

**TINJAUAN KONSEP HIBAH/HADIAH PADA PRAKTIK  
GIVEAWAY BERSYARAT DI *INSTAGRAM ONLINE SHOP*  
DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**YULIA ROSANTY**  
**NIM. 170102152**

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2021 M/ 1442 H**

**TINJAUAN KONSEP HIBAH/HADIAH PADA PRAKTIK  
GIVEAWAY BERSYARAT DI *INSTAGRAM ONLINE SHOP*  
DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S1)  
dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah

Oleh:

**YULIA ROSANTY**

NIM.170102152

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah

Disetujui untuk Dimunaqasyahkan oleh:

Pembimbing I, **A R - R A N I R Y** Pembimbing II,

  
**Dr. Soraya Devi, M. Ag.**  
NIP. 196701291994032003

  
**Riza Afrian Mustaqim, M.H.**  
NIP. 199310142019031013

**TINJAUAN KONSEP HIBAH/HADIAH PADA PRAKTIK GIVEAWAY  
BERSYARAT DI *INSTAGRAM ONLINE SHOP* DALAM PERSPEKTIF  
HUKUM ISLAM**

**SKRIPSI**

Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Program Sarjana (S-1)  
dalam Ilmu Hukum  
Ekonomi Syari'ah

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 28 Juli 2021 M  
18 Dzulhijjah 1442 H  
di Darussalam, Banda Aceh  
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua,

Sekretaris,

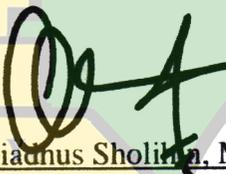
  
Dr. Soraya Devi, M.Ag.  
NIP. 196701291994032003

  
Riza Afrian Mustaqim, M.H.  
NIP. 199310142019031013

Penguji I,

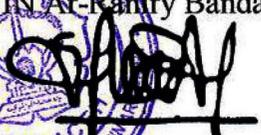
Penguji II,

  
Dr. Ridwan Nurdin, M.C.L. - R A N I R I  
NIP. 1966070319993031003

  
Riadnus Sholih, M.H.  
NIP. 199311012019031014

Mengetahui

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

  
  
Prof. Muhammad Siddiq, MH., Ph. D.  
NIP. 197703032008011015



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7557442 Email :fsh@ar-raniry.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Yulia Rosanty  
NIM : 170102152  
Prodi : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

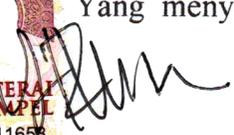
- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah atau karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 15 Juli 2021

Yang menyatakan,



  
Yulia Rosanty

## ABSTRAK

Nama : Yulia Rosanty  
NIM : 170102152  
Fakultas/prodi : Fakultas Syari'ah dan Hukum/ Hukum Ekonomi Syari'ah  
Judul : Tinjauan Konsep Hibah/Hadiah pada Praktik *Giveaway* Bersyarat di *Instagram Online Shop* dalam Perspektif Hukum Islam  
Tanggal : 28 Juli 2021  
munaqasyah  
Tebal skripsi : 85 halaman  
Pembimbing 1 : Dr. Soraya Devi, M. Ag.  
Pembimbing 2 : Riza Afrian Mustaqim, M.H.  
Kata kunci : Hibah/Hadiah, *Giveaway*, *Online Shop*, Perspektif Hukum Islam

*Giveaway* adalah pemberian hadiah secara cuma-cuma yang diberikan oleh pemilik akun *online shop* kepada yang beruntung dengan menerapkan beberapa persyaratan sesuai ketentuan yang diberikan. Dalam praktik *giveaway* bersyarat yang dilakukan di *Instagram online shop* tersebut terdapat syarat yang di terapkan oleh pemiliknya untuk mendapatkan hadiah dan juga *online shop* mendapatkan keuntungan atau feedback dari persyaratan yang diberlakukan. Maka dari itu praktik *giveaway* bersyarat ini membutuhkan jawaban atas hukumnya, karena pada praktiknya tidak sesuai berdasarkan penjelasan hadiah menurut hukum Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistematika praktik *giveaway* bersyarat di *Instagram* dan untuk mengetahui tinjauan konsep hadiah/hibah terhadap praktik pemberian *giveaway* bersyarat di *Instagram online shop* dalam perspektif hukum Islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat *deskriptif analisis* dengan menggunakan pendekatan *maqasid syari'ah*. Untuk Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *giveaway* di *Instagram @Qenzest.Store*, *@Destinstore.id* dan *@Constanta.id* menggunakan sistematika yang sama yaitu pertama-tama menginformasikan melalui *Instastory* kapan kegiatan *giveaway* akan dilaksanakan, kapan pengumuman, persyaratan mengikuti, dan hadiah apa yang diberikan. Cara pemilihan pemenang ketiga *online shop* ini yaitu pada *@Qenzest.store* dan *@Destinstore.id* menggunakan aplikasi dan terpilih secara acak, dan *@Constanta.id* memilih secara manual yaitu membaca satu persatu komentar dan memilih yang paling bagus, kreatif dan menarik maka itulah yang menjadi pemenangnya. Hadiah yang diberikan ketiga *online shop* ini berbeda-beda, dan pada pemberian hadiah, *@Destinstore.id* dan *@Constanta.id* mengirim barang dengan biaya pengiriman ditanggung oleh pemilik akun *online shop* tetapi

berbeda dengan @Qenzest.store biaya pengiriman ditanggung oleh pemenang. Ditinjau dari konsep hibah/hadiah dalam perspektif Islam, praktik *giveaway* bersyarat yang dilakukan ketiga *online shop* tersebut diperbolehkan karena pada persyaratan yang diberikan oleh pemilik *online shop* tidak bertentangan dengan hukum Islam. Pada praktiknya pemberian hadiah diperbolehkan karena walaupun ada biaya pengiriman yang dibayar oleh pemenang tetapi terdapat kerelaan atau keridhaan diantara kedua belah pihak.



## KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ

Puji syukur kehadirat Allah Swt. karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Tinjauan Konsep Hibah/Hadiah Pada Praktik Giveaway Bersyarat di Instagram Online Shop Dalam Perspektif Hukum Islam”**

Shalawat beriringkan salam kepangkuan Baginda Rasulullah Saw. serta para sahabat, tabi'in dan tabi' tabi'in yang senantiasa berdakwah dan menyampaikan risalah-Nya, sehingga manusia senantiasa berada dalam lindungan Allah Swt.

Penulis menyadari, terdapat banyak kesulitan dan hambatan karena terbatasnya ilmu yang penulis miliki. Namun, berkat adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak maka penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Muhammad Siddiq, M.H, Ph.D., selaku dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum (FSH) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry beserta seluruh staf pengajar dan seluruh karyawan FSH yang telah membantu penulis dalam pengurusan administrasi selama penulisan skripsi ini.
2. Bapak Arifin Abdullah, S.HI., M.H., selaku ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (HES) beserta seluruh staf Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
3. Ibu Dr. Soraya Devi, M. Ag., selaku pembimbing I yang telah membantu dan meluangkan waktu dalam membimbing demi kesempurnaan skripsi ini. Terima kasih kepada Riza Afrian Mustaqim, MH., selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dalam membimbing

penulis demi kelancaran proses pembuatan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik.

4. Teristimewa sekali bagi kedua orangtua tercinta, Ayahanda Muhammadsyah dan Ibunda Nena Rosita, S.Sos., serta adik saya Aufa Ahmed Syachrani dan juga kerabat keluarga saya, yang telah memberikan dukungan, dorongan dalam bentuk doa, kasih sayang, dan juga perhatian secara material dan moral spiritual, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S-1 pada Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
5. Tersayang, tercinta, terkasih, kepada teman-teman saya sastya Widya Tifani, Mauliza Rahmi, Ida Mulyana, Cut Tasya Ega Chantika, Rika Wulandari, Sara Yulisiana dan yang lain yang tidak cukup bila saya sebutkan namanya yang telah mensupport saya dalam membuat skripsi ini, yang menenangkan saya ketika saya tidak tau arah dan musibah yang datang kepada saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
6. Aulia Rahmat Syahputra sebagai owner @Constanta.id, Qinthari Ilma Zalza sebagai owner @Qenzest.Store dan Wilda Salina sebagai owner @Destinstore.id, yang telah meluangkan waktu bisa diwawancarai dan mendapatkan data sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Banda Aceh, 28 Juli 2021

Penulis,

Yulia Rosanty

# TRANSLITERASI

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor: 0543b/U/1987

## 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin.

No	Arab	Latin	Ket	No	Arab	Latin	Ket
1	ا	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan	16	ط	!	t dengan titik di bawahnya
2	ب	B	be	17	ظ	z	z dengan titik di bawahnya
3	ت	T	te	18	ع	،	Koma terbalik di atasnya
4	ث	ṡ	s dengan titik di atasnya	19	غ	G	Ge
5	ج	J	je	20	ف	F	Ef
6	ح	ḥ	h dengan titik di bawahnya	21	ق	Q	Ki
7	خ	Kh	Ka dan ha	22	ك	K	Ka
8	د	D	de	23	ل	L	El
9	ذ	Ḍ	z dengan titik	24	م	M	Em

			di atasnya				
10	ر	R	Er	25	ن	N	En
11	ز	Z	Zet	26	و	W	We
12	س	S	Es	27	ه	H	Ha
13	ش	Sy	Es dan ye	28	ء	,	Apostrof
14	ص	ṣ	s dengan titik di bawahnya	29	ي	Y	ye
15	ض	ḍ	d dengan titik di bawahnya				

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>ḍammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>fathah</i> dan <i>yā'</i>	Ai
وَ	<i>fathah</i> dan <i>wāu</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauḷa*

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اي	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يِ	<i>Dammah</i> dan Waw	ū

Contoh:

رمى : *ramā*

قيل : *qīla*

يقول : *yaqūlu*

### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- a. Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan

*dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

روضة الاطفال : rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl

طلحة : ṭalḥah

### 5. *Syaddah* (*Tasydīd*)

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *Syaddah* atau *tasydīd*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا : rabbanā

نَزَّل : nazzala

الْبِرُّ : al-birr

الْحَجَّ : al-ḥajj

نُعَمَّ : nu‘ima

### 6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu (ال), namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah* ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

رَجُلٌ	: ar-rajulu
اسَيِّدَةٌ	: as-sayyidatu
اِسْمَسُ	: asy-syamsu
اَلْقَلَمُ	: al-qalamu
اَلْبَدِيْعُ	: al-badī'u
اَلخَلَالُ	: al-jalālu

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	: ta' khuzūna
النَّوْءُ	: an-nau
شَيْئٌ	: syai'un
إِنَّ	: inna
أَمْرٌ	: umirtu
أَكَلٌ	: akala

## 7. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim

dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	:	<i>Wa inna Allāh lahuwa khair ar-rāziqīn</i> <i>Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn</i>
فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	:	<i>Fa aurf al-kaila wa al-mīzān</i> <i>Fa aurful-kaila wal- mīzān</i>
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	:	<i>Ibrāhīm al-Khalīl</i> <i>Ibrāhīmūl-Khalīl</i>
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	:	<i>Bismillāhi majrahā wa mursāh</i>
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ	:	<i>Wa lillāhi ‘ala an-nāsi ḥijju al-baiti</i>
مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	:	<i>man istaṭā‘a ilahi sabīla</i>

### 8. Huruf kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	:	<i>Wa mā Muhammadun illā rasul</i>
إِنَّ أَوْلَىٰ بَيْتٍ وَضِعَ لِلنَّاسِ	:	<i>Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi</i>
لَلَّذِي بَنَىٰ مَبَارَكَةَ	:	<i>lallaḏī banā mubārakkan</i>
شَهْرَ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	:	<i>Syahru Ramaḍān al-laḏī unzila fīh</i> <i>al-Qur’ānu</i>
<i>-Syahru Ramaḍ ānal-laḏī unzila fīhil qur’ānu</i>		
وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ	:	<i>Wa laqad ra’āhu bil-ufuq al-mubīn</i> <i>-Wa laqad ra’āhu bil-ufuqil-mubīni</i>
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	:	<i>Alhamdu lillāhi rabbi al-‘ālamīn</i> <i>-Alhamdu lillāhi rabbil ‘ālamīn</i>

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan

dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ : *Nasrun minallāhi wa fathun qarīb*  
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا : *Lillāhi al-amru jamī'an*  
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ : *Wallāha bikulli syai'in 'alīm*

## 9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

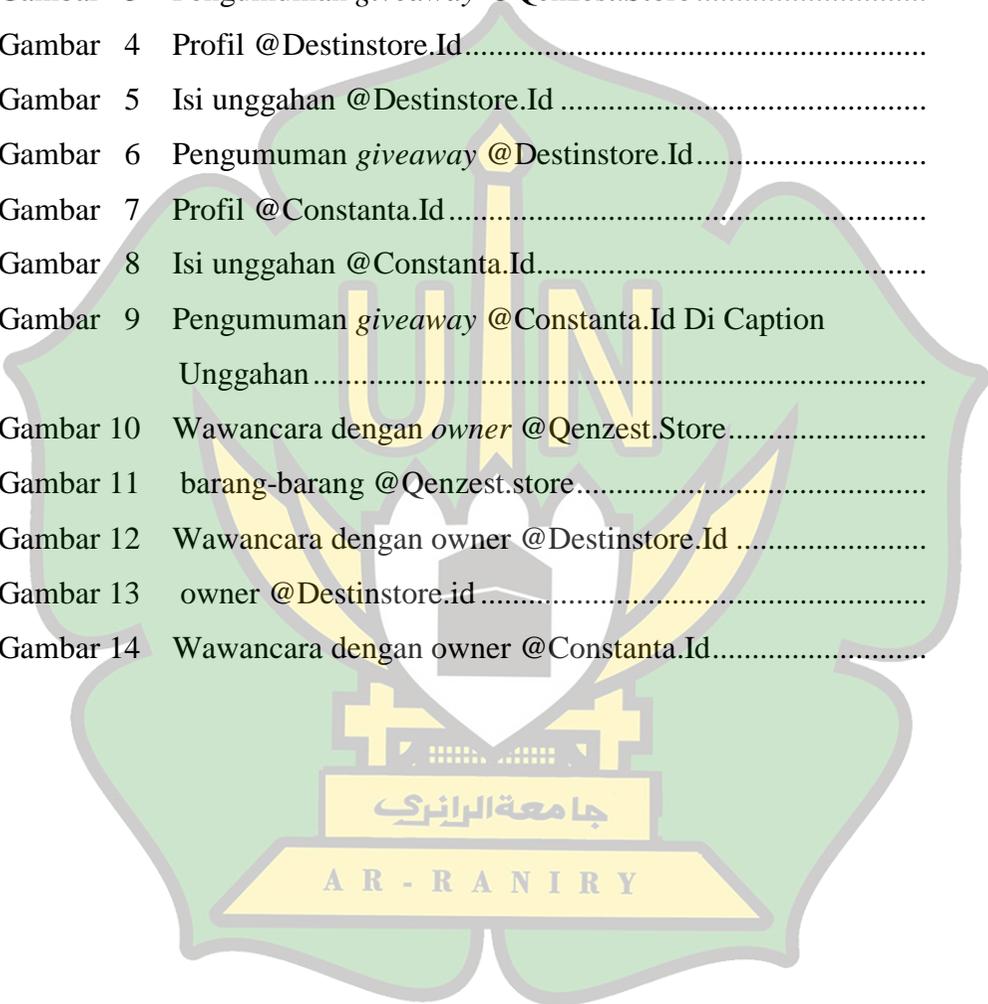
Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasikan. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

