang dimiliki oleh Instagram membuat pemasaran yang kita lakukan semakin menarik kepada pelanggan. Fitur yang dimiliki oleh Instagram antara lain sebagai berikut:

a. *Instagram story*

⁴⁶Desti Putri Lestari, "Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online di Surabaya Melalui Instagram," *Commonline Departemen Komunikasi*, Vol.4, No.2, (2015): 416

Pada tahun 2016 tepatnya bulan agustus, Instagram meluncurkan fitur ini yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menambahkan efek dan lapisan, dan kemudian menambahkannya ke flash Instagram.

Konten yang diunggah di cerita instgram menghilang setelah 24 jam. *Media* menemukan kesamaan ini dengan fitur snapchat. Fitur ini telah berkembang dengan merilis tempat, stiker dan efek foto dan video yang diunggah ke Instagram *story*.

Pada bulan November Instagram menambahkan fitur video langsung ke Instagram stories yang memungkinkan pengguna untuk menyiarkan langsung aktivitas dirinya sendiri, dan video hilang ketika telah berhenti merekam.

b. *Explore*

Pada juni 2012, Instagram memperkenalkan fitur jelajahi. Jelajahi instgram adalah tab di aplikasi yang menampilkan foto-foto populer, foto yang diambil dilokasi berikutnya, dan pencarian. Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman populer, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu Tab ini kemudian diperbarui pada tahun 2015 untuk menampilkan tag dan tempat yang sedang tren, konten yang dikuratori, dan kemampuan untuk mencari lokasi. Pada april 2019, instgram menambahkan saluran 'videos you might like' ke tab diikuti oleh saluran ,*event* pada bulan

agustus, menampilkan video dari konser, permainan olahraga, dan acara langsung lainnya.

c. Komentar dan *Like*

Foto dan video yang diunggah dalam Instagram, pengguna lain dapat meninggalkan komentar dan *like*. Panjang dan jumlah suka untuk foto di Instagram bisa menjadi faktor khusus yang mempengaruhi popularitas foto itu sendiri. Jumlah pengikut juga merupakan salah satu elemen terpenting dalam membuat foto terkenal. Ketika foto menjadi terkenal, foto itu secara otomatis dipindahkan kehalaman populernya sendiri.

Kemampuan Instagram dalam berbagi foto dan video dengan pengguna lain sangatlah bagus karena foto yang akan diunggah dapat dilihat melalui galeri atau foto langsung dari fitur kamera standart Instagram, fitur kamera yang dimiliki instgram inilah yang sangat menarik , karena memiliki banyak sekali filter-filter modern yang membuat pengguna semakin tertarik menggunakannya secara terus menerus.

d. Instagram TV

Ini merupakan fitur video vertikal yang diluncurkan oleh instgram pada juni 2018, IG TV memungkinkan unggahan dengan Panjang hingga 10 menit dan ukuran file hingga 650 MB.

Pengguna yang di edit dan populer dapat mengunggah video hingga 60 menit dan ukuran file hingga 5,4 GB. Fitur ini secara otomatis mulai memutar video segera setelah dimulai.⁴⁷

e. Tanda suka

Tanda suka adalah fitur yang dimiliki oleh Instagram yang fungsinya juga memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto atau video yang telah di-*upload*. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto atau video di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.⁴⁸

f. Pengikut

Followers atau bisa disebut dengan pengikut merupakan salah satu dari beberapa fitur Instagram yang dimaksud dengan menjadi pengikut akun pengguna lain, dan *Followers* dapat melihat berbagai informasi atau postingan foto yang di-*Upload* oleh akun yang di ikutinya. Fitur ini membantu dalam hal mendapatkan perhatian dan kepercayaan dari orang-orang terhadap konten yang diupload maupun produk yang dipasarkan didalam instagram. Dalam hal akan menarik perhatian konsumen yang ingin membeli atau masih melihat-melihat produk yang dijual.⁴⁹

⁴⁷<https://adalah.co.id/instagram/> di unggah pada hari senin, tanggal 11 januari 2021 pukul 16.30

⁴⁸ Iik Arif Rahman, "Strategi Komunikasi Pemasaran Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram," *jurnal wacana*, volume 16, NO.2, (Desember, 2017): 214-224

⁴⁹Iik Arif Rahman, 218

g. Aroba

Aroba merupakan sebuah fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna lain ketika hendak mengupload foto maupun video dalam aplikasi Instagram, dengan menambahkan *aroba(@)* dan memasukkan nama akun Instagram pengguna tersebut, pengguna tidak hanya dapat menyinggung didalam judul foto saja namun juga didalam kolom komentar foto. Sebenarnya dalam hal menyinggung pengguna lainnya, maksudnya adalah untuk berkomunikasi dengan pengguna yang di singgung tersebut.

h. Integrasi ke jejaring *sosial*

Dalam hal berbagi foto, para pengguna tersebut juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, namun foto tersebut juga dapat dibagi melalui jejaring sosial lainnya seperti Facebook, *Twitter*, *Foursquare*, *Tumblr*, dan *Flickr* yang telah tersedia di halaman Instagram untuk membagi foto tersebut.

i. Berbagi foto dan video

Kegunaan yang paling utama dari Instagram yakni tempat untuk mengunggah dan berbagi foto beserta video kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui *iDevice* ataupun melalui foto-foto dan video yang ada di album hp tersebut. Penggunaan kamera yang diambil melalui aplikasi instgram dapat disimpan didalam *iDevice* dan juga penggunaan kamera melalui aplikasi Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek yang

dihendaki pengguna. Pada versi awalnya instgram hanya memiliki 15 efek yang dapat digunakan oleh pengguna, efek tersebut yakni sebagai berikut: *X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwel, Walden, Hefe, Apollow, Poprocket, Nashville, Gotham, 1977, dan Lord Kelven*. Tapi saat ini Instagram telah menambahkan 4 buah efek baru, tepatnya pada 20 september yang lalu, yakni sebagai berikut: *Valencia, Amaro, Rise, Hudson* dan juga menghapus 3 efek seperti *Apollo, Poprocket, dan Gotham* dari dalam fitur tersebut⁵⁰

j. Tag dan Hastag

Dalam menggunakan fitur *hashtag* setiap unggahan foto atau video di Instagram terkadang berpengaruh dalam menaikkan jumlah *likes* dan *followers*. Makanya enggak heran, enggak sedikit dari kita akan menyematkan *hashtag* dalam setiap unggahannya.⁵¹

Hashtag juga merupakan sebagai symbol bertanda (#), fitur ini sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram berdasarkan dengan hashtag tertentu.

k. Caption

Fitur *caption* adalah keterangan yang sifatnya untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh setiap pengguna instgram. *Caption* dapat dibuat ketika sedang membuat konten yang

⁵⁰ Iin Soraya, "Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta)," *Jurnal Komunikasi*, Volume VIII Nomor 2, (September 2017)

⁵¹ <https://kumparan.com/millennial/10-arti-hashtag-yang-sering-dipakai-di-instagram/full>, diunggah pada tanggal 12 januari 2021 pukul 07.50

akan di posting, *caption* juga dapat diubah melalui tombol sunting yang dapat dilihat pada pilihan konten yang memiliki ikon 3 titik berada di atas konten. Dengan menggunakan fitur ini pengguna dapat mencantumkan kata-kata yang menarik agar sesuatu yang diunggah bisa membawa banyak perhatian atau bahkan bisa menambah *follower*.⁵²

