

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih, hal itu menjadikan internet dimanfaatkan hampir di semua aspek kehidupan diantaranya bisnis, pendidikan, hiburan dan lainnya. Kecanggihan media sosial dapat dijadikan sebagai sarana untuk mempromosikan suatu produk atau bisnis sehingga produk atau bisnis tersebut dapat dengan mudah menjadi dikenal atau diketahui banyak orang. Pada saat ini hanya dengan menggunakan *smartphone* dapat melakukan bisnis tanpa bertemu secara langsung. Aplikasi bisnis melalui internet (disebut *e-commerce*) memungkinkan penjual dan pembeli melakukan bisnis tanpa harus bertemu langsung. *E-commerce (electronic commerce)* merupakan proses transaksi jual beli menggunakan alat elektronik, seperti telepon dan internet. Penggunaan *e-commerce* sekarang ini adalah syarat bagi bisnis atau perusahaan dapat bersaing secara global. Banyak peneliti melihat dampak positif dari *e-commerce* dibandingkan dampak negatifnya, seperti dalam bidang bisnis online.¹

¹Siti Maryama, "Penerapan E-Commere Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha" *Jurnal Liquidity*, (Jakarta, 2013), Vol.2 No. 1, h. 73.

Media sosial sangat penting dalam dunia bisnis untuk mengembangkan usahanya dengan menggunakan cara mempromosikannya secara *online*. Sebagai contoh, promosi *online* yang sekarang sedang banyak digunakan yaitu media sosial Instagram. Instagram pada mulanya digunakan hanya untuk mengunggah foto atau video yang sering digunakan oleh para anak muda, tetapi sekarang memiliki fungsi yang lebih luas karena banyak dimanfaatkan oleh para pengusaha, pedagang dan masyarakat lain untuk dengan mudah mempromosikan usahanya melalui *online*. Instagram menjadi media promosi *online* yang kini digunakan oleh *online shop* sebagai tempat untuk mempromosikan produknya secara *online*, hampir setiap kebutuhan yang masyarakat butuhkan dapat diperoleh secara *online* melalui Instagram.²

Saat ini Instagram banyak dimanfaatkan untuk bisnis jual beli dengan membuat akun-akun *online shop* kemudian mempromosikan dagangannya melalui instagram tersebut. Dalam meningkatkan penjualan akun *online shop*, para pedagang harus mampu berfikir kreatif supaya menarik minat konsumen, salah satunya adalah mengadakan giveaway. Sekarang ini *giveaway* bersyarat sedang menjadi trend yang dilakukan

² Dewi Rahmaati, “*Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online*” Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, (2016), h. 10.

oleh *online shop* untuk menarik perhatian *customer* dengan membagikan hadiah secara gratis. Hal ini menjadi suatu cara akun *online shop* untuk menambah pengikutnya dengan syarat melakukan hal seperti mengikuti akun instagram yang menyelenggarakan *giveaway* dan para sponsornya, mengajak teman mengikuti *giveaway* dengan cara menandai (*tag*) teman di komentar, *me-repost* (memposting kembali) *story* foto produk dari akun penyelenggara, memberikan *like* dan komentar. Namun, hadiah tersebut tidak diberikan kepada semua peserta melainkan diundi berdasarkan jumlah orang yang ditentukan untuk menjadi pemenang.

Setelah seminggu, pihak penyelenggara menggunakan aplikasi random *picker* untuk menentukan pemenangnya. Kemudian cara penyelenggara mengumumkan pemenang *giveaway* yaitu dengan membuat Instagram *story* dan menandai akun Instagram pemenang. Dalam pelaksanaan *giveaway* ini, ada beberapa pihak yang ikut serta yaitu pihak penyelenggara dan peserta. Peserta yang mengikuti *giveaway* wajib untuk melakukan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh penyelenggara *giveaway*. Syarat dan ketentuan itu ditetapkan oleh pihak penyelenggara tanpa adanya campur tangan dari peserta *giveaway*.

Dari Abu Hurairah r.a Nabi SAW bersabda,.

تَهَادَوْا تَحَابُّوا : وَقَالَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ

Dari Abu Hurairah raddhiyallaahu‘anhu bahwa Rasulullah SAW bersabda, “*Saling memberi hadiahlah kamu sekalian, agar kalian saling mencintai.*”(HR Bukhari) dalam kitab al-Adab al-Mufrad dan Abu Ya’la dengan sanad hasan.³

Dijelaskan dari hadits di atas bahwa Rasulullah tidak melarang siapa saja yang ingin memberi hadiah untuk saudaranya dan Rasulullah menyuruh umatnya agar saling memberi hadiah, akan tetapi memberi kepada seseorang tanpa meminta terlebih dahulu dan tanpa mengharapkan imbalan apa pun agar tetap terjalin silaturahmi.