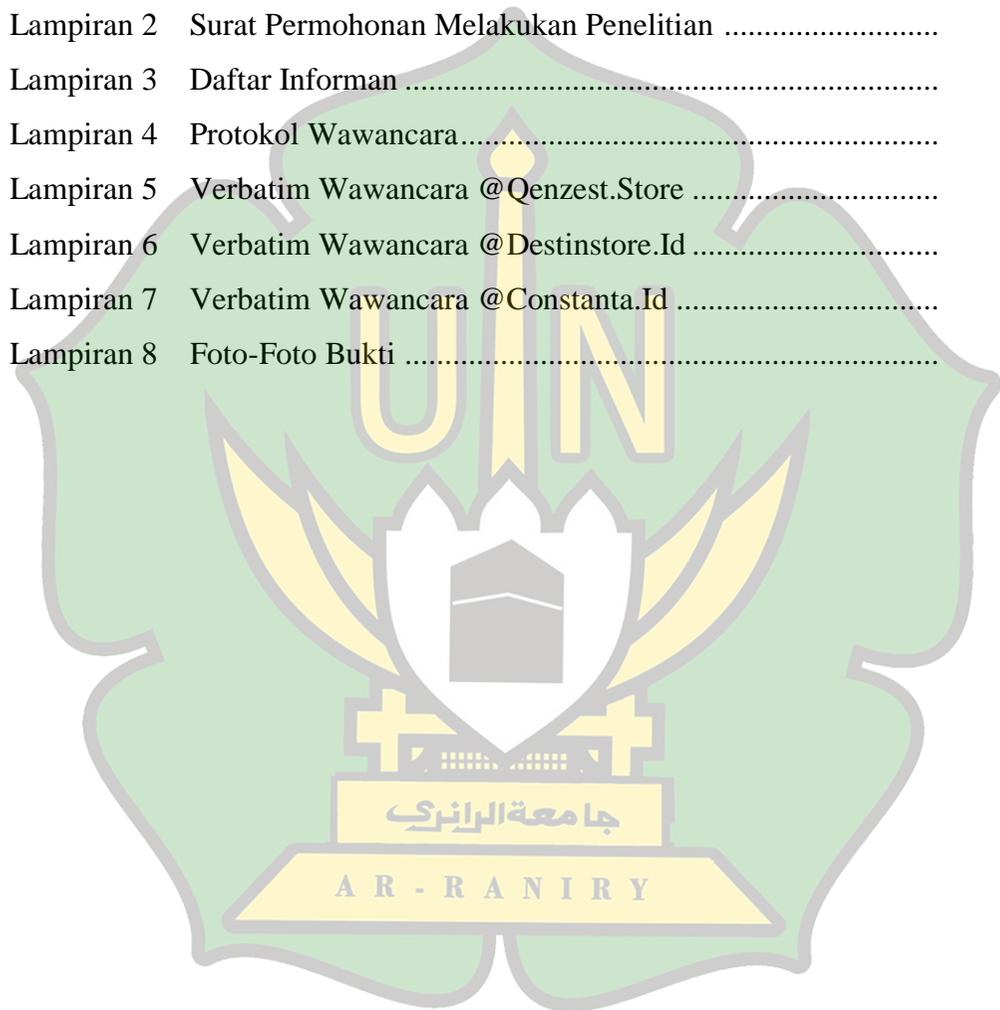
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Profil @Qenzest.Store .....	35
Gambar 2	Isi unggahan @Qenzest.Store.....	35
Gambar 3	Pengumuman <i>giveaway</i> @Qenzest.Store .....	36
Gambar 4	Profil @Destinstore.Id.....	37
Gambar 5	Isi unggahan @Destinstore.Id .....	37
Gambar 6	Pengumuman <i>giveaway</i> @Destinstore.Id.....	38
Gambar 7	Profil @Constanta.Id.....	39
Gambar 8	Isi unggahan @Constanta.Id.....	39
Gambar 9	Pengumuman <i>giveaway</i> @Constanta.Id Di Caption Unggahan.....	40
Gambar 10	Wawancara dengan <i>owner</i> @Qenzest.Store.....	63
Gambar 11	barang-barang @Qenzest.store.....	63
Gambar 12	Wawancara dengan <i>owner</i> @Destinstore.Id .....	64
Gambar 13	<i>owner</i> @Destinstore.id.....	64
Gambar 14	Wawancara dengan <i>owner</i> @Constanta.Id.....	65



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Sk Penetapan Pembimbing Skripsi .....	52
Lampiran 2	Surat Permohonan Melakukan Penelitian .....	53
Lampiran 3	Daftar Informan .....	54
Lampiran 4	Protokol Wawancara.....	55
Lampiran 5	Verbatim Wawancara @Qenzest.Store .....	57
Lampiran 6	Verbatim Wawancara @Destinstore.Id .....	59
Lampiran 7	Verbatim Wawancara @Constanta.Id .....	61
Lampiran 8	Foto-Foto Bukti .....	63



## DAFTAR ISI

<b>LEMBARAN JUDUL</b>	
<b>PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>PENGESAHAN SIDANG</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>TRANSLITERASI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB SATU PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Metode Penelitian .....	12
F. Penjelasan Istilah.....	5
G. Sistematika Pembahasan .....	17
<b>BAB DUA KONSEP HIBAH/HADIAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DI MEDIA SOSIAL .....</b>	<b>19</b>
A. Pengertian dan Dasar Hukum Hibah/Hadiah dalam Perspektif Hukum Islam.....	<b>19</b>
B. Rukun dan Syarat Hibah/Hadiah.....	<b>23</b>
C. Hikmah Hibah/Hadiah.....	<b>28</b>
D. Konsep Pemberian Hadiah/Hibah di Media Sosial.....	<b>28</b>
<b>BAB TIGA TINJAUAN KONSEP HIBAH/HADIAH PADA PRAKTIK GIVEAWAY BERSYARAT DI ONLINE SHOP .....</b>	<b>31</b>
A. Gambaran Umum tentang <i>Giveaway</i> di <i>Instagram</i> .....	<b>31</b>
B. Praktik Pemberian <i>Giveaway</i> Bersyarat di <i>Instagram</i> .....	<b>36</b>
C. Tinjauan Konsep Hibah/Hadiah dalam Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Pemberian <i>Giveaway</i> Bersyarat di <i>Instagram Online Shop</i> .....	<b>43</b>
<b>BAB EMPAT PENUTUP .....</b>	<b>51</b>
A. Kesimpulan .....	<b>51</b>
B. Saran.....	<b>52</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>57</b>

# BAB SATU

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Allah dan Rasul-Nya memerintahkan sesama manusia untuk saling memberi. Biasanya orang yang suka memberi maka dia juga akan diberi. Kebiasaan saling memberi yaitu perbuatan yang sangat manusiawi sebagai ucapan terima kasih.<sup>1</sup> Dengan saling memberi seperti memberikan hadiah maka akan terwujudnya rasa cinta dan kasih sayang antar keduanya, dan juga memperkokoh ikatan silaturahmi. Dengan hadiah terwujudnya kesempurnaan untuk cinta dan kasih sayang, maka padanya terkesan dihormati dan dimuliakan. Dan oleh karena itulah Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam menerima hadiah dan menganjurkan untuk saling memberi hadiah serta menganjurkan untuk menerimanya.

Dari Abu Hurairah radhiyallahu 'anhu, Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ. يَقُولُ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ "تَهَادُوا تَحَابُّوا" (رواه البخاري والنسائي واحاكم والبيهقي)<sup>2</sup>

Artinya: hendaklah kalian saling memberi hadiah, agar kalian saling mencintai (HR. Bukhari Muslim).

Hadis diatas menunjukkan bahwa Allah dan Rasul-Nya memerintahkan kepada sesama manusia untuk saling memberi. Dan pemberian hadiah akan memunculkan rasa cinta dan kasih sayang di dalam hati sesama manusia.

---

<sup>1</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015) hlm 168.

<sup>2</sup> Muhammad bin Ismail Al-Amir Ash-Shan 'ani, *Subulus salam Syarah Bulugul Maram terjemahan Al-Fauzan Darwis, terj. Muhammad Isnan*, jilid 2, (Jakarta: Cipinang Muara, 2010), hlm. 555.

Hadiah yaitu suatu akad pemberian hak milik oleh seseorang kepada orang lain di waktu ia masih hidup tanpa mengharapkan imbalan dan jasa, namun dari segi kebiasaan, hadiah lebih dimotivasi oleh rasa terima kasih dan kekaguman seseorang.<sup>3</sup> Menurut istilah syar'i, hadiah ialah menyerahkan suatu benda kepada seorang tertentu agar terwujudnya hubungan baik dan mendapatkan pahala dari Allah tanpa adanya permintaan dan syarat.<sup>4</sup> Nasrun Harun dalam fiqh muamalah mengatakan hibah atau hadiah adalah pemberian yang dilakukan secara sukarela dalam rangka mendekati diri kepada Allah, tanpa mengharapkan balasan apa pun. Hibah (hadiah) adalah salah satu bentuk tolong-menolong dalam rangka kebajikan diantara sesama manusia sangat bernilai positif. Para ulama fiqh sepakat mengatakan bahwa hukum hibah (hadiah) adalah sunnah.<sup>5</sup>

Menurut Sayyid Sabiq, jika seseorang memberikan sesuatu yang bukan jenis harta yang halal seperti khamar atau bangkai maka hal ini tidak layak untuk dijadikan sebagai hadiah. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah waktunya, yaitu hibah dilakukan ketika si pemberi (orang yang memiliki harta) itu masih hidup jika telah mati maka bukan lagi hibah tetapi namanya wasiat.<sup>6</sup>

Pada zaman sekarang ini teknologi berkembang semakin pesat dan membawa perubahan yang cukup besar bagi masyarakat. Melalui kecanggihan teknologi ini, hadiah tidak hanya diberikan secara langsung tetapi juga bisa didapatkan secara *online* yaitu melalui media sosial. Media sosial juga menjadi salah satu media yang paling efektif untuk berinteraksi secara *online* karena hampir semua orang menggunakan media sosial di kehidupan sehari-hari.

---

<sup>3</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm 345.

<sup>4</sup> Hidayati Nasrah "Analisis Akad Mudharabah di Perbankan Syariah", *Jurnal Al-Iqtishad* Edisi 11 Volume 1 Tahun 2015, hlm 22.

<sup>5</sup> Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General): konsep dan sistem operasional*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), hlm 501.

<sup>6</sup> Abdul Rahman Ghazali, Ghufron Ihsan & Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 158.

Seiring dengan meningkatnya pengguna media sosial di Indonesia, apalagi pada masa *Covid-19* ini *online shop* menjadi lebih diminati, hal ini memberikan keuntungan tersendiri bagi para pelaku bisnis *online* dan kemudahan bagi konsumen dalam berbelanja. Media sosial yang paling populer diantaranya *Instagram*, *Facebook*, *Tik Tok*, *You Tube*, dll. Salah satu media sosial yang banyak diminati oleh pemilik bisnis *online* adalah media sosial *Instagram*.

Setelah sukses menjadi aplikasi yang diminati banyak orang, selain hanya untuk kepentingan pribadi, *Instagram* juga dijadikan peluang bisnis bagi para penggunanya. Sekarang ini, terdapat banyak pengguna akun *Instagram* yang memanfaatkan aplikasi ini untuk memasarkan dan menjual produk/jasa, melalui *share* foto-foto produk pemasar. Dalam studi yang dilakukan oleh Simply Measured, terungkap bahwa 54 persen perusahaan dengan *brand* ternama dunia kini menggunakan *Instagram*.<sup>7</sup>

Untuk meningkatkan penjualan, *online shop* tidak hanya menawarkan produknya saja, tetapi mereka dituntut memiliki daya tarik penjualan dan produknya untuk menarik perhatian konsumen, salah satu caranya dengan mengadakan *giveaway*. Praktik ini merupakan strategi yang sangat ampuh dilakukan karena dapat menarik konsumen dengan jumlah besar dan pengguna *Instagram* yang lain dapat mengetahui produk tersebut.

*Giveaway* merupakan pemberian hadiah berupa barang ataupun yang lainnya secara gratis dari pihak penyelenggara, dalam hal ini *online shop*, *brand*, perusahaan ataupun *influencer* kepada pengikutnya di media sosial dengan maksud tertentu misalnya untuk tujuan promosi atau meningkatkan jumlah

---

<sup>7</sup> Diana Fitri Kusuma “Strategi Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital”: *Jurnal Manajemen Komunikasi*, volume 3, 2018, hlm 19.

pengikut yang mana para peserta harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh penyelenggara.<sup>8</sup>

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

Pada praktiknya *giveaway* bersyarat ini mengharuskan peserta yang berpartisipasi harus mengikuti persyaratan yang diberikan oleh admin *Instagram online shop* yang mengadakan. Biasanya persyaratan yang dibuat Seperti memberikan *spam like* di *feed Instagram*, membuat *story* mempromosikan *akun Instagram online shop*, komentar di *feed* dan men-*tag* orang lain, menjawab pertanyaan di *feed* kemudian dipilih secara acak, masuk ke *live* dan dipilih secara cuma-cuma, men *follow* beberapa *akun* yang tertera di *feed Instagram* dan masih banyak persyaratan lain yang dibuat sesuai kemauan si pemilik *akun Instagram online shop*. Pada saat pemberian hadiah kepada yang beruntung, biasanya hadiah dikirim oleh penyelenggara *giveaway* dan menanggung biaya pengiriman atau biaya pengiriman ditanggung oleh pemenang, tetapi jika hadiah dalam berbentuk uang maka pemenang hanya mengirimkan no. rekening saja untuk ditransfer.

Dikarenakan sangat berpengaruhnya hadiah di dalam kehidupan orang muslim serta hukum Islam terhadapnya mengharuskan untuk dijelaskan permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan hadiah seperti hukum-hukum, apa-apa saja yang diperbolehkan dari hadiah tersebut serta yang tidak diperbolehkan. Dalam praktik *giveaway* bersyarat yang dilakukan di *Instagram*

---

<sup>8</sup> Suparna Wijaya, *Pajak Penghasilan Atas Giveaway You Tube*, (Jawa Barat: Penerbit Adab. 2021), hlm 82-82.

*online shop* tersebut terdapat syarat yang diberlakukan oleh pemiliknya untuk mendapatkan hadiah. Maka dari itu praktik *giveaway* bersyarat ini membutuhkan jawaban atas hukumnya, karena pada praktiknya tidak sesuai berdasarkan penjelasan hadiah diatas dan tidak dibahas di dalam konsep hadiah. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji hal tersebut dalam skripsi yang berjudul “Tinjauan Konsep Hibah/Hadiah Pada Praktik *Giveaway* Bersyarat di *Instagram Online Shop* dalam Perspektif Hukum Islam”.