2. Profil *Online Shop* @Ar_Shoptgl

a. Sejarah @Ar_Shoptgl

Amalia Rosyida sebagai pemilik usaha (*owner*) dari *online shop* @Ar_Shoptgl telah mendirikan usahanya mulai beliau sejak masih SD karena seperti yang beliau katakana dalam wawancara pertama kali:

“Kalok jualan emang dari SD,Dulu pas SD tuh jualan Bros buat sndri dari kain flannel trus dilem tembak, trus pernah juga jualan mercon pas SD sama cari rongsokan juga pernah, emang dari kecil suka kalok dapet uang tambahan. Pertama kali usaha ini didirikan masih belum bergerak didunia *medsos* karena dulu media social masih belum serame seperti saat ini, dan juga dulu beliau masih belum kepikiran untuk berjualan di media social, tapi seiring dengan berjalannya waktu dan media social juga semakin tren saat itu sejak adanya BBM (*blackberry Messege*) mulailah ada pandangan untuk mempromosikan jualan di media social meskipun pada saat itu masih terlihat asing dengan berjualan dimedia sosial, namun pada saat itu juga sempat berhenti sejanak yang diakibatkan oleh adanya beberapa problem dari supliyer yang diikutinnya. Apalagi saat itu sang saya juga masih belum terlalu dewasa yang hobinya masih sering berjalan-jalan dan liburan kemana-mana. SMA kelas 10 mulai bangkit lagi memulai bisnisnya yaitu ada tawaran untuk melakukan kerja sama Bersama saudara saya, usaha yang dijual adalah alat-alat *Outdoor* buat *Camping* maka pada saat itu juga mulailah mempunyai toko olshop yang lebih serius lagi yang promosinya menggunakan akun Instagram., pada awalnya akun yang digunakan merupakan akun Instagram saya sendiri karena melihat bahwa *follower* yang beliau miliki lumayan banyak,

⁵² Anwar sidiq, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Akun @fuadbakh),” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2017), 23-24

sekitar 1.000 an *follower*. Dengan begitu saya menganggap lebih mudah untuk mencari *customer* yang lebih banyak. Dalam beberapa bulan kedepan orderan semakin banyak dan alhamdulillah usaha ini mulai lancar sejak produk yang dijual ditambah lagi yakni berjualan aksesoris hp, dan Tupperware. Kemudian untuk mengembangkan bisnisnya beliau juga belajar dengan mengikuti seminar-seminar kewirausahaan yang direkomendasikan oleh teman saya, Seminar tersebut hanya mengeluarkan biaya pendaftaran sebesar 50 ribu rupiah yang diadakan salah satu hotel dikabupaten Jember yakni istana hotel. acara tersebut dihadiri oleh mahasiswa dari beberapa kota yang membuat saya semakin percaya diri karena akan banyak sekali relasi usaha maupun relasi tentang produk usaha, terbukti sejak mengikuti acara seminar itu saya semakin bisa dalam mengelola usaha hingga saat sampai saat ini, Ditahun 2020 saat ini usaha saya sudah mulai lebih luas baik dari segi customer dan produk-produknya. Saat ini produk yang saya jual sudah bertambah seperti menjual barang distro, fashion seperti yang ada di matahari, niko, dan roxy, alat-alat dapur, aksesoris dan masih banyak lainnya yang akan dijual kecuali produk kecantikan saja. Setelah itu saya memiliki instagram khusus untuk Olshop, dan juga memiliki reseller yang cukup banyak sehingga diperlukan juga membuat group *whatsapp* untuk *reseller* saya agar semakin mudah berkomunikasi. Saat ini alhamdulillah usaha yang saya jalani semakin meluas dan banyak dikenal mahasiswa maupun non mahasiswa, dan sekarang saya juga pernah ngadakan seminar sendiri yang dimentori oleh pengusaha-pengusaha lainnya, sering mengadakan *giveaway* dan sering membayar *endorse* untuk mempromosikan produk-produk saya. Strategi-strategi seperti itu membuat bisnis saya ini semakin nambah peminat atau pembelinya, dan begitupun dengan *followers* dari akun *olshop* saya ini.⁵³

b. Produk yang dijual

Akun Instagram @Ar_Shoptgl merupakan akun yang bergerak dibidang bisnis *online* dengan menyediakan berbagai macam keperluan mulai dari perempuan dan laki-laki, mulai dari anak-anak hingga

⁵³ Amalia Rosyida, Sejarah Usaha, Ari Wibowo, 13 Januari 2021

dewasa. produk-produk yang tersedia tersebut antara lain seperti: baju kaos, celana, rok, hijab, sepatu, topi dan masih banyak lainnya.

“ Produk yang saya jual merupakan produk yang memang menjadi sebuah kebutuhan semua orang mulai dari produk distro, matahari, cemilan, peralatan dapur, dan aksesoris, hanya saja ditoko ini tidak menjual terkait alat kecantikan karena menurut *owner* masih kurang persiapan dan tidak ingin mengambil resiko terlalu besar, karena menurut saya menjual produk kecantikan ditakutkan merusak wajah seseorang atau pelanggannya nanti akibat ketidakcocokan, maka dari itu tidak menjual produk kecantikan”⁵⁴

Jika dilihat dari Namanya, seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwasanya pemilik usaha ini sudah sangat menyukai berwirausaha dari sejak SD kemudian *online shop* yang didirikan dari kelas 10 SMA dengan nama @Ar_Shoptgl. Nama tersebut sebetulnya tidak mempunyai arti yang begitu mendalam terkait usaha yang di dirikannya, seperti pernyataan yang dikatakan oleh Amalia Rosyida:

“ Kalau untuk nama *olshopnya* itu sesuai dengan namaku sendiri si kak, gak ada maksud yang signifikan ataupun memiliki arti yang spesial, hanya saja nama usaha itu diambil dari kata namanya sendiri dan AR(Amalia Rosyida) Shoptgl (toko ditanggung jember) soalnya saya fokus ke penjualan saya saja”⁵⁵

pemilik akun Instagram @Ar_Shoptgl juga merangkap sebagai admin yang menjalankan usaha *online shop* @Ar_Shoptgl. Akun tersebut memiliki follower yang cukup banyak yakni sejumlah 1.382 orang dan sudah memiliki 3.068 postingan tentang produk yang beliau jual melalui akun Instagram itu. Secara garis besar usaha ini bergerak dibidang

⁵⁴ Amalia Rosyida, Produk Usaha, Ari Wibowo, Tanggul Jember, 13 Januari 2021

⁵⁵ Amalia Rosida, Nama Usaha, Ari Wibowo, Tanggul Jember, 13 Januari 2021

fashion, hal itu bisa dilihat pada-pada postingan-postingan di akun insatgram tersebut, namun ada juga produk-produk tambahan selain itu karena menurut owner sendiri itu merupakan sebuah ciri khas dari Ar_Shoptgl seperti pernyataan pada saat wawancara Amalia rosyida:

saya menjual berbagai macam produk kak tapi mungkin yang lebih banyak diketahui adalah *fashion*, karena prinsip saya adalah menjual semua barang-barang yang lagi *ngetrand* asalkan masih halal untuk dijual. Selain menjual produk secara online saya juga dirumah sendiri buka toko ini kak untuk orang-orang dekat sini. Untuk dirikan toko sendiri belum ada pandangan kak yang penting usaha saya lancar dulu dan hasilnya buat saya kuliah, jadi saya pakai rumah dulu smentara untk naruk barang'⁵⁶

Jadi tempat itu merupakan toko sekaligus rumah dari *owner* Ar_Shoptgl karena memang sang owner belum mempunyai lahan sendiri untuk mendirikan tokonya, maka dari itu untuk sementara ini disatukan dengan rumah pribadinya.