Saat ini *giveaway* menjadi suatu *trend* kekinian di kalangan *online shop*. Bahkan sejauh ini belum ada model pelaksanaan *giveaway* secara baku. Pihak penyelenggara hanya menggunakan kreatifitasnya dalam menyelenggarakan praktik tersebut. Padahal pihak penyelenggara selalu menyertakan *hashtag giveaway*. Lalu bagaimanakah praktik *giveaway* sebenarnya. Tentunya hal tersebut masih menjadi tanda tanya bagi banyak kalangan. Selain itu dapatkah persyaratan dalam *giveaway* menjadi suatu perjanjian yang mengikat, karena pihak penyelenggara dan peserta tidak bertemu secara langsung. Berbeda bila kedua pihak tersebut bertatap

³<https://www.republika.co.id/berita/r324o0366/saling-memberi-hadiah-hilangkan-dendam-dan-tumbuhkan-cinta>.

secara langsung sehingga dapat mempermudah penyelesaian apabila terjadi wanprestasi.

Peserta dari *giveaway* tidak dapat diketahui apakah pesertanya sudah cakap umur atau belum sesuai prinsip hukum Islam. Hal tersebut dikarenakan penyelenggara dan peserta tidak bertemu secara langsung. Akad yang terjadi antara penyelenggara terhadap peserta yang menang dan peserta yang tidak menang apakah sama, walaupun ada akibat hukum yang berbeda. Bagaimana pun kehalalan dan tidaknya praktik *giveaway* perlu ditinjau, mengingat adanya suatu akad yang terjadi dalam praktik tersebut. Maka peneliti perlu mengkaji apakah praktik *giveaway* yang diselenggarakan oleh akun instagram @Sheminime telah sesuai dengan hukum Islam atau belum.

Berdasarkan masalah tersebut, maka peneliti akan mengangkat judul mengenai *giveaway* yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Giveaway Bersyarat di Instagram @Sheminime*”.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini akan di fokuskan terhadap praktik *giveaway* bersyarat di akun instagram @Sheminime apakah sudah sesuai dalam hukum Islam serta peneliti akan berusaha memberikan penjelasan yang

teperinci dan sistematis tentang praktik *giveaway* di akun instagram @Sheminime.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik *giveaway* bersyarat di akun instagram @Sheminime?
2. Bagaimana tinjauan hukum islam terhadap praktik *giveaway* di akun instagram @Sheminime ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana praktik *giveaway* bersyarat di akun Instagram @Sheminime
2. Untuk mengetahui dan memahami mengenai tinjauan hukum Islam terhadap praktik *giveaway* di akun Instagram @Sheminime

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis berharap penelitian ini mampu memberikan manfaat untuk para pembaca. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat tentang hukum Islam pada perkembangan transaksi *online* serta mengetahui bagaimana praktik *giveaway* yang dilaksanakan melalui instagram.
2. Bagi akademisi di harapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan rujukan untuk penelitian lainnya serta dapat menjadi sumber informasi bagi pembaca.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang objektif dan informasi yang luas, serta menghindari adanya plagiarisme, peneliti mencantumkan beberapa referensi dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian yang sama, yaitu sebagai berikut:

| No | Nama/Judul/PT/ Tahun | Hasil Penelitian | Metode | Persamaan/ Perbedaan |
|----|---|---|--|---|
| 1. | Dita Mardianti/Analisis Terhadap Pemberian Giveaway Bersyarat Dalam Akun | Hasil penelitian ini dapat di simpulkan bahwa praktik <i>giveaway</i> bersyarat yang dilakukan oleh | Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (<i>field</i>) | Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dita Mardianti mengenai pemberian |

| | | | | |
|----|--|---|---|--|
| | <p>Instagram @Sakinaholshopsby /UIN Sunan Ampel Surabaya/2019.</p> | <p>akun @sakinaholshopsby cara memberikan hadiah dengan persyaratan tertentu entah itu persyaratan di awal maupun di akhir, merupakan praktik pemberian hadiah yang sah selama kedua belah pihak menyatakan kerelaan atau keridhaannya.</p> | <p><i>research</i>), pendekatan penelitian dengan cara kualitatif, teknik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan metode deskriptif analisis.</p> | <p><i>giveaway</i> bersyarat. Adapun perbedaan dengan penelitian ini menjelaskan mengenai praktik pemberian <i>giveaway</i> bersyarat pada akun instagram @sakinaholshopsby, sedangkan peneliti menjelaskan tentang praktik penyelenggaraan <i>giveaway</i> bersyarat di instagram @Sheminime.</p> |
| 2. | Ika Wahyuni/Strategi | Hasil penelitian ini dapat | Jenis penelitian | Persamaan dari kedua peneliti |