### **B. Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana sistematika praktik *giveaway* bersyarat pada *online shop* di *Instagram*?
2. Bagaimana konsep hadiah/hibah terhadap praktik pemberian *giveaway* bersyarat di *Instagram online shop* dalam perspektif hukum Islam?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana sistematika praktik *giveaway* bersyarat di *Instagram*.
2. Untuk mengetahui tinjauan konsep hadiah/hibah terhadap praktik pemberian *giveaway* bersyarat di *Instagram online shop* dalam perspektif hukum Islam.

### **D. Penjelasan Istilah**

Untuk menghindari kesalahfahaman pembaca dalam memahami istilah yang dimaksud dalam judul “Tinjauan konsep hibah/hadiah pada praktik *giveaway* bersyarat di *Instagram online shop* dalam perspektif hukum Islam”. Maka diperlukan adanya penjelasan istilah pokok yang menjadi pokok bahasan yang terdapat dalam judul penelitian ini, sebagai berikut:

1. Hadiah/Hibah

Secara etimologi, hibah berarti pemberian atau hadiah. Pemberian ini dilakukan secara sukarela dalam mendekatkan diri kepada Allah, tanpa mengharap balasan apapun.<sup>9</sup> Hibah boleh diterima dari siapapun walaupun orang non-Muslim, seperti Rasul mendapat hadiah dari Mukaukis, pengusaha Mesir. Dalam fiqih, secara umum hadiah dan hibah disamakan.<sup>10</sup>

## 2. Praktik *Giveaway* Bersyarat

Praktik *giveaway* merupakan metode promosi dengan cara memberikan hadiah kepada mereka (pemenang) yang beruntung dengan menerapkan beberapa persyaratan sesuai ketentuan yang diberikan oleh penyelenggara *giveaway*. *Giveaway* berarti hadiah yang menunjuk pada barang-barang yang diperoleh dengan cara yang mudah sehingga dianggap nyaris gratis.<sup>11</sup> *Giveaway* bersyarat berarti setiap peserta yang ingin mengikuti *giveaway* tersebut maka harus mengikuti persyaratan yang telah dibuat oleh penyelenggara. Jadi, praktik *giveaway* bersyarat adalah kegiatan memberikan hadiah kepada yang beruntung secara cuma-cuma dengan ketentuan persyaratan yang dibuat oleh penyelenggara.

## 3. *Instagram*

*Instagram* adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Berbagai fitur yang disediakan oleh *Instagram* seperti *like*, komentar, *Instastory*, *reels*, *Igty*, sorotan, dan masih banyak lagi, dan kita juga bisa berteman dengan siapa saja secara luas. aplikasi ini sangat banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini.

## 4. *Online shop*

*Online shop* merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat *internet* sehingga pengunjung *online* dapat melihat barang-

<sup>9</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm 82.

<sup>10</sup> Azyumardi Azra, *Berderma Untuk Semua*, (Jakarta, Teraju, 2003), hlm 38.

<sup>11</sup> Silvi, *How Do You Say It In English*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm

barang di toko *online*. Konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video.<sup>12</sup>

## 5. Hukum Islam

Apabila hukum dihubungkan dengan hukum Islam, maka hukum Islam berarti “seperangkat peraturan berdasarkan wahyu Allah dan sunnah Rasul tentang tingkah laku manusia mukallaf yang diakui dan diyakini berlaku dan mengikat untuk semua umat yang beragama Islam”. Hukum Islam mencakup hukum Syariah dan hukum fikih, karena arti syara’ dan fikih terkandung di dalamnya.<sup>13</sup>

## E. Kajian Pustaka

Dalam tulisan ini penulis meriset penelitian yang telah dilakukan yang berhubungan dengan objek kajian tentang praktik *giveaway* bersyarat di Instagram. Secara spesifik penulis telah merumuskan variabel penelitian dalam bentuk judul “Tinjauan Hukum Islam terhadap praktik *giveaway* bersyarat pada transaksi *online shop* di *Instagram*”. Berikut ini penulis paparkan penelitian penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian-penelitian lainnya yaitu sebagai berikut:

Pertama, “*Program Poin Berhadiah Produk Tabungan Seulanga Pada Pt. Bank Aceh Dalam Perspektif Dsn-Mui No. 86/Dsn-Mui/Xii/2012 (Studi Analisis Pada Pt. Bank Aceh Pusat Banda Aceh)*”. Skripsi thesis, UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Yang ditulis oleh Khairul Ikhsan pada tahun 2017. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa setiap nasabah yang membuka rekening Tabungan Seulanga otomatis akan didaftarkan kepada daftar penerima hadiah seulanga dengan membuka rekening awal sebesar Rp. 1.000.000 dan dalam kelipatan Rp. 500.000 akan mendapatkan 1 poin yang bisa ditukarkan dengan

---

<sup>12</sup> Nurhayati, “Belanja *Online* Sebagai Cara Belanja di Kalangan Mahasiswa”, Lhokseumawe: *Aceh Anthropological*, Volume 1 O. 2 Edisi April 2017, hlm. 2.

<sup>13</sup> Mardani, *Hukum Islam: Kumpulan Peraturan Tentang Hukum Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm 10.

hadiah-hadiah pilihan, menurut fatwa DSN bahwa program hadiah dalam PT. Bank Aceh adalah suatu pemberian yang sifatnya tidak mengikat dan bertujuan agar nasabah loyal kepada PT. Bank Aceh dan sah-sah saja diselenggarakan selama tidak bertentangan dengan fatwa, namun pada sumber dana yang digunakan oleh PT. Bank Aceh untuk pelaksanaan program hadiah yang merupakan hasil dari bank.<sup>14</sup>

Kedua, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Hadiah Undian Sebagai Daya Tarik Konsumen (Analisis Terhadap Pendapat Yūsuf Al-Qaradāwī Dengan Pendekatan Maqāsidī)*”, yang ditulis oleh Fara Nurrahmatillah, Universitas Islam Negeri Ar-raniry, Fakultas Syari’ah dan Hukum jurusan Hukum Ekonomi Syari’ah pada tahun 2018. Hasil dari analisis dapat disimpulkan bahwa Yūsuf alQaradāwī mengatakan undian termasuk salah satu jenis judi. Berdasarkan pendekatan maqāsidī, hukum hadiah undian yang awalnya mubah akan berubah menjadi haram apabila undian itu mengandung unsur-unsur yang bertentangan dengan syariat. Dari hasil analisis penulis, ada beberapa unsur yang tidak sesuai dengan syariat Islam dalam pelaksanaan hadiah undian ini. Hal ini dapat dilihat dari fakta-fakta yang terjadi adalah mengeluarkan biaya (pengiriman dua bungkus produk melalui pos tertentu) untuk sesuatu dalam muamalat yang belum jelas beruntung tidaknya, maka itu tergolong dalam perbuatan maisir. Selain itu, kegiatan-kegiatan dalam hadiah undian dapat mengantarkan seseorang pada watak egoisme, kikir dan boros. Hal ini berdasarkan kaidah yang mana setiap tindakan yang berakibat buruk, atau menghilangkan maslahat, maka tindakan itu dilarang. Akhirnya dengan menggunakan modus *sadd al-ẓarī’ah*, penulis sampai pada simpulan bahwa hadiah undian yang diteliti memenuhi tiga kriteria. Pertama, mafsadatnya pada

---

<sup>14</sup> Khairul Ikhsan, “Program Poin Berhadiah Produk Tabungan Seulanga pada PT Bank Aceh dalam Perspektif Dsn-Mui No. 86/Dsn-Mui/Xii/2012 (Studi Analisis Pada PT Bank Aceh Pusat Banda Aceh)”. Skripsi thesis, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2017.

peringkat hajiyat yang dapat naik ke peringkat daruriyat. Kedua, efek mafsadatnya mendekati pasti, dan Ketiga, mafsadatnya bersifat *massif*.<sup>15</sup>

Ketiga, “*Dropship dalam Jual Beli Pakaian Online ditinjau menurut Konsep Jual Beli Salam*”. Skripsi thesis, UIN Ar- Raniry Banda Aceh. Yang ditulis oleh Nurul Maulida. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep bai’ as-salam dalam dunia bisnis disimpulkan bahwa bai’ salam merupakan konsep jual beli pesanan yang diperbolehkan dalam akad jual beli pakaian secara Islam, yang ditinjau dari segi objek dengan ketentuan jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian. Pembayaran terhadap pakaian dilakukan di awal akad secara tunai dan penyerahan barang dikemudian hari dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Agar jual beli pakaian sistem transaksi *dropshipping* dinilai sah dalam Islam, maka *dropshipper* tetap tidak diperkenankan mengunggah gambar pakaian untuk dijual tanpa seizin dari pihak *supplier* terlebih dahulu. *Dropshipper* harus memiliki izin terlebih dahulu dari *supplier* dan menjalin kerja sama untuk penentuan akad kedua belah pihak.<sup>16</sup>

Keempat, “*Strategi Promosi Dengan Undian Berhadiah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Minimarket Indomaret Soekarno Hatta 16c Kota Metro)*”, yang ditulis oleh Dwi Suharniati Jurusan Ekonomi Syariah (Esy) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro Lampung pada tahun 2017. Hasil dari analisis dapat disimpulkan bahwa strategi promosi dalam undian berhadiah yang diterapkan oleh Minimarket Indomaret Soekarno Hatta belum sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam. Hal ini dikarenakan di dalam pelaksanaan undian berhadiah tersebut terdapat unsur seperti maisir, *ighra’* dan *juhala* yang belum termasuk ke dalam Ekonomi Islam. Sedangkan hadiah yang disiapkan dari pihak penyelenggara untuk kepada

---

<sup>15</sup> Fara Nurrahmatillah, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Hadiah Undian Sebagai Daya Tarik Konsumen” skripsi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2018.

<sup>16</sup> Nurul Maulida, “Dropship dalam Jual Beli Pakaian Online ditinjau menurut Konsep Jual Beli Salam”. Skripsi thesis, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.

pemenang berasal dari keuntungan dari konsumen yang mengharuskan belanja minimal Rp 50.000 dan klaim perusahaan, hal ini adalah sesuatu yang batil karena harta yang didapatkan tidak diperoleh dari bekerja dan belum sesuai dengan Ekonomi Islam. Banyak pembeli atau konsumen yang berbelanja melebihi dari Rp 50.000 hanya untuk bisa mengikuti undian hadiah yang dilaksanakan oleh Minimarket Indomaret.

Kelima, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Keabsahan Praktik Jual Beli Dengan Sistem Jasa Titip Online di Media Sosial (Ditinjau Menurut Akad Bay’ al- Fuḍūlī)*”. Skripsi thesis, UIN AR-Raniry. Yang ditulis oleh Maisa Fadhliha.

<sup>17</sup>Hasil penelitian ini adalah proses jual beli jasa titip melalui media sosial dilakukan dalam beberapa ketentuan, yaitu: 1) penyedia layanan jasa titip memberitahukan kepergiannya ke suatu tempat melalui media sosialnya. 2) Penyedia layanan jasa titip meminta izin kepada penjual untuk mengambil foto/video mengenai produk yang ingin dipasarkan. 3) Penyedia layanan jasa titip memposting produk-produk yang terdapat di pusat perdagangan wilayah kepergiannya. 4) Jika konsumen ingin menitipkan suatu produk, konsumen harus mengisi format pemesanan. 5) Konsumen harus mentranfer uang sejumlah harga produk serta tambahan ongkos jasa titip sebesar Rp. 15.000. 6) Setelah transaksi terjadi, penyedia layanan jasa titip membelanjakan produk pemesanan konsumen, dan 7) Pengambilan produk titipan disepakati oleh penyedia layanan jasa titip dan konsumen itu sendiri. Tinjauan bay’ al-fuḍūlī terhadap jual beli jasa titip melalui media sosial merupakan jual beli yang mendatangkan manfaat. Jual beli yang dilakukan oleh penyedia layanan jasa titip telah memenuhi rukun dan syarat jual beli. Jual beli jasa titip melalui media sosial ini bukanlah suatu praktik jual beli harta milik orang lain atau bay’ al-fuḍūlī. Perjanjian antara penyedia layanan jasa titip dengan penjual dilakukan secara lisan. Hal tersebut

---

<sup>17</sup>Maisa Fadhliha, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Keabsahan Praktik Jual Beli Dengan Sistem Jasa Titip Online di Media Sosial (Ditinjau Menurut Akad Bay’ al-Fuḍūlī)*”. Skripsi thesis, UIN AR-Raniry.

dapat menjadi legalitas dalam jual beli, sehingga dalam praktik jasa titip *online* menjadi sah.

Keenam, “*Sistem Pemberian Reward/Hadiah Kepada Nasabah Tabungan Seulanga pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Calang*”, skripsi program diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2017, yang ditulis oleh Nelva Dewi. Hasil penelitian menyatakan bahwa Tabungan Seulanga IB merupakan salah satu produk penghimpun dana yang bagi perorangan yang menggunakan prinsip mudharabah sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yang disahkan oleh DSN (Dewan Syariah Nasional) yang menjadi salah satu produk di PT. Bank Aceh Syariah yang memiliki banyak keunggulan dan kemudahan yang hanya diberikan untuk nasabahnya, yang tidak hanya menggunakan prinsip mudharabah atau bagi hasil juga disertakan dengan berbagai macam pemberian *reward*/hadiah bagi nasabahnya guna untuk memotivasi nasabah dan bentuk penghargaan untuk kerja sama yang dilakukan. Adapun hadiah yang disediakan PT. Bank Aceh Syariah berupa barang yang dapat digunakan dalam kebutuhan sehari-hari sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Nomor 86/DSN-MUI/XIII/2012 tentang penghimpunan dana lembaga keuangan syariah, dengan menawarkan dan memberikan hadiah dalam promosi produk sesuai ketentuan-ketentuan yang diatur di dalamnya.<sup>18</sup>

Ketujuh, “*Tinjauan fiqh muamalah terhadap metode promosi giveaway di Instagram (implementasi akad ju’alah)*”, yang ditulis oleh Devi Kartika Sari. Hasil penelitian menyatakan bahwa praktik metode promosi *giveaway* di *Instagram* sesuai dengan salah satu akad dalam islam yaitu akad ju’alah yang rukun dan syaratnya telah terpenuhi. Akan tetapi terdapat ketidakpastian dalam hal pemilihan pemenang, sehingga tergolong dalam unsur gharar.

---

<sup>18</sup> Nelva Dewi, “*Sistem Pemberian Reward/Hadiah Kepada Nasabah Tabungan Seulanga pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Calang*”, skripsi program diploma Iii Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2017.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini bahwa penelitian sebelumnya lebih membahas tentang undian berhadiah secara langsung dan ada juga yang menggunakan media sosial tetapi bukan membahas pemberian hadiah melainkan jual beli *online* dan sedangkan dalam penelitian ini peneliti khusus membahas tentang pemberian hadiah bersyarat di *Instagram online shop* dalam perspektif hukum Islam.