B. Penyajian Data dan Analisis

1. Penyajian Data

a. Sistematika pelaksanaan *giveaway*

Giveaway ini dilaksanakan pada tanggal 22 April 2020 lalu, *Giveaway* ini dilakukan oleh pemilik akun Instagram @Ar_Shoptgl menggunakan sebuah fitur Instagram storynya yang kemudian juga di simpan didalam sorotan beranda akun Instagram @Ar_Shoptgl, sebagaimana yang disampaikan dalam kutipan wawancara berikut oleh Amalia Royida yang menyatakan bahwa:

⁵⁶ Amalia Rosida, Ari Wibowo, Tanggal Jember, 13 januari 2021

“saya mulai *giveaway* ini dari tanggal 22 april 2020 lalu kak sistemnya gini kak saya membuat persyaratan dulu untuk peserta yang mau ikut *giveaway* terus saya buat caption juga, lalu setelah itu saya post di Instagram *story* akun Instagram *online shop* saya itu. Setelah itu saya tinggal nunggu waktu untuk mengumumkannya dah. peserta yang mengikuti *giveaway* kurang lebih 190-an dan saya pilih 3 pemenang saja, untuk syarat yang harus dipenuhi oleh peserta yang mengikuti *giveaway* ini, Pertama, wajib *follow* Instagram @ar_shoptgl , kedua *Like* postingan ini dan *spam like* setiap postingan @ar_shoptgl, ketiga *Posting* ke *instastory* kalian dengan tag Instagram @amalia_rosida13 @ar_shoptgl, keempat Tag teman kalian sebanyak-banyaknya dan komen tentang @ar_shoptgl diposting ini buat ikutan *giveaway* dan jangan lupa dikomen sertakan Nama_domisi pemenang akan diumumkan sesuai waktu yang telah ditentukan oleh admin akun Instagram @Ar_Shoptgl. Kemudian saya tentukan waktunya itu selama satu bulan dari mulai diumumkannya pelaksanaan *giveaway* ini. Pemenang akan diumumkan melalui Instagram *story* akun Instagram @Ar_Shoptgl dan juga kemudian disimpan di dalam sorotan. Oleh karena itu pemenang yang mengikuti *giveaway* ini wajib melihat Instagram *story* dari akun @Ar_Shoptgl agar hadiah yang didapatnya tidak hangus, karena pengambilan hadiah yang ditentukan diawal tidak boleh melebihi 1x24 jam, jika lewat pemenag konfirmasi melwati waktu tersebut maka hadiah tidak bisa diambil/ bisa dianggap gugur. Pemenang yang berhasil mendapatkan hadiah akan mengambil hadiahnya dengan menanggung biaya ongkir sendiri apabila pemenang tersebut berada jauh dari lokasi admin @Ar_Shoptgl, tapi apabila dekat dengan posisi admin tidak apa-apa langsung mengambil ditoko atau mempunyai kenalan bisa ditipkan. Pemenang juga diperkenankan jika ingin memilih warna terkait hadiah yang ditelah ditentukan oleh admin @Ar_Shoptgl tapi sesuai dengan *stock* yang tersedia pada saat itu, berikut hadiah yang tersedia dalam *giveaway* ini. Pertama, Mukennah Namira by Akifa brand ternama, kedua Kaos Distro cowok bebas pilih sesuai stok terbaru, ketiga Celana Distro bebas pilih warna dan ukuran”⁵⁷

b. Tata cara mengikuti *giveaway*

⁵⁷ Amalia Rosyida, Sistem *Giveaway*, Ari Wibowo, Tanggul Jember, 16 Januari 2021

Cara mengikuti *giveaway* ini sangat mudah, bagi para peserta yang mengikuti *giveaway* ini wajib memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh admin @Ar_Shoptgl sebagai berikut:

- 1) Wajib *Follow* Instagram @ar_shoptgl ,
- 2) *Like* postingan ini dan *spam like* setiap postingan @ar_shoptgl,
- 3) Posting ke *instastory* kalian dengan *tag* Instagram @amalia_rosida13 @ar_shoptgl
- 4) *Tag* teman kalian sebanyak-banyaknya dan komen tentang @ar_shoptgl diposting ini buat ikutan *give away*
- 5) dan jangan lupa dikomen sertakan Namakamu_domisi.⁵⁸

Semua persyaratan ini wajib dipenuhi, apabila ada yang kurang terpenuhi dari salah satu persyaratan kemudian menjadi pemenang maka hadiah tidak bisa diambil,

“semua persyaratan ini harus diikuti semua kak, kalau tidak maka pemenang itu tidak bisa mengambil hadiahnya karena dinyatakan gugur sama saya”⁵⁹

Meskipun pemenang tersebut telah merepost paling banyak gambar yang ditentukan dari admin. *Repost* foto dilakukan setiap hari oleh peserta apabila ingin berkesempatan ingin menang, *respost* foto diberikan jangka waktu cukup lama yakni satu bulan sebelum kemudian diumumkan pemenangnya oleh admin @Ar_Shoptgl

⁵⁸ Akun Instagram @Ar_Shoptgl

⁵⁹ Amalia Rosida, Cara Mengikuti *Giveaway*, Ari Wibowo, Tanggul Jember, 16 januari 2021

c. Cara penentuan pemenang

Admin @ar_shoptgl atau bisa disebut *owner* menentukan pemenangnya menggunakan cara yang manual tidak menggunakan aplikasi apa-apa, cara tersebut adalah dengan mencatat setiap peserta yang merepost foto yang ditentukan oleh admin seperti yang telah dijelaskan diatas.

“kalau cara penentuan pemenang tidak pakai apa-apa si kak, soalnya saya bisa pakai cara manual saja gampang, jadi saya merekapnya setiap hari siapa saja yang sudah *repost* foto dan persyaratan lainnya itu Dalam hal ini, kriteria untuk mencari seorang peserta yang menang yaitu sebagaimana yang disyaratkan diawal pelaksanaan *giveaway*, yaitu merepost ulang sebanyak-banyaknya menggunakan akun pribadi peserta dengan menandai akun instgram dalam persyatan yang telah ditentukan diatas. Rekapnya saya lakukan setiap hari terkait banyaknya peserta yang *merepost* agar lebih mudah dan mengetahui dengan detail berapa jumlah perharinya dari peserta yang telah merepost salah satu persyaratan yang telah dijelaskan diatas. saya menentukan pemenang melalui cara ini agar semakin banyak peserta yang mengikuti *giveaway* dan produk dari saya ini semakin dikenal lebih luas, karena peserta disaat merepost foto juga ngetag temannya masing-masing yang otomatis *giveaway* ini semakin meluas informasinya.⁶⁰

d. Praktik pemberian hadiah

Praktik pemberian hadiah *giveaway* dalam akun instgram @Ar_Shoptgl adalah dengan cara sebagai berikut seperti yang dijelaskan pada saat wawancara:

“kalau cara pemberian hadiahnya itu pertama saya umumkan diInstagram *story* akun Instagram *online shop* saya @Ar_Shoptgl kemudian saya *tag* akun instgram pemenang itu sendiri kak.