| | | | |
|--|---|---|---|
| <p>Viral Marketing Melalui Instagram dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Selfie Contest Avoskin Beauty)/UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta/2016.</p> | <p>disimpulkan bahwa kegiatan <i>selfie contest</i> langsung berdampak pada peningkatan penjualan dibulan oktober 2015 yakni kurang lebih 303 penjualan yang tercapai. Bulan November 2015 ketika kegiatan <i>selfie contest</i> sudah tidak dilaksanakan penjualan mengalami penurunan yaitu</p> | <p>yang digunakan yaitu jenis penelitian kualitatif, sumber data primer di peroleh dari wawancara, observasi, atau laporan dalam bentuk dokumen. Sumber data sekunder diperoleh dari hasil observasi yang akan peneliti lakukan dan</p> | <p>menggunakan Instagram sebagai objek penelitian. Adapun perbedaan dengan penelitian ini lebih memfokuskan pada strategi marketing produk avoskin beauty melalui <i>giveaway</i>, sedangkan penelitian penulis mengkaji tentang hukum dari <i>giveaway</i> tersebut.</p> |
|--|---|---|---|

| | | | | |
|----|--|---|---|---|
| | | menjadi kurang lebih 197 penjualan. | dokumentasi dari avoskin beauty. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. | |
| 3. | Isnaeni Nur Fatwa/ Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik <i>Giveaway</i> Pada Transaksi Online Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)/UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta/2018. | Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pada praktik <i>giveaway</i> hadiah diberikan kepada pemenang yang sebelumnya mengikuti syarat dan ketentuan terlebih dahulu. Dari situlah | Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif. Pengumpulan data dilakukan | Persamaan dari kedua peneliti membahas tentang tinjauan hukum islam. Adapun perbedaan dengan penelitian ini yaitu terdapat pada objek penelitian dan syarat ketentuan yang ditetapkan oleh <i>online shop</i> |

| | | | |
|--|---|--|-----------------------------------|
| | peserta dapat menjadi calon pemenang berdasarkan undian atau penilaian. Sehingga tidak semua peserta dapat menerima hadiah. Berdasarkan itu proses pengundian tersebut ada unsur <i>garar</i> dan <i>maisir</i> juga. | dengan wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif. | yang mengadakan <i>giveaway</i> . |
|--|---|--|-----------------------------------|

G. Kerangka Pemikiran

1. Instagram

Instagram adalah media sosial yang dapat digunakan sebagai media pemasaran. Produk barang dan jasa dipromosikan dengan

caramengunggah foto atau video pendek melalui Instagram, sehingga konsumen dapat melihat jenis barang dan jasa yang ditawarkan.⁴

2. *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 berbentuk gambar atau foto-foto bahkan video.⁵

3. Hadiah

Hadiah merupakan sesuatu yang diberikan kepada seseorang tanpa timbal balik, biasanya pemberian hadiah digunakan untuk menjalin hubungan sosial. Hadiah juga diartikan sebagai tindakan ekonomi seseorang memberikan sesuatu kepada orang lain guna menghormati kepada orang yang bersangkutan.⁶

4. *Giveaway*

Giveaway adalah salah satu cara promosi, dimana sistem ini berupa pemberian hadiah gratis kepada seseorang yang mengikuti *giveaway* berdasarkan dengan produk yang dijadikan bahan *giveaway*.

⁴ Ade Irma, *Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online*, Vol.4, (Sulawesi Tengah:Universitas Tadulako, 2017), h.7.

⁵ Nurhayat, “*Belanja “Online” Sebagai Cara Belanja Dikalangan Mahasiswa*”, Jurnal: Aceh Anthropological, Vol. 1 No. 2, (April 2017), h. 10.

⁶ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer Hukum Perjanjian, Ekonomi, Bisnis, dan Sosial* (Bogor:Ghalia Indonesia, 2012), h. 262.

Peserta harus mengikuti syarat yang telah dibuat oleh penyelenggara untuk mendapatkan hadiah gratis tersebut.