## F. Metode Penelitian

Menurut Mohamad Ali penelitian adalah survei suatu cara untuk memahami sesuatu melalui penyelidikan atau usaha dengan mencari bukti-bukti yang muncul sehubungan dengan masalah tersebut, yang dilakukan secara hati-hati sehingga diperoleh kesimpulannya.<sup>19</sup> Metodologi penelitian sebagai salah satu unsur bagian penelitian yang sangat penting. Metode merupakan keseluruhan cara berfikir yang digunakan peneliti untuk menemukan jawaban penjelasan dari masalah yang akan diteliti. Metodologi penelitian meliputi cara dan prinsip berfikir mengenai masalah yang akan diteliti, pendekatan yang akan digunakan dan prosedur ilmiah yang akan ditempuh untuk mengumpulkan dan menganalisis data, serta menarik kesimpulan.<sup>20</sup> Adapun Untuk dapat melengkapi pembahasan dalam karya ilmiah ini ada beberapa metode atau cara yang dipakai oleh penulis antara lain sebagai berikut:

### 1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian *maqashid Al-syariah*, *Maqashid al-syariah* secara terminologis (ishtilahi) seperti dikemukakan oleh al-Syatibi yaitu aturan hukum yang disyariatkan Allah dengan tujuan untuk mewujudkan kemaslahatan hamba-Nya (manusia) di dunia dan kelak di akhirat.<sup>21</sup> *Maqāsid al-syarī'ah* dilihat dari segi tertib

<sup>19</sup> Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sulawesi Selatan, Amar Cendekia, 2018, hlm. 5.

<sup>20</sup> Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Lkis, 2008), hlm. 83.

<sup>21</sup> Abu Ishaq al-Syatibi, *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Ahkam*, Juz ke 2, Kairo: Dar al-Fikr, hlm. 2.

tujuannya dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu tujuan *aşliyyah* dan tujuan *tabi'iyah*. Pada penelitian ini peneliti merujuk pada tujuan *tabi'iyah*. Al-Syatibi memandang tujuan *tabi'iyah* secara khusus untuk mempertimbangkan kebahagiaan atau kesenangan manusia.<sup>22</sup>

Maka dari itu peneliti menggunakan pendekatan ini berhubungan dengan kebahagiaan atau kesenangan manusia untuk mewujudkan kemaslahatan maka dalam melakukan *giveaway* tidak ada pengkhianatan, penipuan di dalamnya dengan melihat sumber utama ajaran Islam, Al-Qur'an dan hadis agar memperjelas hukum dari *giveaway* itu sendiri.

## 2. Jenis penelitian

Penulis dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, karena permasalahan berhubungan dengan manusia yang secara fundamental bergantung pada pengamatan. Menurut Strauss dan Corbin bahwa: penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Pendekatan kualitatif dalam hal ini sesungguhnya adalah prosedur penelitian yang menghasilkan dat-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Oleh karena itu, data yang terkumpul adalah data yang berupa kata / kalimat atau gambar (bukan angka-angka). Data-data ini bisa berupa wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, memo, maupun dokumen resmi lainnya.<sup>23</sup>

Penelitian ini penulis menggunakan pendekatan *deskriptif analisis*, yaitu suatu metode yang bertujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap suatu objek penelitian yang diteliti melalui sampel atau data yang

---

<sup>22</sup> Nofialdi, "Ijtihad Ibn Qayyim Al-Jawziyyah Dan Al-Maqāsid Al-Juz'iyah: Refleksi Penyelesaian Kasus Hukum Islam", Al-Manāhij, Vol. XII No. 1, Juni 2018, hlm 73.

<sup>23</sup> Dimas Agung Trisliantanto, *Metode Penelitian Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah*, (Yogyakarta, Andi Offset, 2020), hlm 212-213.

telah terkumpul dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.<sup>24</sup> Dengan mendapatkan data dari informan maka peneliti bisa menggambarkan kasus ini dan membuat kesimpulan terkait praktik *giveaway* bersyarat yang diadakan oleh *online shop* @Qenzest.Store, @Destinstore.id dan @Constanta.id.

### 3. Sumber Data

Data-data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

#### a. Sumber data primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian<sup>25</sup>. Data yang digunakan peneliti ialah penelitian lapangan dengan cara mewawancarai langsung *owner online shop*, dokumentasi maupun meminta data kepada *owner online shop* yang melaksanakan *giveaway* di *Instagram*. *Online shop* yang akan peneliti teliti ialah @Qenzest.store, @Destinstore.id dan @Constanta.id.

#### b. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari sumber-sumber tercetak, dimana data tersebut telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya.<sup>26</sup> Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah Al-Qur'an, hadis, buku-buku, jurnal yang berkaitan dengan hadiah.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dan memperoleh semua informasi yang merupakan variabel penelitian, antara lain sebagai berikut:

---

<sup>24</sup> Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2006), hlm 26.

<sup>25</sup> Burhan Bungin, *Metodelogi penelitian Kuantitatif komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 132.

<sup>26</sup> Dermawan Wibisino, *Riset Bisnis Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 37.

#### a. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik yang untuk mengumpulkan data berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. dalam pengumpulan dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, jurnal tentang praktik *giveaway*.<sup>27</sup> Data dokumentasi yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu *screen shoot*, foto, dan lain-lain demi memperjelas mekanisme praktik *giveaway*.

#### b. Wawancara (*interview*)

Wawancara yang penulis gunakan dalam penelitian ini berbentuk *guidance interview*, yang penulis lakukan dengan membuat pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu yang selanjutnya penulis gunakan untuk mewawancarai para responden dan juga informan yang menjadi subjek dan objek penelitian ini. Peneliti juga akan mengembangkan pertanyaan sesuai dengan kebutuhan data penelitian yang dilakukan secara fleksibel dengan responden penelitian.<sup>28</sup> Peneliti akan mewawancarai 3 orang, yaitu *owner* dari @Qenzest.store, @Destinstore.id dan @Constanta.id.

#### 5. Objektivitas dan validitas data

Objektivitas adalah fakta yang sebenarnya terjadi di lapangan, untuk mencapai objektivitas ini peneliti membutuhkan data yang valid. Maka dari itu pentingnya validitas data dan keabsahan sebagai bentuk dari kualitas data dan ketepatan metode yang digunakan oleh peneliti.<sup>29</sup> Agar mendapatkan data yang valid peneliti langsung mencari informasi dengan sumber utama yaitu pemilik *online shop* dan mendapatkan data melalui akun *Instagram* nya

---

<sup>27</sup> Muzakir Abu Bakar, *Metode Penelitian*, (Banda Aceh, 2013), hlm. 57.

<sup>28</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 27.

<sup>29</sup> Creswell, *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Teri. Achmad Fawaid Dan Rianayati Kusmini Pancasari, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016) hlm 269.

langsung seperti bukti nyata *Instastory* pernah mengadakan *giveaway* dan informasi lainnya.

## 6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan cara untuk mengolah data yang telah terkumpul yang diperoleh melalui wawancara. Dalam melakukan analisis data dibutuhkan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya apabila dibutuhkan.<sup>30</sup> Peneliti mengumpulkan dan mencari arti keseluruhan dari data yang sudah diperoleh sebelum atau sesudah melakukan penelitian di lapangan. Data yang didapatkan peneliti dari hasil wawancara dengan owner *online shop* yang mengadakan *giveaway*, dokumen, serta ada beberapa sumber lainnya dan mencari arti terdalam dan juga Peneliti akan mempertajam analisis atau mengkaji kelayakannya mana yang benar-benar dibutuhkan dan membuang informasi yang sama agar data tidak tumpah-tindih.
- b. Pengolahan data disesuaikan dengan tujuan penelitian, yaitu berhubungan dengan praktik, pandangan hukum Islam terhadap praktik *giveaway* bersyarat pada *Instagram online shop*.
- c. Penafsiran data dilakukan terhadap semua informasi yang telah dikumpulkan, sehingga dapat diketahui tingkat validitas data tersebut. Pada hakikatnya keseluruhan data dalam penelitian ini saling menunjang dan saling melengkapi antara data yang satu dengan data yang lainnya.

---

<sup>30</sup> Umrati Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*, (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), hlm 88.

- d. Verifikasi data dilakukan oleh peneliti untuk memeriksa apakah kesimpulan yang diambil sudah tepat atau belum, dan apakah sudah mencapai tujuan penelitian serta sasaran terhadap penelitian yang dilakukan dengan cara memeriksa secara berulang-ulang selama berada di lapangan, dalam upaya penarikan kesimpulan agar mudah diberikan kesimpulan dan saran yang mendalam.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan merupakan suatu upaya untuk memudahkan para pembaca dalam melihat dan memahami isi dari pembahasan yang dilakukan peneliti. Pembahasan ini dibagi dalam 4 (empat) bab. Pada setiap bab menguraikan pembahasan-pembahasan tersendiri secara sistematis dan saling terkait antara bab satu dengan bab lainnya. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

Bab satu, adalah pendahuluan, bab ini menguraikan yang terdiri dari: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan. Secara umum, setiap bab ini berisi uraian yang bersifat global, sebagai pengantar memahami bab-bab berikutnya.

Bab dua, pada bab ini dipaparkan mengenai konsep hibah/hadiah di media sosial yang membahas tentang pengertian dan dasar hukum hibah/hadiah dalam perspektif hukum islam, rukun dan syarat hibah/hadiah, hikmah hibah/hadiah dan konsep pemberian hadiah/hibah di media sosial.

Bab tiga, penulis memaparkan mengenai tinjauan konsep hibah/hadiah pada praktik *giveaway* bersyarat di *online shop* yang membahas tentang gambaran umum *giveaway* di *Instagram*, praktik pemberian *giveaway* bersyarat di *Instagram* dan tinjauan konsep hibah/hadiah dalam perspektif hukum Islam terhadap praktik pemberian *giveaway* bersyarat di *Instagram online shop*

Pada Bab empat, sebagai bab terakhir dan merupakan bab penutup dari keseluruhan penelitian ini penulis menyajikan beberapa kesimpulan dan saran-

saran dari penulis menyangkut permasalahan penelitian yang berguna seputar topik pembahasan.



## BAB DUA

### KONSEP HIBAH/HADIAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DI MEDIA SOSIAL

#### A. Pengertian dan Dasar Hukum Hibah/Hadiah dalam Perspektif Hukum Islam

##### 1. Pengertian Hibah/Hadiah

Secara etimologi, hibah berarti pemberian atau hadiah. Pemberian ini dilakukan secara sukarela dalam mendekati diri kepada Allah, tanpa mengharapkan balasan apa pun.

Ada dua definisi yang dikemukakan para ulama. Jumhur ulama mendefinisikannya dengan:

عَقْدٌ يُفِيدُ التَّمْلِكَ بِلَا عَوْضٍ حَالَ أَحْيَاةٍ تَطَوُّعًا

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

Maksudnya, hibah itu merupakan pemberian sukarela seseorang kepada orang lain, tanpa ganti rugi, yang mengakibatkan berpindahnya pemilikan harta itu dari pemberi kepada orang yang diberi. Definisi yang lebih rinci dan komprehensif dikemukakan ulama Hanabilah, yaitu:

تَمْلِيكَ جَائِزٍ التَّصَرُّفِ مَالًا مَعْلُومًا أَوْ مَجْهُولًا تَعَدُّرُ عِلْمِهِ مَوْجُودًا مُقَدَّرًا عَلَى تَسْلِيمِهِ

غَيْرٍ وَاجِبٍ فِي الْحَيَاةِ بِلَا عَوْضٍ

*“Pemilikan harta dari seseorang kepada orang lain yang mengikat orang yang diberi boleh melakukan tindakan hukum terhadap harta itu, baik harta itu tertentu maupun tidak, bendanya ada dan boleh diserahkan yang penyerahannya dilakukan ketika pemberi masih hidup, tanpa mengharapkan imbalan”.*

Kedua definisi ini sama-sama mengandung makna pemberian harta kepada seseorang secara langsung tanpa mengharapkan imbalan apapun, kecuali untuk mendekatkan diri kepada Allah.<sup>31</sup>

Hibah merupakan pemberian yang murni, bukan karena mengharapkan pahala dari Allah, serta tidak pula terbatas berapa jumlahnya. Karena hibah merupakan pemberian yang mempunyai akibat hukum perpindahan hak milik, maka pihak pemberi hibah tidak boleh meminta kembali harta yang sudah dihibahkannya, sebab hal itu bertentangan dengan prinsip-prinsip hibah. Dengan membuat perumpamaan, Rasulullah Saw. mengatakan bahwa kalau pihak pemberi hibah menuntut kembali sesuatu yang telah dihibahkannya maka perbuatan itu sama seperti anjing yang menelan kembali yang sudah ia muntahkan.<sup>32</sup>

Menurut Sayyid Sabiq, hadiah tergolong sebagai hibah dengan pengertian yang umum yaitu pemberian yang tidak menuntut orang yang diberi hibah untuk memberi imbalan kepada pemberi hibah.<sup>33</sup>

Sayyid Sabiq juga mengatakan sebagaimana yang tertuang dalam bukunya bahwa pengertian hibah secara khusus yaitu pemberian yang mutlak tanpa menghendaki imbalan, sedangkan pengertian hibah secara umum yaitu sebagai berikut:

- a. Ibra: yaitu menghibahkan hutang kepada orang yang berhutang;
- b. Sedekah: yaitu yang menghibahkan sesuatu dengan harapan pahala akhirat
- c. Hadiah: yaitu yang menuntut orang yang diberi hibah untuk memberi imbalan<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> Nasroen Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Aedia Pratama, 2007), hlm 82.

<sup>32</sup> Helmi Karim, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1993), hlm 74-75.

<sup>33</sup> Holihuddin, *Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam II*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), hlm158.

<sup>34</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah 14*, terj. Mahyuddin Syaf (Bandung: PT. Alma'rif,1978), hlm 168.

## 2. Dasar Hukum Hibah/Hadiah

### a. Dasar Hukum Al-Qur'an

#### 1. Surah an-Nisa', [4]: 4

مَرِيًّا هَنِيئًا فَكُلُوهُ نَفْسًا مِّنْهُ شَيْءٍ عَنِ لَكُمْ طِبْنَ فَإِنَّ نِحْلَةً صَدَقْتِهِنَّ النَّسَاءَ وَأَتُوا<sup>35</sup>

Artinya: Dan berikanlah maskawin (mahar) kepada perempuan (yang kamu nikahi) sebagai pemberian yang penuh kerelaan. Kemudian, jika mereka menyerahkan kepada kamu sebagian dari (maskawin) itu dengan senang hati, maka terimalah dan nikmatilah pemberian itu dengan senang hati. (QS. An-Nisa', [4]: 4).

Melalui ayat ini, Allah Swt. telah menjelaskan harta istri terlarang bagi suaminya, kecuali atas kerelaan hati sang istri, karena istri adalah pemilik hartanya sendiri. Suami tidak boleh untuk memilikinya, kecuali atas kerelaan hati istri, sebagaimana ditetapkan oleh Allah Swt. dalam kitab-Nya. Hal ini menjadi dasar bahwa semua pemilik harta, hartanya menjadi terlarang dan haram diambil oleh orang lain, kecuali dengan kerelaan hatinya, dia membolehkan orang lain untuk menikmatinya, maka harta itu berubah menjadi mubah. Dalam hal ini, tidak ada perbedaan antara perempuan dan laki-laki.