Yang kedua saya beritahu dipengumuman itu bahwa Pemenang wajib menanggung sendiri biaya ongkir dari pengiriman barang

⁶⁰ Amalia Rosyida, Penentuan Pemenang, Ari Wibowo, Tanggul Jember, 22 Januari 2021

itu dan peserta diberikan Batas konfirmasi maksimal 1X24 jam, jika melebihi waktu yang ditentukan pemenang dinyatakan gugur dan hadiah hangus

Tapi jika telah mengkonfirmasi, pemenang dapat memilih warna atau motif dari hadiah yang didapat namun sesuai *stock* yang tersedia.

hadiah Akan dikirimkan melalui JNT, JNE kak dan khusus peserta yang wilayahnya dekat bisa mengambil langsung di kediaman saya''⁶¹

2. Analisis Data

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 @Ar_shoptgl, untuk mengikuti *giveaway* ini peserta wajib mengikuti persyaratan yang telah dibuat sebelumnya dalam Instagram *story* akun Instagram @Ar_Shoptgl yang kemudian disimpan dalam sorotan.

Syarat-syarat yang harus dipenuhi yakni wajib *follow* Instagram @ar_shoptgl, *Like* postingan ini dan *spam like* setiap postingan @ar_shoptgl, Posting ke *instastory* kalian dengan tag Instagram @amalia_rosida13 @ar_shoptgl, *Tag* teman sebanyak-banyaknya dan komen tentang @ar_shoptgl 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 selama satu bulan

⁶¹ Amalia Rosyida, Praktik Pemberian Hadiah, Ari Wibowo, Tanggul Jember, 16 Januari 2021

untuk mengetahui pengumuman pemenang yang diumumkan dalam Instagram *story* akun instagram @Ar_Shoptgl 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.⁶²

Dari masalah tersebut pemilik akun Instagram @Rizzky.Azizah juga kecewa padahal beliau sudah memenuhi syarat *giveaway*nya, sebagaimana pernyataan hasil wawancara berikut:

⁶²Dwisftaa, Pendapat Tentang Giveaway, Ari Wibowo, *Whatsap Messenger*, 23 januari 2021

“iya kak karena menurut saya pemilik toko *online shop* @Ar_Shoptgl sudah mendapatkan keuntungannya karena telah memberikan 4 syarat yang semua timbal baliknya pada pemilik toko, peserta yang sudah merepost hampir setiap hari malah diberatkan dengan biaya ongkir yang tidak dibilang diwal.⁶³

Komentar lain juga diberikan oleh peserta Pemilik akun Instagram

@Diana_Krisnanta,

“kalau saya sih tidak masalah karena saya kebetulan tidak terlalu jauh rumahnya jadi saya bisa mengambil hadiahnya langsung kerumah *owner* pemilik usaha @Ar_Shoptgl 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* @Ar_Shoptgl sehingga semakin banyak orang yang tau mengenai usaha ini.⁶⁴

Setelah ditelusuri menurut admin atau pemilik toko @Ar_Shoptgl itu sendiri alasan mengadakan *giveaway* seperti ini untuk menarik *customer* dan memperluas usahanya. Beliau mengadakan *giveaway* ini hasil dari melihat dan meniru *giveaway* dari orang-orang lain tanpa mengubah atau memperhatikan ketentuan-ketentuannya,

“*giveaway* yang saya tau pada umumnya seperti ini. kalau *giveaway* yang biaya ongkirnya sudah ditanggung oleh pelaksana *giveaway* itu merupakan sebuah usaha yang sudah berada diatas rata-rata, maka dari saya belum menganggap usaha saya sudah besar sekali sehingga *giveaway* yang saya adakan masih belum terlalu sempurna”⁶⁵

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

⁶³Rizzki Azizah, Pendapat Tentang Giveaway, Ari Wibowo, *Whatsap Messenger*, 25 januari 2021

⁶⁴Diana Krisnanta, Pendapat Tentang Giveaway, Ari Wibowo, *Whatsap Messenger*, 26 januari 2021

⁶⁵Amalia Rosyida, Ari Wibowo, Tanggul Jember, 22 Januari 2021

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.

Dalam hal ini giveaway yang dilaksanakan oleh akun Instagram @Ar_Shoptgl 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.

Namun dengan adanya permasalahan diatas, pihak admin *giveaway* juga telah mengecewakan beberapa peserta yang ikut. Dikarenakan tidak ada pemberitahuan diawal acara tentang beban *ongkir* hadiah setelah pemenang terpilih. Meski hal tersebut mampu diklaim sebagai strategi pelaku usaha atau kebijakan lain yang dilakukan oleh pelaku usaha selaku pemegang otoritas penuh usahanya, tentu hal ini tidak dapat dibenarkan secara etika usaha. Meski hal ini hanya sebatas *giveaway* (bagi-bagi hadiah secara bebas) tentu harus tetap memperhatikan nilai-nilai etika dan moral, agar tidak terjadi ketimpangan yang mungkin suatu saat dapat membebani salah satu pihak, baik itu pelaku usaha sendiri atau konsumen.

C. Pembahasan Temuan

1. Analisa Fiqih Muamalah Terhadap *Giveaway* Bersyarat Bagi *Follower* Akun Instagram *Online Shop @Ar_Shoptgl*.

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 tehnologi yang saat ini semakin canggih.

Dalam fiqih muamalah sendiri hadiah ini merupakan memberikan barang dengan tidak ada tukarannya serta dibawa ke tempat yang diberi karena hendak memuliakannya.⁶⁶ 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:

- a. 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

⁶⁶ Sulaiman Rasjid, *Fiqih Islam*, (Bandung, Sinar baru Algensindo, 2018), 326

- b. Jika pemberian tersebut dimaksudkan untuk mengagungkan atau karena rasa cinta, dinamakan hadiah
- c. Jika diberikan tanpa maksud yang ada pada sedekah dan hadiah dinamakan hibah
- d. Jika hibah tersebut diberikan seseorang kepada orang lain saat ia sakit menjelang kematiannya, dinamakan athiyah⁶⁷
- e. Hadiah tidak wajib di qobul sedangkan hibah wajib

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, (*al-muhdi*) 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.

⁶⁷ Rachmat Syafe'I, *Fiqh Muamalah*, 242

⁶⁸ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Sinar Grafika Ofsite, 2017), 442

Adapun dasar kebolehan memberikan hadiah dapat ditelusuri dalam Al-Quran dan Hadist:

وَأَنِّي مُرْسِلَةٌ إِلَيْهِمْ بِهَدِيَّةٍ فَنظِرَةٌ بِمَ يَرْجِعُ الْمُرْسَلُونَ

Artinya: dan Sesungguhnya aku akan mengirim utusan kepada mereka dengan (membawa) hadiah, dan (aku akan) menunggu apa yang akan dibawa kembali oleh utusan-utusan itu”. (an-Naml: 35)

Sementara dalam hadits nabi juga ditemukan adanya kebolehan dalam memberi hadiah yaitu:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ تَصَافِحُوا يَذْهَبُ الْغِلُّ وَتَهَادُوا تَحَابُّوا

Dari ‘Aisyah radiallahu ‘anha berkata: “Adalah Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam menerima pemberiah hadiah dan membalasnya” (HR. Al-Bukhari)⁶⁹

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.⁷⁰ Adapun rukun dan syarat dari hadiah/Hibah adalah sama, oleh karena itu rukun hadiah/hibah adalah sebagai berikut:

⁶⁹ Sri Sudiarti *fiqih Muamalah Kontemporer*, 266

⁷⁰ Zakiyatul Ulya, *Hibah Prespektif Fiqih, KHI, dan KHES*, Jurnal : Maliyah Vol. 07, No. 02, Desember 2017

- a. *Al Aqidan* (dua orang yang bertransaksi) dalam hal ini pemberi dan penerima hadiah

Pemberi hadiah itu sendiri haruslah orang yang memang layak untuk melakukan tasharruf, dan penerima hadiah harus benar-benar ada pada saat akad. Penerima hadiah tidak harus orang yang layak melakukan tasarruf pada saat akad hadiah tersebut. Apabila penerima hadiah masih dibawah umur maka bisa diwakili oleh walinya.