Giveaway dapat diartikan sebagai hadiah yang diundi oleh akun yang menyelenggarakannya yaitu akun instagram *online shop* yang akan memberikan hadiah kepada pengikutnya dengan syarat tertentu. *Giveaway* ini menjadi salah satu cara akun *online shop* untuk menambah pengikutnya agar lebih luas diketahui banyak orang. Setiap *online shop* memiliki syarat yang berbeda-beda dalam mengadakan kegiatan *giveaway*.

a) Syarat-syarat *giveaway*

- 1) Mem-follow/mengikuti akun instagram
- 2) Mere-post/memposting kembali *story*
- 3) Memberikan komentar
- 4) Menandai teman/tag
- 5) Pastikan akun mu tidak di *private*

b) Jenis *giveaway*

Giveaway makeup dan skincare

5. Profil akun instagram @Sheminime

Akun Instagram @Sheminime dibuat dan dikelola oleh admin yang bernama Shela Annisa. Pengikutnya saat ini sudah mencapai 13,6 (tiga belas ribu enam ratus). Akun instagram @Sheminime juga

berbisnis jual beli *online* berbagai Skincare perempuan. Semua kontennya dibuat dengan desain gambar yang unik dan menarik.

Selain itu akun Instagram @Sheminime juga rutin mengadakan *giveaway* berupa salah satu produk yang dijual. Dalam pelaksanaan *giveaway* ini Shela Annisa bekerja sama dengan para pihak sponsor.

Akun instagram @Sheminime menjadi salah satu akun yang sering menyelenggarakan *giveaway* setiap bulan, tujuannya yaitu untuk menambah pengikut instagram dan sebagai media publikasi dan promosi agar lebih diketahui oleh banyak orang.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode kualitatif, metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang mengandalkan kemampuan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan di teliti.⁷

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu tempat yang menjadi objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan untuk mendapatkan informasi

⁷Ronny Hanitidjo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimateri*,(Jakarta:Ghalia Indonesia 1990)h.98

atau data yang diperlukan. Peneliti memilih akun instagram @Sheminime yang dijadikan lokasi penelitian karena keterkaitan judul penelitian yang sesuai dengan penelitian.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data ini didapatkan melalui lapangan dengan mewawancarai pihak yang mengadakan *giveaway* bersyarat di akun instagram @Sheminime dan para pemenang *giveaway*.

b. Data Sekunder

Data ini diperoleh dari data kepustakaan. Dalam penelitian ini peneliti mencari sumber tambahan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, data ini bersumber dari buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan penelitian tersebut.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Teknik kepustakaan (*library research*), yaitu dengan menghimpun data dari jurnal, buku, artikel, dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang di bahas.

b. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu secara langsung diteliti, untuk memperoleh data-data yang valid. Dalam hal ini penulis menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi di

a) Wawancara

Wawancara di perlukan agar penelitian yang di lakukan tidak hanya satu arah saja, maka peneliti akan melakukan wawancara pada pihak terkait sehingga di dapatkannya informasi yang lebih real.

b) Observasi

Pada tahap ini peneliti melakukan observasi dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis mengenai unsur-unsur yang muncul dalam suatu kasus pada objek penelitian di akun instagram @Sheminime

c) Dokumentasi

Yaitu digunakan sebagai salah satu bukti pada saat penulis melakukan penelitian dan wawancara.

5. Teknik Analisis Data

Setelah tahap pengolahan data kemudian adalah menganalisis data dengan menarik kesimpulan berdasarkan data yang sesuai dengan permasalahan, analisis yang peneliti gunakan adalah teknik deskriptif

analisis, yaitu menjelaskan situasi, kondisi, atau peristiwa yang terdapat pada data yang didapatkan dari praktik *giveaway* bersyarat pada akun instagram @Sheminime.⁸

I. Sistematika Pembahasan

Bab Pertama, yang berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab Kedua, Deskripsi teori tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini, meliputi Definisi Hukum Islam, Sumber-Sumber Hukum Islam, Macam-Macam Hukum Islam, Definisi Undian Berhadiah, Macam-Macam Undian Berhadiah, Dasar Hukum Undian Berhadiah, Definisi Hadiah, Dasar Hukum Hadiah, Syarat dan Rukun Hadiah, Macam-Macam Hadiah, Hikmah Pemberian Hadiah, Definisi *Giveaway*, Tujuan *Giveaway*, Syarat-syarat *giveaway*, Jenis-jenis *giveaway*, Definisi *Online Shop*.

Bab Ketiga, Dalam bab ini akan dibahas mengenai gambaran umum tentang akun Instagram @sheminime.

⁸ M, Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta:Kencana, 2011), h.68.

Bab Keempat, Bagian ini merupakan tentang pelaksanaan praktik *giveaway* bersyarat di akun Instagram @Sheminime dan mengenai tinjauan hukum Islam pada praktik *giveaway* di akun Instagram tersebut.

Bab Kelima, Penutup merupakan bagian terakhir dari penelitian skripsi, yang terdiri dari kesimpulan dan saran.