Dengan demikian, tampak jelas bahwa kekuasaan seorang perempuan atas hartanya sendiri sama seperti kekuasaan seorang laki-laki terhadap hartanya sendiri. Dengan catatan apabila sang istri telah akil baligh.<sup>36</sup>

#### 2. Al-Mudatsir [74]: 6

نَسْتَكْتَبُ تَمَنُّنٌ وَلَا<sup>37</sup>

<sup>35</sup> Departemen Agama R.I. *Al-Qur'an Cordoba for Muslimah* (Bandung: Cordoba Internasional Indonesia), hlm. 77.

<sup>36</sup> Syaikh Ahmad Musthafa, *Tafsir imam Syafi'I*, (Jakarta, Almahira, 2008), hlm 10-11

<sup>37</sup> Departemen Agama R.I. *Al-Qur'an Cordoba for Muslimah* (Bandung: Cordoba Internasional Indonesia), hlm. 575.

Artinya: dan janganlah kamu memberi (dengan maksud) memperoleh (balasan) lebih banyak. (QS. Al-Mudatsir [74]: 6).

Dari penggalan ayat di atas Ibnu Abbas mengatakan bahwa, janganlah engkau memberi sesuatu dengan mendapatkan yang lebih banyak disini Ibnu Abbas memberikan penjelasan bahwa memberikan sesuatu kepada orang lain tidak boleh mengharapkan balasan lebih banyak dari banyak dari apa yang diberikan. Jadi istinbath hukumnya yaitu pemberian mengharapkan imbalan lebih banyak.<sup>38</sup>

### 3. Surat An-nisa' [4]: 29

مِّنْكُمْ تَرَاضٍ عَنِ تِجَارَةٍ تَكُونُ اَنَّ اِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ اَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوْا لَا اٰمَنُوْا الَّذِيْنَ يُهَيَّا  
رَحِيْمًا بِكُمْ كَانَ اللهُ اِنَّ اَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوْا وَلَا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa'[4]:29).

Dalam arti ayat diatas tidak terkandung apapun, kecuali ketiga hukum ini, yakni memakan harta orang lain dengan jalan yang batil. Berkenaan dengan hartanya, seseorang memiliki kewajiban dari Allah Swt. yang semestinya ia belanjakan, dan sesuatu yang diberikannya dalam rangka meraih keridhaan orang yang diberinya. Salah jika dia mengatakan, " ambillah semua yang ada padaku, karena itu milikmu".<sup>40</sup>

## b. Dasar hukum Hadis

### 1. Hadis riwayat Bukhari dan Muslim

<sup>38</sup>Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir, Jilid 8, (Abdul Ghoffar)*, (Bogor: Pustaka Imam Syafi'i, 2005), hlm 336.

<sup>39</sup>Departemen Agama R.I. *Al-Qur'an Cordoba For Muslimah* (Bandung: Cordoba Internasional Indonesia), hlm. 83.

<sup>40</sup>Syaikh Ahmad Musthafa, *Tafsir imam Syafi'i* (Jakarta, Almahira, 2008), hlm 124.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ. يَقُولُ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ "تَهَادُوا تَحَابُّوا" (رواه  
 41ابنخارى والنسائى واحاكم والبيهقى)

Artinya: hendaklah kalian saling memberi hadiah, agar kalian saling mencintai (HR. Bukhari Muslim).

Hadis di atas mengajarkan kita untuk mewujudkan rasa cinta antara sesama kaum muslim yang perlu di pelihara dan dikembangkan dengan salah satu cara yaitu saling memberi dan tidak mengharapkan imbalan apapun.

## 2. Hadis riwayat Bukhari

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ كَانَ رَسُولُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقْبَلُ الْأَهْدِيَةَ وَيُؤْتِيهَا  
 42عَلَيْهَا

Artinya: dari Aisyah radhiyallahu anha berkata, “Rasulullah shallallahu alaihi wa sallam pernah menerima hadiah dan membalasnya. (HR. Bukhari)

Berdasarkan hadis ini, sebagian ulama berpendapat wajib hukumnya membalas setiap pemberian hadiah, karena apa yang menjadi kebiasaan Rasulullah Saw. harus dilaksanakan, namun hadis itu tidak bisa dijadikan dasar hukum yang mewajibkan untuk memberi hadiah

## B. Rukun dan Syarat Hibah/Hadiah

### 1. Rukun hibah/Hadiah

- a. Ada yang memberi.

<sup>41</sup>Muhammad bin Ismail Al-Amir Ash-Shan 'ani, *Subulus salam Syarah Bulugul Maram terjemahan Al-Fauzan Darwis, terj. Muhammad Isnani*, jilid 2, (Jakarta: Cipinang Muara, 2010), hlm. 555.

<sup>42</sup>Muhammad bin Ismail Al-Amir Ash-Shan 'ani, *Subulus salam Syarah Bulugul Maram terjemahan Al-Fauzan Darwis, terj. Muhammad Isnani*, jilid 2, (Jakarta: Cipinang Muara, 2010), hlm. 550.

Syaratnya adalah orang yang berhak memperredarkan hartanya dan memiliki barang yang diberikan. Maka anak kecil, orang gila, dan yang menyia-nyiakan tidak sah memberikan harta benda mereka kepada yang lain, begitu juga wali terhadap harta benda yang diserahkan kepadanya.

b. Ada yang diberi.

Syaratnya yaitu berhak memiliki. Tidak sah memberi kepada anak yang masih berada di dalam kandungan ibunya dan pada binatang, karena keduanya tidak dapat dapat memiliki.<sup>43</sup>

c. Ada ijab dan kabul,

Adanya ijab dan qabul. Hanya saja dalam hal ini tidak harus dalam bentuk redaksi (*Shighat*) *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-mudhāf* (akad yang disandarkan pada waktu yang akan datang). Contoh *al-‘aqd al mu’alaq*, jika seseorang berkata, 'Saya hadiahkan mobil ini kepada anda dengan syarat anda memberi uang sebesar Rp.10.000 kepada saya', akad hadiah itu tidak sah. Contoh akad *al-‘aqd al-mudhāf*, jika dikatakan 'saya menghadahkan kepada ini untuk anda bulan depan', akad ini juga tidak sah. Sebagai akad *al-aqd al munjiz*, implikasi akad hadiah itu langsung berlaku begitu sempurna akadnya dan terjadi *al-qabdh*. Artinya, *al-muhdāf* (hadiah) itu telah sah dimiliki orang yang diberi hadiah.<sup>44</sup>

Ditinjau dari *sighat* kontrak terbagi menjadi tiga macam:

---

<sup>43</sup>Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2005), hlm 327-328.  
<sup>44</sup>Abi yahya zakariyya Al-anshari asy syafi'I, *asnal mathalib*, juz 5, (Beirut: Dar al-Kutub alilmiyah), hlm 568.

- 1) Akad langsung (al-'aqd al-munjiz), yaitu akad dengan sighat mutlak tanpa digantungkan dengan syarat maupun disandarkan pada masa (tertentu). Kontrak semacam ini memberikan ketentuan hukum seketika, seperti jual beli dan ijarah.
- 2) Akad yang dipersandarkan (al-'aqd al-mudhaf), yaitu akad yang disandarkan pada masa yang akan datang, ia menjadi akad dalam tempo itu juga, tetapi hukumnya tertunda sampai tanggal jatuh tempo yang menjadi acuannya dibuat, misalnya "Saya menyewakan rumah saya dari awal tahun". Termasuk ke dalam akad ini adalah akad wasiat ('aqd al-washiyyah).
- 3) Akad yang bergantung (al-'aqd al-mu'allaq), yaitu akad yang digantungkan pada syarat yang belum wujud pada masa sekarang atau di masa yang akan datang, misalnya, "Jika direktur Anda bepergian, maka saya menjadi penjamin." akad semacam ini tidak terwujud kecuali setelah wujudnya sesuatu yang menjadi sebab akad tersebut. Jaminan di atas misalnya tidaklah terwujud kecuali setelah perginya sang direktur.<sup>45</sup>

d. Ada barang yang diberikan.

Syaratnya, hendaklah barang itu dapat dijual, kecuali:

1. barang-barang yang kecil. Misalnya dua atau tiga butir biji beras, tidak sah dijual, tetapi sah diberikan.
2. Barang yang tidak diketahui tidaklah sah dijual, tetapi sah diberikan.
3. Kulit bangkai sebelum disamak tidaklah sah dijual, tetapi sah diberikan.<sup>46</sup>

## 2. Syarat-Syarat Hibah/Hadiah

### a. Syarat Orang Yang Menghibah (Pemberi Hadiah)

<sup>45</sup> Yasardin, *Asas Kebebasan Berkontrak Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2018), hlm 42-43.

<sup>46</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2005), hlm 327-328.

1. Penghibah memiliki sesuatu yang dihibahkan.
2. Penghibah bukan orang yang dibatasi haknya artinya orang yang cakap dan bebas bertindak menurut hukum.
3. Penghibah itu orang dewasa, berakal, dan cerdas. Tidak disyaratkan penghibah itu harus muslim. Hal ini berdasarkan hadis Bukhari yang menyatakan menerima hadiah dari penyembah berhala.
4. Penghibah itu tidak dipaksa sebab hibah merupakan akad yang disyaratkan adanya kerelaan.

b. Syarat Orang yang Diberi Hibah/Hadiah

Orang yang diberi hibah benar-benar ada pada waktu diberi hibah, bila tidak ada atau diperkirakan keberadaannya misalnya masih dalam bentuk janin maka tidak sah hibah. Jika orang yang diberi hibah itu ada pada waktu pemberian hibah, akan tetapi ia masih kecil atau gila maka hibah itu harus diambil oleh walinya, pemeliharanya, atau orang yang mendidiknya sekalipun ia orang asing.

c. Syarat Benda yang Dhibahkan

1. Benar-benar benda itu ada ketika akad berlangsung. Maka benda yang wujudnya akan ada seperti anak sapi yang masih dalam perut ibunya atau buah yang belum muncul di pohon maka hukumnya batal. Para ulama mengemukakan kaidah tentang harta yang dihibahkan "*segala sesuatu yang sah untuk dijual-belikan sah pula untuk dihibahkan*".
2. Harta itu memiliki nilai (manfaat). Maka menurut pengikut Ahmad bin Hambal sah menghibahkan anjing piaraan dan najis yang dapat dimanfaatkan
3. Dapat dimiliki zatnya artinya benda itu sesuatu yang biasa untuk dimiliki, dapat diterima bendanya, dan dapat berpindah dari tangan ke tangan lain. Maka tidak sah menghibahkan air di sungai, ikan di laut, burung di udara masjid, atau pesantren.

4. Harta yang akan dihibahkan itu bernilai harta menurut syara' maka tidak sah menghibahkan darah dan minuman keras
5. Harta itu benar-benar milik orang yang menghibahkan. Maka, tidak boleh menghibahkan sesuatu yang ada ditangannya tetapi itu kepunyaan orang lain seperti harta anak yatim yang diamanatkan kepada seseorang.
6. Menurut Hanafiah, jika barang itu berbentuk rumah maka harus bersifat utuh meskipun rumah itu boleh dibagi. Tetapi ulama Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah membolehkan hibah berupa sebagian rumah.
7. Harta yang dihibahkan secara terpisah dari yang lainnya, terkait dengan harta atau hak lainnya. Karena pada prinsipnya barang yang dihibahkan dapat digunakan setelah akad berlangsung. Jika orang menghibahkan sebidang tanah tetapi didalamnya ada tanaman milik orang yang menghibahkan, atau ada orang yang menghibahkan rumah, sedangkan di rumah itu ada benda milik yang menghibahkan, atau menghibahkan sapi yang sedang hamil, sedangkan yang dihibahkan itu hanya induknya sedangkan anaknya tidak. Maka, ketiga bentuk hibah seperti tersebut di atas hukumnya batal atau tidak sah.

Tentang hukum menghibahkan semua harta yang dimiliki terdapat perbedaan. Menurut jumhur ulama, seseorang boleh menghibahkan semua harta yang dimilikinya. Adapun menurut Muhammad Ibnu al-Hasan dan pengikut mazhab Hanafi berpendapat bahwa tidak sah menghibahkan semua harta, meskipun dalam kebaikan karena mereka menganggap yang berbuat seperti itu orang yang dungu yang wajib tindakannya.

Menghibahkan utang kepada orang yang berutang sama dengan membebaskannya dari utang itu.<sup>47</sup>

### C. Hikmah Hibah/Hadiah

Allah dan Rasul-Nya memerintahkan sesama manusia untuk saling memberi. Biasanya orang yang suka memberi maka dia juga akan diberi. Kebiasaan saling memberi yaitu perbuatan yang sangat manusiawi sebagai ucapan terima kasih. Dalam hadis Nabi dijelaskan bahwa “orang yang tidak memilih kasih kepada manusia maka ia tidak bersyukur kepada Allah”. (HR Ahmad dan Turmudzi)

Ada beberapa hikmah yang dapat dipetik dari pemberian.

1. Menghilangkan penyakit dengki yang dapat merusak keimanan.
2. Rasa saling mencintai, mencintai, dan menyayangi. dan menghilangkan sifat egois dan bakhil .
3. Menghilangkan rasa dendam. Dalam hadis Nabi: Artinya: “saling memberi hadiahlah kamu karena sesungguhnya hadiah dapat menghilangkan rasa dendam”.<sup>48</sup>

### D. Konsep Pemberian Hadiah/Hibah di Media Sosial

Pada dasarnya *Instagram* tidak ada ketentuan khusus dalam mengadakan *giveaway*, tetapi jika ingin melakukannya maka tidak boleh melanggar ketentuan yang sudah ditetapkan oleh *Instagram*. Berikut ini merupakan ketentuan yang tidak dapat dilanggar oleh penggunanya, yaitu:

Cara yang Tidak Diperbolehkan Dalam Menggunakan *Instagram*.

- a. Anda tidak boleh menyamar sebagai orang lain atau memberikan informasi yang tidak akurat. Anda tidak diharuskan untuk mengungkapkan identitas Anda di *Instagram*, tetapi Anda harus memberikan informasi yang akurat dan terbaru kepada kami

---

<sup>47</sup>Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hlm 160-162.