- b. Barang yang diberikan atau yang dihadaiahkan

Harta yang dihadaiahkan haruslah jelas, halal untuk diperjual belikan dan berada ditangan si pemberi hadiah pada saat akad.

- c. *Shighat* yang merupakan ungkapan pemberian dari si pemberi dan ungkapan penerimaan dari si penerima hadiah tetapi jika tidak ada ijab qobul secara *lafzhiyah* adanya akad ini sudah bisa dianggap menunjukkan adanya pemindahan pemilihan itu. Penyerahan harta itu dianggap merupakan ijab dan penerimaan hadiah *al-muhda ilyh* merupakan qobulnya. Syarat dan rukun hadiah dan sedekah sama dengan hibah, hanya saja dalam hadiah dan sedekah tidak disyaratkan ijab qobul

Adapun syarat hadiah/hibah adalah sebagai berikut

1. Syarat pemberi dan penerima

- a. *Ahliya At-Tabarru'*

seseorang yang ibadahmnya telah diterima oleh syariat, yakni orang yang berakal, ballig beserta bisa menggunakan harta

dengan baik. Oleh karena itu tidak sah pemberian dari anak kecil dan orang gila namun jika memberikan hadiah kepada anak kecil tetap dibolehkan karena ada wali yang menggantikannya.

2. Syarat barang yang diberikan

- a. Hendaknya barang tersebut ada ketika di serah terimakan
- b. Hendaknya barang yang diberikan adalah barang yang berharga, maksudnya barang yang bisa dimanfaatkan secara syariat
- c. Hendaknya barang itu dimiliki sendiri oleh si pemberi bukan milik bersama
- d. Barang yang diberikan hendaknya berpisah dengan barang milik orang lain
- e. Hendaknya barang diterima oleh si penerima
- f. Pengambilan si penerima terhadap barang atas izin si pemberi⁷¹

Giveaway yang diadakan oleh akun Instagram @Ar_Shoptgl terdapat syarat yang harus dipenuhi oleh si penerima hadiah yakni wajib *Follow* Instagram @ar_shoptgl, *Like* postingan dan *spam like* setiap postingan @ar_shoptgl, Posting ke *instastory* masing-masing peserta dengan *tag* Instagram @amalia_rosida13 @ar_shoptgl, *Tag* teman sebanyak-banyaknya dan komen tentang @ar_shoptgl diposting ini dan terakhir komen sertakan Namaka_domisi pemenang.

⁷¹ Wahbah Zuhaili, *Fiqh Islam Wadillatuhu* (Damaskus, Darul Fikr, juz 5), 3988

Hal ini terdapat dua pendapat ulama terkait adanya syarat dalam hadiah, , pendapat tersebut diungkapkan sebagai berikut:

- a. Menurut mayoritas ulama (Syafi'i, Hanafi, Maliki, Hambali) berpendapat bahwa pemberian atau hadiah dengan adanya syarat hukumnya diperbolehkan dengan ketentuan syarat yang diberikan berupa sayarat yang dinyatakan secara jelas dengan demikian jika syarat yang diberikan berupa syarat yang tidak jelas maka syarat tersebut hukumnya batal yang berakibat hadiahnya juga batal. Dasar yang mereka gunakan adalah hadist Nabi SAW:

الْوَاهِبُ أَحَقُّ بِهَيْبَتِهِ مَالَهُ يُثْبِتُ مِنْهَا

“Artinya: pemberi hibah lebih berhak atas barang yang dihibahkan selama tidak ada pengganti ”

- b. Pendapat yang kedua yang dibawa oleh sebagian ulama Syafi'iyah dan sebagian ulama Hanabilah berpendapat bahwa dengan adanya syarat tersebut tidak diperbolehkan. Karena Dasar yang mereka gunakan adalah pada lafadz hadiah itu sendiri yang memiliki arti pemberian tanpa adanya pengganti, jadi ulama tersebut menganggap adanya sayarat ini merupakan pengganti dari hadiah yang diberikannya.⁷²

⁷² Muhaqqiq, *Mawsuah Fiqhiyah* (Maktabah: Kementerian Perwakafan dan Urusan Keagamaan) Juz 42, 144

c. Hal yang tidak diperbolehkan jika hadiah dengan pemberian syarat adalah apabila menggantungkannya dengan akad jual beli dan bertentangan dengan tujuan akad maka tidak sah seperti halnya ‘*saya hibahkan kepadamu dengan syarat jangan kamu berikan kepada orang lain dan jangan kamu jual*).⁷³

Dengan begini jika mengacu pada uraian penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwasanya syarat-syarat yang dibuat oleh admin @Ar_Shoptgl 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.

Akan tetapi yang jika tiba-tiba muncul setelah terpilih menjadi pemenang yaitu adanya pembayaran biaya ongkos kirim hadiah. Tentu hal demikian bertolak belakang dengan perihal yang sudah diperjanjikan sejak awal melalui pengumuman yang dilakukan oleh akun @Ar_Shoptgl, hal ini sebagaimana yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwasanya syarat untuk membayar sendiri ongkos kirim tidak dijelaskan diawal akad ataupun dalam syarat-syarat yang ditentukan itu. Hal ini meunjukkan tidak konsistennya pemberi hadiah terhadap syarat yang telah dijelaskan diawal, maka hal ini termasuk syarat yang tidak jelas

⁷³ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat*, 446

karena tiba-tiba diberitahukan pada saat pengumuman pemenang. Hal ini membuktikan bahwasanya seperti adanya timbal balik dari penerima hadiah kepada pemberi hadiah, untuk itu untuk menyikapi hal tersebut ulama juga berbeda pendapat mengenai ketentuan adanya timbal balik dalam giveaway atau hadiah.

Fiqh 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.⁷⁴

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,

⁷⁴ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat sistem transaksi dalam islam*, 453

jadi kesimpulan dari pendapat yang pertama ini adalah tergantung ridho atau tidaknya si penerima hadiah.⁷⁵

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.⁷⁶

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, pembenanan biaya ongkir tidak mungkin disatukan dengan syarat-syarat yang ada diawal karena syarat yang dijelaskan diawal merupakan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh

⁷⁵ Muhaqqiq, *Mawsuah Fiqhiyah*, juz 42, 142

⁷⁶ Muhaqqiq, *Mawsuah Fiqhiyah*, juz 42, 145

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.

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Artinya : hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan, kecuali ada dalil yang mengharamkannya”⁷⁷

⁷⁷ Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 9-10

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, berdasarkan hadits Rosulullah SAW.

الْوَاهِبُ أَحَقُّ بِهَبِّهِ مَالَهُ يُثْبِتُ مِنْهَا

“Artinya : Orang yang menghibahkan hartanya lebih berhak terhadap hartanya, selama hibah itu tidak dibarengi ganti rugi. (HR. Ibnu Majah, ad-Daruqutni, at-Tabrani dan al-Hakim) “

Akan tetapi, mereka juga berpendapat ada hal-hal tertentu yang menghalangi pencabutan hibah itu kembali, yaitu:

- 1) Pemberi hibah menerima imbalan harta/uang dari penerima hibah, karena hal tersebut jelas untuk mendapatkan ganti rugi. Akan tetapi, apabila ganti rugi/imbalan itu diberikan tanpa terkait sama sekali dengan akad, maka pemberi hibah boleh menarik kembali hibahnya.

- 2) Imbalannya bersifat maknawi, bukan bersifat harta, seperti mengharapkan pahala dari Allah swt, mempererat hubungan silaturrahi dan memperbaiki hubungan suami istri.
- 3) Penerima hibah telah menambah harta yang dihibahkan dengan tambahan yang tidak bisa dipisahkan lagi.
- 4) Harta yang dihibahkan telah dipindah tangankan.
- 5) Wafatnya salah satu pihak yang berakad.
- 6) Harta yang dihibahkan hilang atau hilang manfaatnya.

Sedangkan Ulama Malikiyah mempunyai pendapat bahwasanya barang yang telah diberikan, jika sudah dipegang maka tidak boleh dikembalikan, kecuali pemberian orang tua kepada anaknya yang masih kecil. Adapun dasar yang mereka ambil adalah hadits Rouslullah SAW.

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، قَالَ: قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ:

الْعَائِدُ فِي هَبْتِهِ كَالْعَائِدِ فِي قَيْتِهِ

“Artinya: Orang yang menarik kembali hibahnya sama seperti anjing yang menjilat muntahnya. (HR. Abu Dawud dan an-Nasa’i)”

Dalam hadis lain Rasulullah saw. juga telah bersabda:

وَعَنْ ابْنِ عُمَرَ وَأَبْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ وَسَلَّمَ قَالَ لَا يَجِلُّ

لِرَجُلٍ مُسْلِمٍ أَنْ يُعْطِيَهُ ثُمَّ يَرْجِعَ فِيهَا إِلَّا الْوَالِدُ إِذَا فِيمَا يُعْطِيهِ وَكَذَلِكَ هِيَ

‘Artinya: dari Ibnu Umar dan Ibnu Abbas radhiyallahu ‘anhu bahwa Nabi Shollallahu ‘alaihi Wasallam bersabda, Tidak seorang pun yang boleh menarik kembali pemberiannya, kecuali pemberian ayah terhadap anaknya. (HR. Abu Dawud, Ibnu Majah, at-Tirmidzi dan an-Nasa’i) ‘⁷⁸

Maka dalam hal ini pembatasan waktu yang ditentukan oleh pemberi hadiah tidak diperbolehkan karena hal tersebut merupakan sesuatu yang tidak wajar mengingat bahwa waktu yang diberikan hanya 1x24 jam sedangkan secara teknis pemenang sudah mempunyai hak atas barang yang diperolehnya. Apabila hadiah itu dianggap gugur sama saja pemberi hadiah menarik kembali pemberiannya.



⁷⁸ Zakiyatul Ulya *Hibah Prespektif Fiqih, KHI, dan KHES*, 9-10

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. praktik pemberian *Giveaway* bersyarat bagi *follower* akun Instagram *online shop @Ar_shoptgl*

Praktik pemberian *giveaway* pada akun instagram @Ar_Shoptgl, dimulai dari syarat yang diharuskan mengikuti akun instagram @Ar_Shoptgl, menyukai, *like*, komen serta mengirim ulang foto yang ditentukan admin, *tag* teman, dan pengumuman pemenang yang diumumkan empat minggu setelah *giveaway* dimulai, pengumuman tersebut diumumkan admin pada instagram story dengan menandai dan mengirim pesan melalui direct message yang ada di instagram dan kemudian di simpan pada sorotan dengan pemberitahuan pemanang harus menanggung sendiri biaya ongkos kirim barang yang telah diperoleh dengan batas waktu pemberian hadiah 1x24 jam.

2. Analisis Fiqh Muamalah terhadap *Giveaway* bersyarat bagi *follower* akun Instagram *online shop @Ar_shoptgl*

Menurut fiqih muamalah praktek *giveaway* yang dilakukan oleh akun Instagram @Ar_Shoptgl menggunakan akad Hadiah yang mana admin *giveaway* dan peserta pemenang dinamakan (*Al-aqidan*), pihak pemberi hadiah adalah admin *giveaway*, (al-muhdi) 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 disyaratkan jadi meskipun menggunakan redaksi haidah diberikan pada saat pemenang diumumkan.

Kemudian dengan adanya syarat kepada penerima hadiah diperbolehkan dengan ketentuan syarat harus jelas dari awal, dan pembebanan biaya ongkir kepada penerima hadiah juga diperbolehkan apabila penerima hadiah ridho terhadap ketentuan hal tersebut, namun pembatasan waktu pemberian hadiah dalam pelaksanaan *giveaway* tidak diperbolehkan.

B. Saran-Saran

Setelah menyelesaikan penulisan skripsi ini, peneliti juga memberikan beberapa saran untuk pengusaha dan masyarakat agar selanjutnya bisa dijadikan acuan kedepannya, sebagai berikut :

1. Peneliti menyarankan kepada owner *online shop* @Ar_Shoptgl dalam mengadakan *giveaway* harus disesuaikan menurut ilmu fiqih muamalah untuk menghindari terjadinya suatu kesalahan dalam praktik bermuamalah
2. Jika mengadakan *giveaway* kembali perlu diperjelas lagi terkait syarat-syaratnya untuk menghindari kesalah pahaman antara peserta dengan pemberi hadiah
3. Peneliti juga menyarankan kepada masyarakat, khususnya peserta dalam mengikuti undian berhadiah untuk lebih teliti dalam membaca ketentuan dan menanyakan terlebih dahulu terkait kejelasannya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Arief, Hanafi. 2016. *Pengantar Hukum Indonesia*. Yogyakarta : PT. LKiS Pelangi Aksara.
- Amin, Rahman. 2019. *Pengantar Hukum Indonesia*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Mardani. *Hukum Islam*. Jakarta, Kencana Prenadamedia group.
- Rohidin. 2016. *Buku Ajar Pengantar Hukum Islam: Dari Semenanjung Arabia hingga Indonesia*. Yogyakarta : Lintang Rasi Aksara.
- Rozalinda. 2017. *Fiqih Ekonomi Syariah, Prinsip dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Rachmat Syafe'I. 2001. *fiqh muamalah*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Haidar, Aqil, Muhammad. 2018. *memberi hadiah bagi pemberi hutang apakah bisa?'*, Jakarta Selatan: Rumah fiqh publishing.
- Sudiarti, Sri. 2018. *fiqh muamalah kontemporer*, (Sumatra Utara: Febi UIN-SU Press.
- Tarmidzi, Erwandi 2012. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bandung, PT Berkat Mulia Insane.
- Lexy J. Moleong. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Creswell, Jhon. 2019. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method*, edisi 3 terjemah oleh Ahmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta.
- Adi, Rianto. 2004. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit.
- Bungin, Burhan. 2010. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Putra, Nusa. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Djazuli. 2006. *Kaidah-Kaidah Fiqih*, Jakarta: Prenadamedia Group

Rasjid, Sulaiman. 2018. *Fiqih Islam*, Bandung, Sinar baru Algensindo

Sunggono, Bambang. 1986. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta : UI Press.

Muhammad, Abdulkadir, *Hukum dan Penelitian Hukum* .Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2004.

widiana Wahyu. 2011. *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Harisudin Noor. 2014. *Ilmu Ushul fiqih 1*, Jember, STAIN Jember press

Muhammad Azzam Abdul Aziz. 2017. *Fiqih Muamalat*, Jakarta: Sinar Grafika Ofsite

Sumber Jurnal

Son, Hyon,Su. 2014. *Analisis Pembatalan Akta Hibah Saham Didasarkan Pada Perjanjian Investor Yang Telah Dibatalkan (Studiputusan Kasasi Nomor 2820 K/PDT/2014)*. Jakarta, jurnal hukum adigama : Vol.2, No.3.