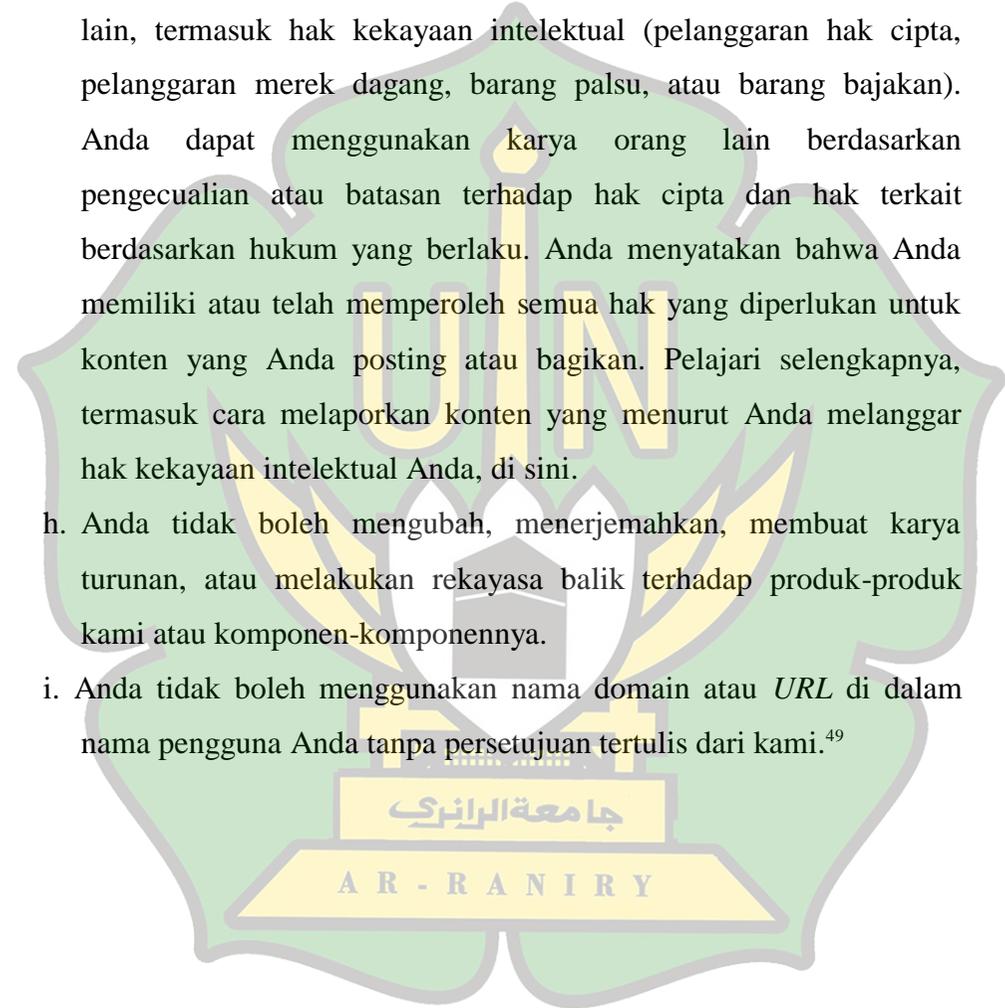
<sup>48</sup>Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015) hlm 168.

(termasuk informasi pendaftaran), yang mungkin mencakup memberikan data pribadi. Selain itu, Anda tidak boleh menyamar sebagai orang lain atau sesuatu yang bukan Anda, dan Anda tidak boleh membuat akun untuk orang lain, kecuali Anda telah memperoleh izin yang tegas dari orang tersebut.

- b. Anda tidak boleh melakukan pelanggaran hukum, perbuatan yang menyesatkan, menipu, maupun perbuatan untuk tujuan ilegal atau dilarang.
- c. Anda tidak boleh melanggar (atau membantu maupun mendorong orang lain untuk melanggar) Ketentuan ini atau kebijakan kami, termasuk khususnya Pedoman Komunitas *Instagram*, Ketentuan Platform *Facebook* dan Kebijakan Developer, serta Panduan Musik. Jika Anda memposting konten bermerek, Anda harus mematuhi Kebijakan Konten Bermerek kami, yang mengharuskan Anda untuk menggunakan alat konten merek kami. Pelajari cara melaporkan perilaku atau konten di Pusat Bantuan kami.
- d. Anda tidak boleh melakukan apa pun untuk mengganggu atau merusak operasi Layanan sebagaimana mestinya. Ini termasuk menyalahgunakan saluran pelaporan, sengketa, atau banding, seperti membuat laporan atau banding palsu atau tidak berdasar.
- e. Anda tidak boleh mencoba untuk membuat akun atau mengakses maupun mengumpulkan informasi secara tidak sah. Ini meliputi pembuatan akun atau pengumpulan informasi melalui cara otomatis tanpa izin tertulis dari kami.
- f. Anda tidak boleh menjual, melisensikan, atau membeli akun atau data apa pun yang diperoleh dari kami atau Layanan kami. Ini mencakup upaya untuk membeli, menjual, atau mentransfer aspek apa pun dari akun Anda (termasuk nama pengguna Anda);

meminta, mengumpulkan, atau menggunakan kredensial *login* atau rencana pengguna lain; maupun meminta atau mengumpulkan nama pengguna Instagram, kata sandi, atau menyalahgunakan token akses.

- g. Anda tidak boleh memposting informasi pribadi atau rahasia orang lain tanpa izin atau melakukan apa pun yang melanggar hak orang lain, termasuk hak kekayaan intelektual (pelanggaran hak cipta, pelanggaran merek dagang, barang palsu, atau barang bajakan). Anda dapat menggunakan karya orang lain berdasarkan pengecualian atau batasan terhadap hak cipta dan hak terkait berdasarkan hukum yang berlaku. Anda menyatakan bahwa Anda memiliki atau telah memperoleh semua hak yang diperlukan untuk konten yang Anda posting atau bagikan. Pelajari selengkapnya, termasuk cara melaporkan konten yang menurut Anda melanggar hak kekayaan intelektual Anda, di sini.
- h. Anda tidak boleh mengubah, menerjemahkan, membuat karya turunan, atau melakukan rekayasa balik terhadap produk-produk kami atau komponen-komponennya.
- i. Anda tidak boleh menggunakan nama domain atau *URL* di dalam nama pengguna Anda tanpa persetujuan tertulis dari kami.<sup>49</sup>



---

<sup>49</sup>*Instagram*

## **BAB TIGA**

### **TINJAUAN KONSEP HIBAH/HADIAH PADA PRAKTIK GIVEAWAY BERSYARAT DI *ONLINE SHOP***

#### **A. Gambaran Umum tentang *Giveaway* di Instagram**

##### 1. Pengertian *Instagram*

*Instagram* merupakan salah satu dari banyak aplikasi media sosial yang digunakan untuk membagikan foto maupun video. *Instagram* sekarang sudah melakukan inovasi sehingga terintegrasi dengan *Facebook*. Inovasi *Instagram* tersebut memungkinkan teman *Facebook* penggunanya mengikuti akun *Instagram* yang dimilikinya. Kepopuleran yang berhasil diraih *Instagram* pada akhirnya membuat banyak penggunanya untuk terjun ke dunia bisnis *online*, dimana para penggunanya memanfaatkan *Instagram* sebagai media pemasaran untuk mempromosikan produknya.

*Instagram* sekarang ini banyak dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk dijadikan media pemasaran produk mereka. Hal ini terjadi karena *Instagram* memiliki 3 karakteristik utama yang dapat mempermudah para pelaku bisnis dapat menjalankan bisnis secara *online*. Tiga karakteristik tersebut yaitu, foto, *display* tampilan yang *simple* atau sederhana dan adanya hashtag yang mempermudah pencarian di *Instagram*.<sup>50</sup>

##### 2. Fitur-Fitur *Instagram*

Beberapa fitur utama yang dimiliki oleh media sosial *Instagram* adalah:

##### 1. Pengikut atau *followers*

*Instagram* menciptakan sistem sosial dengan cara mengadakan sistem untuk mengikuti akun, di mana akun yang ada di *Instagram*

---

<sup>50</sup>Irfan Ardiansah, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*, (Bandung: Cendekia Press, 2020), hlm 22-23.

nantinya dapat saling mengikuti akun-akun lain dan kemudian dapat berinteraksi.

## 2. Mengunggah foto atau video

Fitur ini sebenarnya fitur yang umum. Hampir semua media sosial memilikinya, namun *Instagram* memang merupakan media sosial yang memiliki kekuatan melalui gambar yang diunggah. *Instagram* juga memiliki fitur tambahan, yaitu pemberian efek pada foto atau video dan juga pengaturan atau *editing* sehingga dapat memperindah foto atau video yang akan diunggah. Foto atau video dapat diperoleh dari galeri telepon genggam atau komputer pengguna, juga dapat diperoleh dengan cara mengambil gambar atau video langsung menggunakan fitur kamera *Instagram*.

## 3. Pemberian efek dan editing

Fitur ini merupakan fitur yang sangat berguna untuk memperindah foto maupun video yang akan diunggah para pengguna *Instagram*. 40 efek yang dapat digunakan pada foto atau video yang akan diunggah, beberapa di antaranya adalah *Clarendon, Gingham, Moon, Lark, Reyes*, dan masih banyak lagi. Untuk fitur *editing* terdapat beberapa *tools* yang bisa digunakan seperti *brightness* untuk memberikan efek lebih terang ataupun gelap, *kontras* untuk mengatur tingkat kontras foto atau video, *sharpen* untuk mengatur ketajaman foto atau video, dan lain-lain.

## 4. Kamera

*Instagram* memiliki fitur kamera sehingga pengguna dapat dengan mudah mengambil foto atau video langsung dari aplikasi *Instagram*. Ukuran foto atau video yang dapat digunakan di *Instagram* hanya yang berasio 3:2 atau 1:1.

## 5. Arroba (@)

*Arroba* atau yang direpresentasikan dengan tanda (@) merupakan fitur yang dapat digunakan oleh para pengguna untuk melakukan interaksi

dengan pengguna lainnya dengan menggunakan tanda (@) yang diikuti dengan nama dari akun *Instagram* pengguna yang dituju.

#### 6. Label foto atau *hashtag*

*Hashtag* dapat juga dikatakan sebagai kata kunci pada *Instagram*. Fitur ini memudahkan para pengguna *Instagram* untuk mencari foto atau video yang menggunakan label foto atau *hashtag* yang sama dengan kata kunci yang ingin dicari.

#### 7. Tanda suka

Tanda suka atau *love* atau *like* di *Instagram* merupakan salah satu fitur untuk berinteraksi yang ditandakan dengan pemberian tanda tersebut sebagai tanda bahwa pengguna lain menyukai video yang telah diunggah.

#### 8. Pencarian atau *search*

Fitur ini sangat berguna untuk melakukan pencarian terhadap akun sesama pengguna *Instagram* lainnya, atau bisa juga untuk melakukan pencarian terhadap foto dengan menggunakan kata kunci atau *hashtag*. Fitur ini sangat mempermudah pengguna *Instagram* untuk menjangkau profil atau foto sesama pengguna lainnya.

#### 9. *Direct message*

Merupakan fitur mengirimkan pesan langsung kepada pengguna lain secara pribadi. Pengguna *Instagram* dapat melakukan percakapan dengan pengguna lain atau bahkan membuat grup untuk bercakap-cakap melalui fitur ini.

#### 10. *Instastories*

Merupakan fitur yang terinspirasi dari aplikasi *Snapchat*. Para pengguna dapat berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya dengan menggunakan efek atau filter yang lucu dan unik. Selain itu ada juga fitur lain seperti *QnA*, *polling*, dan masih banyak lagi. Fitur ini juga menyediakan pilihan efek untuk merekam video, yaitu ada efek *boomerang*, *rewind*, *handsfree*, dan juga menyiarkan video secara *online*

(live). *Instastory* hanya dapat ditampilkan selama 24 jam, setelah itu akan menghilang. Namun sekarang dapat diakses kembali dengan fitur baru *Instagram* yaitu *Stories Archive*.<sup>51</sup>

#### 11. Judul foto (*caption*)

Ketika kita akan mengunggah foto, maka kita bisa menulis *caption* sesuai isi foto, atau apapun yang kita ingin tulis. Jika kita tidak mau menulis *caption* juga tidak menjadi masalah, foto akan tetap bisa diunggah.

#### 12. Halaman *explore* (populer)

*Explore* adalah suatu halaman populer, yaitu berisi foto atau video yang paling banyak dikunjungi dan menarik. Jika foto kita masuk ke dalam *explore* maka akan banyak orang yang bisa melihat akun *Instagram* kita sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah.

#### 13. Simpan atau *Bookmark*

Dalam aplikasi *Instagram* kita tidak bisa *mendownload* foto atau video secara langsung untuk dimasukkan ke dalam album foto di *handphone*, tetapi kita bisa menyimpan dengan menggunakan fitur *bookmark*, dan hanya tersimpan di dalam *Instagram* saja. Dan kita bisa melihatnya kapanpun kita mau.

#### 14. *Posting* 10 konten sekaligus

Pada saat awal-awal diterbitkan, *Instagram* hanya bisa memposting satu foto atau video, tetapi sekarang sudah semakin berkembang, kita bisa memasukkan hingga 10 foto atau video dan boleh digabung dalam satu unggahan.

#### 15. Bagikan *Live Video* Lewat *Direct Message (DM)*

---

<sup>51</sup>Irfan Ardiansah, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*, (Bandung: Cendekia Press, 2020), hlm 23-25.

Pada saat kita selesai melakukan siaran langsung atau *live*, maka kita bisa menyimpan *live* dan bisa kirim lewat *direct message (DM)* ke siapa saja.

#### 16. *Archive* dan *story highlights*

Postingan yang sudah diupload kita bisa mengarsip postingan kita sewaktu-waktu dan tersimpan di arsip pribadi dan hanya kita yang bisa melihatnya, dan jika ingin menampilkannya pun bisa kembali tertampilkan seperti semula.

#### 17. *Highlight* atau sorotan

*Instastory* hanya bertahan selama 24 jam, maka Sorotan ini merupakan tempat penyimpanan *Instastory* dan tidak akan menghilang sampai kita menghapusnya.

#### 3. Kelebihan *Instagram*

1. Gratis mendownload dan hanya perlu kuota internet untuk menggunakannya.
2. Mudah dalam penggunaannya
3. Tersedia akun bisnis sangat cocok digunakan oleh *online shop*
4. Kita bisa privasi akun jika tidak ingin dilihat oleh selain *followers* kita, dengan begitu akun *Instagram* kita akan terkunci dan tidak bisa melihat isi *feed*, *Instastory* kita maupun sorotan kita. Tetapi bisa mengirim pesan kepada akun *Instagram* yang privasi tersebut.
5. Mudah dalam penggunaannya.
6. Memiliki berbagai macam fitur-fitur yang menarik
7. Dapat mempromosikan apapun dengan mudah
8. Dapat terkoneksi dengan media sosial lainnya dengan mudah seperti *Facebook*, *Tiktok*, dll.
9. *Instagram* bisa *follow* orang tanpa batas
10. Kita dapat mencari orang yang terkenal dan melihat fotonya dengan mudah

11. Sebagai sarana hiburan

12. Sebagai sarana komunikasi

#### 4. Kekurangan *Instagram*

##### 1. Spamming

Orang lain sangat mudah melakukan spamming di komentar postingan siapa saja, kecuali pada akun yang di *private*.

##### 2. Kualitas Unggahan yang Menurun

Jika kita memposting foto, kita hanya bisa menggunakan skala kualitas yang kecil sehingga gambarnya sedikit lebih buram

##### 4. Harus diupdate secara berskala

Untuk mendapatkan fitur-fitur terbaru, *Instagram* harus kita update secara berskala agar tidak ketinggalan dengan pengguna lain

##### 5. Kemungkinan pencurian gambar/penyalahgunaan

Sangat mudah mengambil gambar orang lain di *Instagram*, salah satu nya dengan cara *screen shoot* gambar orang di *feed Instagram* maupun *Instastory* ataupun dengan menggunakan aplikasi lain untuk menyimpan gambar.