Yudha. Kartika, Alda.2017. *Hukum Islam Dan Hukum Positif perbedaan, Hubungan, Dan Pandangan Ulama*. Jurnal : Jurnal Hukum Novelty, vol. 8 no. 2, agustus.

Rahmaputri, Ayuni, Astrica. 2015. *Respon konsumen pada program sales promotion giveaway*. Bandung, e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3.

Sandra Putri, Luthfi Nuraini. 2017. *“Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Toko Zizara Depok”*, Cakrawala, Vol. XVII, No. 2.

Al Afif. M Fuad. 2020. *“pengaruh konten dan promosi giveaway terhadapMeningkatnya popularitas”*, Jurnal : JIAGABIVol. 9, No. 1.

Almas Zakirah, Dinda Marta. *“Mahasiswa Dan Instagram”*, Jurnal :S1 SOSIOLOGI FISIP UNIVERSITAS AIRLANGGA, 5

Nurhayat. 2017. *“Belanja “Online” Sebagai Cara Belanja Dikalangan Mahasiswa”*, Jurnal : Aceh AnthropologicalVolume 1 No. 2

Lestari, Putri, Desti. 2015. *“ Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online di Surabaya Melalui Instagram, “ Commonline Departemen Komunikasi, Vol.4, No.2.*

Rahman, Arif, Iik. 2017. "Strategi komunikasi pemasaran Fair N Pink melalui media social Instagram," *jurnal wacana*, volume 16, NO.2.

Soraya, Iin. 2017. "Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta)," *Jurnal Komunikasi*, Volume VIII Nomor 2.

Fahrurrozi. 2017. "konsep perjanjian profit and loss sharing dalam ekonomi islam", Vol. 3 No. 2.

Ulya, Zakiyatul. 2017. " Hibah Prespektif Fiqih, KHI, dan KHES ", Jurnal : Maliyah Vol. 07, No. 02,

Nadraturazzaman, Hosen Muhamad. 2013. " Tinjauan HUKUM Fiqih Terhadap Hadiah Tabungan dan Giro Dari Bank Syariah ", *Al Qalam*, Vol. 30 No.1

Sumber Skripsi

Mardianti. Dita. 2019. "ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP PEMBERIAN GIVEAWAY BERSYARAT DALAM AKUN INSTAGRAM @SAKINAHOLSHOPSBY ", Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.

FATIMA, NUR, ISNAENI.2018, " Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Giveaway Pada Transaksi Online Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)", (Skripsi, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA , YOGYAKARTA.

Putri, Febriyanti, Diska. 2017. "Praktik Pemberian Hadiah Pada Contest Photo Dalam Akun Instagram @violetphotocontest (Studi Analisis Hukum Islam)" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.

HAMDANI, FIKRI. 2013. "Konsep hadiah dalam Surat al-Nami ayat 35-36(suatu kajian Tafsir Tahlili)", Skripsi, UIN Alauddin Makassar.

Maharani, Amalia,Devi. 2019. "Tinjauan hukum islam terhadap hadiah dalam produk tarbiah pada KSPPS Binama", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.

Sidiq, Anwar. 2017. " Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Akun @fuadbakh)," (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung.

Sumber Internet

[Http://www.google.com/amp/s/sekilasweb.wordpress.com/2015/04/28/macam-macam-hadiah-dan-hukumnya-1/amp/](http://www.google.com/amp/s/sekilasweb.wordpress.com/2015/04/28/macam-macam-hadiah-dan-hukumnya-1/amp/), diakses pada tanggal 11 Januari 2021.

<https://adalah.co.id/instagram/> di unggah pada hari senin, tanggal 11 januari 2021.

<https://kumparan.com/millennial/10-arti-hashtag-yang-sering-dipakai-di-instagram/full>, diunggah pada tanggal 12 januari 2021.

Sumber Terjemahan

Al-Qur'an tajwid dan terjemahan (Bandung : Cordoba International Indonesia, 2016), 106

Departemen Agama Republik Indonesia, Al- Qur'an dan Terjemahannya

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia

MuhammadGazali Rahman,

Abi Yahya Zakariyya Al-Anshari Asy-Syafi'i, Asnal Mathalib, Juz 5 (Beirut: Dar al- Kutub alilmiyah).

Plus A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, 533

Abi Yahya Zakariyya Al-Anshari Asy-Syafi'I, op.cit.

Sumber Wawancara

Amalia Rosida, Ari Wibowo, Rumah, 14 januari 2021

Wawancara, 21 januari 2021

Rizzky Azizah, Ari Wibowo, 25 januari 2021

Diana Krisnanta, Ari Wibowo, 26 januari 2021

Dwisfta, Ari Wibowo, 28 januari 2021

Digital

Muhaqqiq. *Mawsuah Fiqhiyah* Maktabah: Kementrian Perwakafan dan Urusan Keagamaan) Juz 42

Zuhaily, Wahbah. *Fiqih Islam Wadillatuhu*, Damaskus, Darul Fikr, juz 5

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Gambar 1:
Profil Online Shop @Ar_Shoptgl