##### 7. Menghabiskan banyak kuota internet/ boros

*Instagram* sangat banyak memakan kuota, karena resolusi menampilkan foto dan video nya tinggi.

#### 5. Pengertian *Giveaway*

*Giveaway* merupakan pemberian hadiah berupa barang ataupun yang lainnya secara gratis dari pihak penyelenggara, dalam hal ini *online shop, brand, perusahaan* ataupun *influencer* kepada pengikutnya di media sosial dengan maksud tertentu misalnya untuk tujuan promosi atau meningkatkan jumlah pengikut yang mana para peserta harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh penyelenggara.<sup>52</sup> Pada zaman ini *giveaway* dijadikan trend untuk

---

<sup>52</sup>Suparna Wijaya, *Pajak Penghasilan Atas Giveaway You Tube*, (Jawa Barat: Penerbit Adab. 2021), hlm 82-82.

mempromosikan *online shop* secara gratis, hanya saja perlu mengeluarkan uang untuk hadiah yang diberikan sesuai keinginan.

## B. Praktik pemberian *giveaway* bersyarat di *Instagram*

Sangat banyak akun *online shop* yang mengadakan *giveaway* di *Instagram*, tetapi peneliti memilih @Qenzest.store, @Destinstore.id dan @Constanta.id, karena praktik *giveaway* ini sudah lama dilakukan sejak 2017 sampai saat ini, *online shop* sudah melakukan *giveaway* lebih dari satu kali, dan memiliki dokumentasi yang baik.

### a. @Qenzest.store



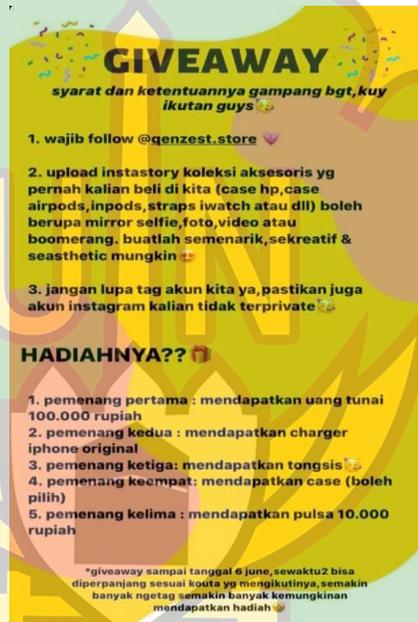
Gambar 1 profil @Qenzest.Store  
@Qenzest.Store



Gambar 2 isi unggahan @Qenzest.Store

Qenzest.store merupakan *online shop* yang berdiri sejak tahun 2017 dengan *followers* berjumlah 7.525 (tujuh ribu lima ratus dua puluh lima) orang, barang yang dijual, seperti *case iphone*, *airpods*, *strap iwatch*, berbagai *accesoris handphone*, dan parfum *original Singapore*. Beralamat di jln. Pocut Baren Irg. Nuri No 15 B Kp. Keuramat Banda Aceh. *Online shop* ini tidak memiliki toko dan hanya melakukan pemesanan via *online* melalui *Instagram*. Qinthari *owner* dari @Qenzest.Store mengatakan bahwa

tujuannya membuat *giveaway* ini agar orang lebih mengenal produk dari @Qenzest.store, banyak yang ikut jadi banyak yang tau produk, menarik perhatian konsumen. *Online shop* ini pernah mengadakan *giveaway*. Sistematis pelaksanaan yang dilakukan oleh owner ialah pertama-tama menginformasikan melalui *Instastory* kapan *giveaway* akan dilaksanakan, kapan pengumuman, persyaratan mengikuti, dan hadiah apa yang diberikan. persyaratan yang diberikan untuk mengikutinya pun tidak sulit, yaitu:



Gambar.3 pengumuman *giveaway* @Qenzest.store

1. Wajib follow @Qenzest.Store.
2. Upload *Instastory* koleksi aksesoris yang pernah kalian beli di @Qenzest.Store (*case hp, case airpods, inpods, strap iwatch, dll.*) boleh berupa *mirror selfie*, video, foto, atau *boomerang*. Buatlah semenarik, sekreatif & seaesthetic mungkin.
3. Jangan lupa tag akun kita ya, pastikan juga akun *Instagram* kalian tidak *terprivate*.

Penentuan pemenangnya dipilih secara acak menggunakan aplikasi, hadiah yang diberikan kepada pemenang adalah:

1. Pemenang pertama: mendapatkan uang tunai Rp.100.000
2. Pemenang kedua: mendapatkan *charger iphone original*
3. Pemenang ketiga: mendapatkan tongsis
4. Pemenang keempat: mendapatkan *case* (boleh pilih)
5. Pemenang kelima: mendapatkan pulsa Rp. 10.000

Pemberian hadiah kepada pemenang jika dalam bentuk uang di transfer atau boleh juga ambil ke rumah, kalau dalam bentuk barang ambil ke rumah bagi pemenang yang di Banda Aceh, tapi kalau pemenang dari luar kota dikirim pake J&T, ongkos kirim ditanggung oleh pemenang atas kesepakatan dan si pemenang juga tidak merasa keberatan.<sup>53</sup>

b. @Destinstore.id



Gambar 4 profil @Destinstore.id



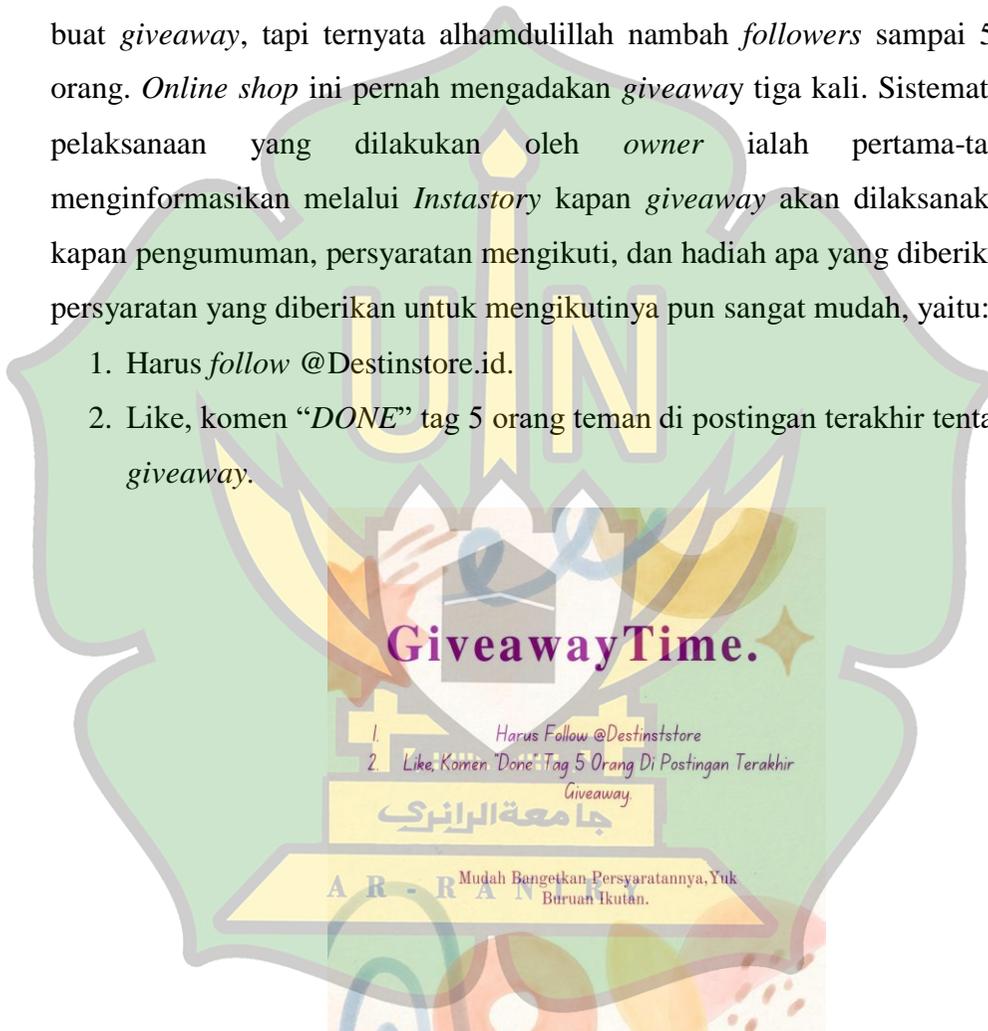
Gambar.5 isi unggahan @Destinstore.id

Destinstore.id merupakan *online shop* yang berdiri sejak tahun 2018, dengan jumlah *followers* 1.674 (seribu enam ratus tujuh puluh empat) orang. Barang yang dijual ialah berbagai macam baju kaos khusus

<sup>53</sup>Wawancara dengan Qinthari Ilma Zalza, Sebagai Pemilik Akun *Instagram* @Qenzest.Store, Banda Aceh, Tanggal 22 Juni 2021.

perempuan, yang beralamat di Irg. Pemuda desa Tungkop kecamatan Darussalam Aceh Besar. *Online shop* ini tidak memiliki toko dan hanya pemesanan via *online* melalui. Wilda Salina *owner* dari @Destinstore.id mengatakan bahwa tujuannya membuat *giveaway* ini sebenarnya tidak ada tujuan tertentu hanya saja iseng-iseng buat karena lagi trend *online shop* buat *giveaway*, tapi ternyata alhamdulillah nambah *followers* sampai 500 orang. *Online shop* ini pernah mengadakan *giveaway* tiga kali. Sistematika pelaksanaan yang dilakukan oleh *owner* ialah pertama-tama menginformasikan melalui *Instastory* kapan *giveaway* akan dilaksanakan, kapan pengumuman, persyaratan mengikuti, dan hadiah apa yang diberikan. persyaratan yang diberikan untuk mengikutinya pun sangat mudah, yaitu:

1. Harus *follow* @Destinstore.id.
2. Like, komen “*DONE*” tag 5 orang teman di postingan terakhir tentang *giveaway*.



Gambar.6 pengumuman *giveaway* @Destinstore.id.

Penentuan pemenangnya dipilih secara acak menggunakan aplikasi, hadiah yang diberikan kepada pemenang adalah:

1. Baju kaos dan uang 100.000
2. Baju kaos dan pulsa 50.000

### 3. Uang 50.000

Pemberian hadiah kepada pemenang kalau uang di transfer, kalau barang dikirim pake pos, ongkos kirimnya dibayar sama owner @Destinstore.id.<sup>54</sup>

#### c. @Constanta. Id



Gambar.7 profil @ Constanta.id    Gambar.8 isi unggahan @Constanta.id

@Constanta.id merupakan *online shop* yang berdiri sejak 25 Februari 2019 dengan jumlah *followers* 412 (empat ratus dua belas) orang, barang yang dijual baju kaos, *hoodie* dll yang di *design* sendiri oleh tim Constanta.id. *online shop* ini hanya bisa dipesan *via Instagram* dan tersedia di *Tokopedia*. Aulia Rahmat owner @Constanta.id mengatakan bahwa tujuannya mengadakan *giveaway* ini adalah memperluas target market, Menambah *followers* secara tidak langsung, untuk menarik minat konsumen

<sup>54</sup>Wawancara dengan Wilda Salina, Sebagai Pemilik *Online Shop* @Destinstore.Id, Banda Aceh, Pada Tanggal 29 Juni 2021.

membeli produk dari @Constanta.id, lebih banyak yang mengenal @Constanta.id. Sistematis pelaksanaan yang dilakukan oleh *owner* ialah pertama-tama menginformasikan melalui *Instastory* dan *feed* bagaimana cara mengikutinya, waktu pelaksanaannya, persyaratan yang harus diikuti, dan hadiah yang diberikan kepada pemenang. Persyaratan yang diberikan untuk mengikutinya pun sangat mudah, yaitu:

1. Pastikan kalian sudah follow Instagram @Constanta.id dan @Constanta Catalog
2. Beri harapan kalian untuk Constanta.id di kolom komentar postingan *giveaway* beserta tag 3 orang teman kalian



Gambar. 9 pengumuman *giveaway* @Constanta.id di *caption* unggahan

Penentuan pemenang pertahap, Jangka waktu diumumkan pemenang 3 minggu, diumumkan per 1 minggu, Dengan cara dipilih dari komentar yang paling bagus, menarik dan kreatif. Hadiah yang diberikan kepada pemenang adalah 3 baju kaos yang di design sendiri oleh @Constanta.id.

Pemberian hadiah oleh pemenang dikirim oleh *owner* @constanta.id melalui JNE dan ongkir ditanggung oleh @Constanta.id.<sup>55</sup>

Jadi, dapat dilihat dari ketiga *online shop* diatas sistematikanya pada umumnya hampir sama semua yaitu pertama-tama menginformasikan melalui *Instastory* kapan *giveaway* akan dilaksanakan, kapan pengumuman, persyaratan mengikuti, dan hadiah apa yang diberikan. Perbedaanya adalah bahwa Cara pemilihan pemenang ketiga *online shop* ini yaitu pada @Qenzest.store dan @Destinstore.id menggunakan aplikasi dan terpilih secara acak, dan @Constanta.id memilih secara manual yaitu membaca satu persatu komentar dan memilih yang paling bagus, kreatif dan menarik maka itulah yang menjadi pemenangnya. Kemudian mengenai hadiah yang diberikan ketiga *online shop* ini berbeda-beda, dan pada pemberian hadiah, @Destinstore.id dan @Constanta.id mengirim barang dengan ongkos kirim ditanggung sama mereka tetapi berbeda dengan @Qenzest.store pengiriman hadiah ongkos kirimnya ditanggung oleh pemenang dengan pemberitahuan di akhir setelah mengetahui siapa pemenangnya tetapi si pemenang mengatakan bahwa ia tidak keberatan.

### **C. Tinjauan Konsep Hibah/Hadiah dalam Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Pemberian Giveaway Bersyarat di Instagram Online Shop**

Ada dua definisi mengenai hadiah yang dikemukakan para ulama:

عَقْدٌ يُعِينُ الْمَلِكُ بِلَا عَوَضٍ حَالَ أَحْيَاةٍ تَطَوُّعًا  
 رِيعَةُ الرَّانِرِيِّ

“Akad yang mengakibatkan pemilikan harta, tanpa ganti rugi, yang dilakukan seseorang dalam keadaan hidup kepada orang lain secara sukarela”. Maksudnya, hibah itu merupakan pemberian sukarela seseorang kepada orang lain, tanpa ganti rugi, yang mengakibatkan berpindahnya pemilikan harta itu dari pemberi kepada orang yang diberi. Definisi yang lebih rinci dan komprehensif dikemukakan ulama Hanabilah, yaitu:

---

<sup>55</sup>Wawancara dengan Aulia Rahmat Syahputra, Sebagai Pemilik Online Shop @Constanta.Id, Banda Aceh, Pada Tanggal 8 Juli 2021.