Gambar 2: Persyaratan Giveaway

IAIN JEMBER



Gambar 3: Wawancara dengan owner @Ar_Shoptgl

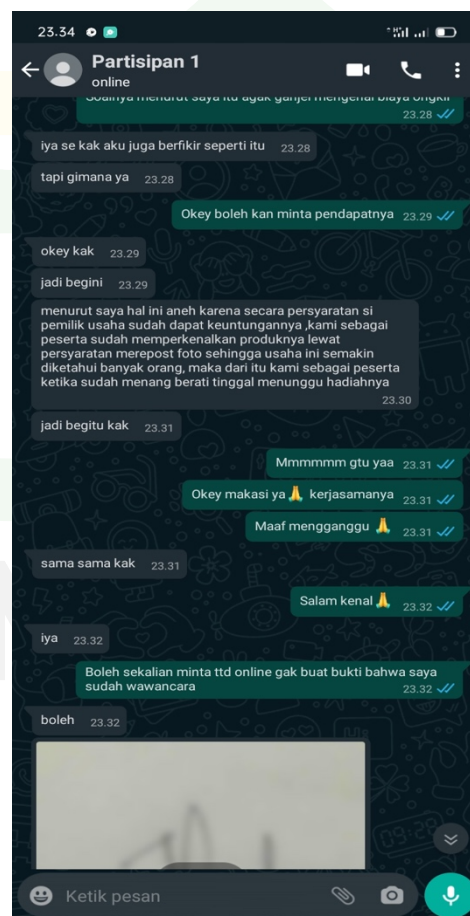


Gambar 4: Pengumuman Pemenang

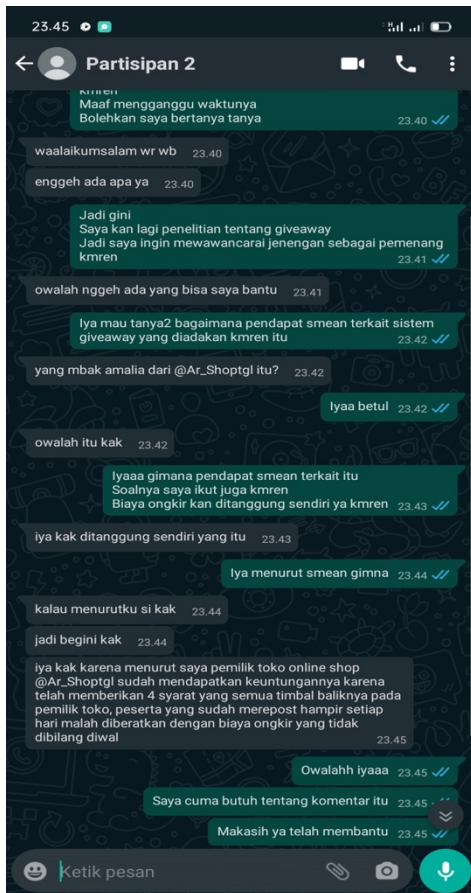
IAIN JEMBER



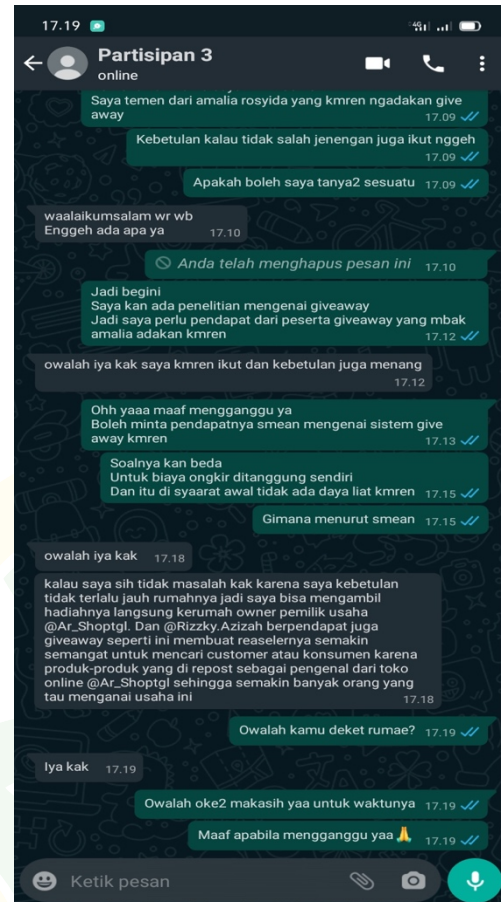
**Gambar 5: produk Ready Stock Toko
@Ar_Shoptgl**



Gambar 6: Wawancara Partisipan 1



Gambar 7: Wawancara Partisipan 2



Gambar 8: Wawancara Partisipan 3

IAIN JEMBER



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS SYARIAH**

Jl. Mataram No. 1 Mangli Jember, Kode Pos 68136
Telepon (0331) 487550, 427005 Faksimili (0331) 427005
Web: www.fsyariah.iain-jember.ac.id, email: fs.iainjember@gmail.com

No : B- 604 / In.20/ 4.a/ PP.00.9/ 0\01/ 2021
Hal : Permohonan Izin Penelitian

11 Januari 2021

Yth. Owner Online Shop @Ar_Shoptgl, Kecamatan Tanggul, Kabupaten Jember

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana Strata Satu di Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Jember, Mohon berkenan kepada Bapak pimpinan untuk memberikan izin kegiatan lapangan kepada mahasiswa berikut :

Nama : Ari Wibowo
Nim : S20172072
Semester : VIII
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Fiqih Muamalah Terhadap Giveaway Bersyarat Bagi Follower Akun Instagram Online Shop @Ar_Shoptgl (Study Kasus Online Shop Tanggul, Jember)

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terimakasih.

an Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Muhammad Fatsol

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

NAMA : Ari Wibowo

NIM : S20172072

JURUSAN/PRDOI : Hukum Ekonomi/ Hukum Ekonomi Syariah

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FIQIH MUAMALAH TERHADAP GIVEAWAY BERSYARAT BAGI FOLLOWER AKUN INSTAGRAM ONLINE SHOP @AR_SHOPTGL (STUDY KASUS ONLINE SHOP DI KECAMATAN TANGGUL JEMBER)

No.	Nama kegiatan	Tanggal	Tanda tangan
1.	Wawancara dengan Amalia Rosyida	13 Januari 2021	
	Wawancara dengan Amalia Rosyida	16 Januari 2021	
	Wawancara dengan Amalia Rosyida	17 Januari 2021	
	Wawancara dengan Dwisftaa	21 januari 202	
	Wawancara dengan Rizzki Azizah	25 januari 2021	
	Wawancara dengan Diana Krisnanta	26 januari 2021	
	Wawancara dengan Amalia Rosyida	2 februari 2021	

IAIN JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ari Wibowo
NIM : S20172072
Prodi/Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syari'ah
Institusi : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Analisis Fiqih Muamalah Terhadap Giveaway Bersyarat Bagi Follower Akun Instagram Online Shop @Ar_Shoptgl (Study Kasus Online Shop di Daerah Kecamatan Tanggul Jember)**" adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali ada kutipan – kutipan yang dirujuk dan dicantumkan dalam pustaka. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi ini terbukti plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 2 Februari 2021

Saya yang menyatakan



Ari Wibowo

NIM : S20172072

MATRIX PENELITIAN

JUDUL PENELITIAN	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Analisis Fiqih Mumalah Terhadap Giveaway Bersyarat Bagi Follower Akun Instagram Online Shop @Ar_Shoptgl (Study Kasus Online Shop Tanggul, Jember)	Analisis Fiqih Mumalah Terhadap Giveaway Bersyarat Bagi Follower Akun Instagram Online Shop @Ar_Shoptgl (Study Kasus Online Shop Tanggul, Jember)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Praktik pemberian giveaway oleh akun Instagram online shoptgl @Ar_Shoptgl 2. Analisis fiqih muamalah terhadap giveaway bersyarat bagi akun Instagram online shop @Ar_Shoptgl 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Hadiah 2. Syarat dan Rukun Hadiah 3. Dasar Hukum Hadiah 4. Macam-macam Hadiah 5. Hikmah Pemberian Hadiah 6. Bentuk-bentuk Hadiah 7. Manfaat Hadiah 8. Perbedaan Hadiah, hibah dan sedekah 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Sumber Primer <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Sumber Sekunder <ol style="list-style-type: none"> a. Buku b. Kitab c. Jurnal d. Skripsi e. Internet f. Artikel 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pendekatan dan jenis penelitian Yuridis Empiris 2) Lokasi Penelitian Kecamatan Tanggul wetan ,Kabupaten Jember 3) Subyek Penelitian <ol style="list-style-type: none"> a. Owner @Ar_Shoptgl b. Peserta Giveaway 4) Teknik Pengumpulan data <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi d. Analisis Data Deskriptif Kualitatif e. Keabsahan Data Triangulasi Teknik 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Bagaimana praktik pemberian giveaway oleh akun Instagram online shopt @Ar_Shoptgl 2) Bagaimana analisis fiqih muamalah terhadap giveaway bersyarat bagi akun Instagram online shop @Ar_Shoptgl

BIODATA PENULIS

NAMA : Ari Wibowo

NIM : S20172072

TEMPAT/TANGGAL LAHIR : Jember, 23 November 1998

ALAMAT : Jalan Kaliurang RT 003/ RW 007,
Kelurahan Tegal Gede, Kecamatan
Sumbersari, Kabupaten Jember

JURUSAN/FAKULTAS : Hukum Ekonomi/ Syariah

EMAIL : Ariew788@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN : SD Negeri Tegal Gede 03 (2007-2013)
SMP Negeri 14 Jember (2013-2015)
SMA Negeri 5 Jember (2015-2017)
Institut Agama Islam Negeri Jember (2017-
2021)