تَمْلِكُ جَاءَرَ التَّصَرُّفِ مَالًا مَعْلُومًا أَوْ مَجْهُولًا تَعُدُّرُ عِلْمَهُ مَوْجُودًا مُقَدَّرًا عَلَى تَسْلِيمِهِ

عَمِيرٍ وَاجِبٍ فِي الْحَيَاةِ بِلَا عَوْضٍ

“Pemilikan harta dari seseorang kepada orang lain yang mengakibat orang yang diberi boleh melakukan tindakan hukum terhadap harta itu, baik harta itu tertentu maupun tidak, bendanya ada dan boleh diserahkan yang penyerahannya dilakukan ketika pemberi masih hidup, tanpa mengharapkan imbalan”.<sup>56</sup>

Dilihat dari tertib tujuannya pemberian hadiah merupakan tujuan daripada *Maqāṣid al-syarī'ah*, yaitu tujuan *tabī'iyah* yang merupakan tujuan pengikut atau mengiringi tujuan *aṣliyyah*<sup>57</sup>. Tujuan *tabī'iyah* berfungsi sebagai pendorong terealisasinya tujuan *aṣliyyah*, atau sebagai penghubung dan pelengkap tujuan *aṣliyyah*. Al-Syatibi memandang tujuan *tabī'iyah* secara khusus untuk mempertimbangkan kebahagiaan atau kesenangan manusia.<sup>58</sup>

Merujuk pada definisi diatas, harta tersebut diberikan tanpa mengharap imbalan apapun dan dilakukan secara sukarela demi mempertimbangkan kebahagiaan atau kesenangan manusia. Dan pada praktik *giveaway* yang dilakukan oleh @Qenzest.Store, @Destinstore.id, dan @Constanta.id yaitu memberikan hadiah secara cuma-cuma dan sukarela tanpa dipungut biaya apapun dalam pelaksanaannya tetapi mereka mengharap imbalan, dan imbalan

<sup>56</sup> Nasroen Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Aedia Pratama, 2007), hlm 82.

<sup>57</sup> Imam al-Syatibi mempolarisasi tujuan *aṣliyyah* ini menjadi dua bagian, yaitu: 1) *Daruriah 'ainiah*, yaitu sebuah kewajiban yang terdapat dengan sendirinya dalam diri setiap manusia. Sebagai contoh adalah setiap manusia dituntut untuk memelihara agama, hal ini merupakan tuntutan yang datang dari dirinya sendiri, sebagai konsekuensi logis dari keyakinan (*i'tiqadan*) dan praktik (*'amalan*). Demikian juga halnya dengan tuntutan memelihara jiwa sebagai konsekuensi logis dari memelihara kehidupan; 2) *Daruriah kifa'iah*, yaitu penegakan kemaslahatan yang bersifat umum untuk menegakkan tatanan masyarakat Islam. *Daruriah kifa'iah* ini merupakan penyempurna yang pertama (*daruriah 'ainiah*) karena *'ainiah* tidak akan tegak tanpa didukung oleh kifa'iah. Sebagai contoh adalah larangan hakim menerima hadiah dari orang yang sedang berperkara yang bertujuan untuk menjaga kemaslahatan yang bersifat umum. al-Syatibi, *al-Muwafaqat fi Usul al-Syari'ah*, hlm. 323-324.

<sup>58</sup> *Ibid.*

yang diharapkan bukanlah imbalan dari segi materi tetapi ketiga *online shop* ini mengharap adanya *feedback* dari peserta. Dengan cara memberlakukan syarat kepada peserta yaitu mereview produk, *tag* teman, dan *upload* di *Instastory*, dengan begitu secara tidak langsung peserta memberi jasa untuk mengiklankan produk mereka secara sukarela agar akun mereka bertambah *followers*, banyak yang mengenal produk mereka dan akhirnya banyak yang membeli. Dan juga belum tentu menang peserta yang mengikuti seluruh persyaratan, pemilik *online shop* akan memilih beberapa orang yang beruntung untuk mendapatkan hadiah.

Jika melihat hadis riwayat Bukhari:

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ كَانَ رَسُولُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقْبَلُ الْأَهْدِيَّةَ وَيُنِيبُ عَلَيْهَا<sup>59</sup>

Artinya: dari Aisyah radhiyallahu anha berkata, “Rasulullah shallallahu alaihi wa sallam pernah menerima hadiah dan membalasnya. (HR. Bukhari)

Berdasarkan hadis ini, sebagian ulama berpendapat wajib hukumnya membalas setiap pemberian hadiah, karena apa yang menjadi kebiasaan Rasulullah Saw. harus dilaksanakan, namun hadis itu tidak bisa dijadikan dasar hukum yang mewajibkan untuk memberi hadiah.

Pada hadis ini Rasulullah Saw. menganjurkan membalas kembali jika kita diberi hadiah oleh orang lain, tetapi pada kasus praktik *giveaway* yang dilakukan oleh @Qenzest.Store, @Destinstore.id, dan @Constanta.id yang terjadi adalah peserta belum mendapatkan hadiah dari pemilik *online shop* tetapi mereka sudah terlebih dahulu mendapatkan imbalan dari peserta dikarenakan peserta harus terlebih dahulu melaksanakan persyaratan yang diberikan dan para *online shop* langsung mendapat imbalan berupa *feedback* karena diiklankan oleh peserta sehingga akun *online shop* tersebut banyak yang *follow* sehingga semakin banyak orang yang mengenal akun tersebut.

---

<sup>59</sup>Muhammad bin Ismail Al-Amir Ash-Shan’ani, *Subulus salam Syarah Bulugul Maram terjemahan Al-Fauzan Darwis, terj. Muhammad Isnani*, jilid 2, (Jakarta: Cipinang Muara, 2010), 550.

jadi pada kasus diatas kita melihat bahwa pemilik *online shop* secara cuma-cuma atau sukarela memberikan hadiah kepada pemenang yang beruntung dan peserta yang mengikuti *giveaway* juga tidak keberatan melaksanakan persyaratan yang diberikan. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa mereka sama-sama ridha atas perbuatan yang dilakukan tersebut.

Selain itu dijelaskan dalam kaidah fiqhiyah yaitu:

لَا بُدَّ مِنَ التَّرَاضِي فِي جَمِيعِ عُقُودِ الْمُعَاوَضَاتِ وَعُقُودِ التَّبَرُّعَاتِ<sup>60</sup>

Artinya: Harus ada saling ridha dalam setiap akad yang sifatnya mu'awadah (bisnis) ataupun Tabarru' (sumbangan).

Jadi, *giveaway* berdasarkan definisinya hibah boleh dilakukan walaupun pada praktiknya terdapat imbalan sebelum hadiah diberikan karena ada dasar saling ridha diantara keduanya, sesuai dengan kaidah diatas.

Para ulama sepakat mengatakan bahwa hibah mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga hibah itu dianggap sah dan berlaku hukumnya.<sup>61</sup> Jika merujuk dari salah satu rukun dan syarat hibah, tepatnya pada ijab dan qabul. Hanya saja dalam hal ini tidak harus dalam bentuk redaksi (*Shighat*) *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-mudhāf* (akad yang disandarkan pada waktu yang akan datang). Contoh *al- 'aqd al mu'alaq*, jika seseorang berkata ,Saya hadiahkan mobil ini kepada anda dengan syarat anda memberi uang sebesar Rp.10.000 kepada saya', akad hadiah itu tidak sah. Contoh akad *al- 'aqd al-mudhāf*, jika dikatakan ,saya menghadiahkan sepeda ini untuk anda bulan depan', akad ini

<sup>60</sup>Djazuli, ,*Kaidah-Kaidah Fikih*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), hlm 10.

<sup>61</sup>Nasroen Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007) hlm 84.

juga tidak sah. Sebagai akad *al-aqd al munjiz*, implikasi akad hadiah itu langsung berlaku begitu sempurna akadnya dan terjadi *al-qabdh*. Artinya, *al-muhdāf* (hadiah) itu telah sah dimiliki orang yang diberi hadiah.<sup>62</sup>

Pada ijab kabul diatas dikatakan bahwa Akad hadiah merupakan al- ‘aqd al-munjiz, yaitu tidak boleh berupa al- ‘aqd al mu’alaq (akad yang dikaitkan dengan suatu syarat) tetapi pada Pada *giveaway* yang dilakukan @Qenzest.store, @Destinstore.id, dan @Constanta.id terdapat syarat yang diberlakukan kepada peserta untuk mendapatkan hadiah, persyaratan yang diberikan seperti *like* foto, memberi komentar, *follow* akun *Instagram* yang diwajibkan oleh mereka, *tag* teman, upload di *Instastory*, *review* produk mereka, dll. Dan jika dikaji kembali *giveaway* yang dilakukan tidak mengutip uang dan tidak merugikan peserta. Berbeda dengan contoh diatas yaitu harus membayar uang untuk membayar hadiah.

Pada *giveaway* yang dilakukan oleh @Qenzest.store, @Destinstore.id, dan @Constanta.id ada prinsip saling rela diantara keduanya, yaitu peserta dengan tidak ada keterpaksaan dalam mengikutinya dan juga kemauan dari diri sendiri, dan juga pemilik *online shop* rela memberikan hadiah secara cuma-cuma kepada peserta yang menang.

Dalam Al-Qur’an surat An-nisa’ ayat 29 Allah berfirman:

۞ مِّنكُمْ تَرَاضٍ عَن تِجَارَةٍ تَكُونُ اَنۢ اِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ اَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوۡا لَا اٰمَنُوۡا الَّذِيۡنَ اٰتٰهُۡۤا  
 ۞ رَحِيۡمًا بِكُمْ كَانَ اللّٰهُ اِنَّ ۞ اَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوۡا وَلَا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan

<sup>62</sup>Abi Yahya Zakariyya Al-Anshari Asy Syafi’i, *Asnal mathalib*, juz 5, (Beirut: Dar al-Kutub Alilmiyah), hlm 568.

<sup>63</sup>Departemen Agama R.I., *Al-Qur’an Cordoba for Muslimah* (Bandung: Cordoba Internasional Indonesia), hlm. 83.

janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa' [4]:29).

Seperti yang kita ketahui persyaratan yang diberikan oleh pemilik *online shop* tidak ada yang bertentangan dengan konsep hibah, dan ada kerelaan diantara keduanya dalam melakukan *giveaway*. Jadi sah sah saja dilakukan asal jangan ada kebohongan di dalamnya seperti mewajibkan untuk *review* barang dengan melebih-lebihkan tidak sesuai dengan aslinya, dan tidak boleh memungut biaya maupun merugikan peserta yang mengikutinya.

Pada praktik pemberian hadiah, @Constanta.id dan @Destinstore.id mengirim barang ke luar kota dengan ongkos kirim ditanggung oleh mereka tetapi berbeda yang dilakukan oleh @Qenzest.Store, ongkos kirim dibayar oleh pemenang. Dan tidak diberitahukan sebelumnya bahwa pemenang harus mengeluarkan uang untuk membayar ongkos kirim, tetapi pada saat ditentukan pemenang dan pemberian hadiah pemilik memberitahukan bahwa ongkos kirim dibayar oleh yang memenangkan, dan saat itu pemenang pun tidak keberatan dan sukarela membayarnya.

Dalam kasus ini adanya syarat yang diberikan kepada orang yang terpilih sebagai pemenang dan terdapat uang yang harus dibayar untuk ongkos kirim barang yang dikirimkan untuk pemenang diperbolehkan menurut islam karena hadiah yaitu menganjurkan orang yang diberi hadiah untuk memberi imbalan.

Dalam hal ini praktik *giveaway* yang dilakukan oleh @Qenzest.store adalah sah sebab adanya keridhaan antara si penerima hadiah tersebut, sebagaimana yang dijelaskan dalam hadis sebagai berikut:

فَأُتِيَ نَبِيَّكُمْ وَ عَلَيْهِ السَّلَامُ وَ قَالَ لِرَسُولِهِ هَبْ وَ قَالَ لَهُ اللَّهُ رَضِيَ سِعْبًا بِنِ ابْنِ نَوْعٍ  
 قَالَ؟ رَضِيَتْ فَقَالَ، فَرَادَهُ، لَا: قَالَ رَضِيَتْ؟ قَالَ، فَرَادَهُ، لَا: قَالَ؟ رَضِيَتْ فَقَالَ، عَلَيْهِ السَّلَامُ نَأ:

<sup>64</sup>حَبَّانَ ابْنِ صَحَّحَهُ وَ أَحْمَدُ وَ إِبْرَاهِيمُ.

” Artinya: Dari Ibnu Abbas Radhiyallahu Anhu berkata, ,ada seseorang pemberi unta kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam, lalu beliau membalasnya dan bertanya, apakah engkau ridha dengan ini? ‘ Ia menjawab, tidak. ‘ Beliau menambah lagi dan bertanya, apakah engkau ridha? , Ia menjawab, ya. ‘ (HR. Ahmad dan hadits ini di shahihkan oleh Ibnu Hibban) “.

Hadis ini menunjukkan bahwa keridhaan si pemberi adalah syarat membalas hadiah yang diterima. Hadis ini adalah salah satu dalil dari dua pendapat terdahulu yang merupakan pendapat Umar, akan tetapi lainnya membantah dengan berdalil: jika segala sesuatu didasarkan kepada keridhaan, maka tidak ada transaksi jual beli.<sup>65</sup>

Jadi, praktik *giveaway* yang dilakukan oleh @Qenzest.store dengan cara cara memberikan hadiah dengan persyaratan tertentu di awal maupun di akhir, merupakan praktik pemberian hadiah yang sah selama kedua belah pihak menyatakan kerelaan atau keridhaannya seperti yang dijelaskan hadits diatas tersebut. Dan pada dasarnya praktik *giveaway* yang dilakukan oleh ketiga pemilik *online shop* semuanya didasarkan oleh keridhaan antara keduanya, jika salah satu dari mereka tidak ridha maka praktik *giveaway* yang dilakukan tidaklah berkah.

<sup>64</sup>Muhammad bin Ismail Al-Amir Ash-Shan’ani, ,Subulus salam Syarah Bulugul Maram terjemahan Al-Fauzan Darwis, terj. Muhammad Isnan’, jilid 2, (Jakarta: Cipinang Muara, 2010), 551.

<sup>65</sup>Muhammad bin Ismail Al-Amir Ash-Shan’ani, ,Subulus salam Syarah Bulugul Maram terjemahan Al-Fauzan Darwis, terj. Muhammad Isnan’, jilid 2, (Jakarta: Cipinang Muara, 2010), 551.

Maka dari itu, semuanya ada pada diri sendiri, apakah kita ridha atau tidak dengan apa yang kita lakukan pada praktiknya dan tidak menyakakiti dan membohongi orang lain karena perbuatan itu dosa jika dilakukan.

Dan seharusnya bagi para *online shop* kedepannya jika ingin mengadakan *giveaway*, maka setidaknya mereka harus memberitahukan informasi secara detail tentang pelaksanaannya, maupun pemberian hadiahnya bagaimana, agar lebih jelas dan tidak ada kesenjangan yang terjadi dan memunculkan rasa saling tidak enak dianta satu sama lain.



## BAB EMPAT

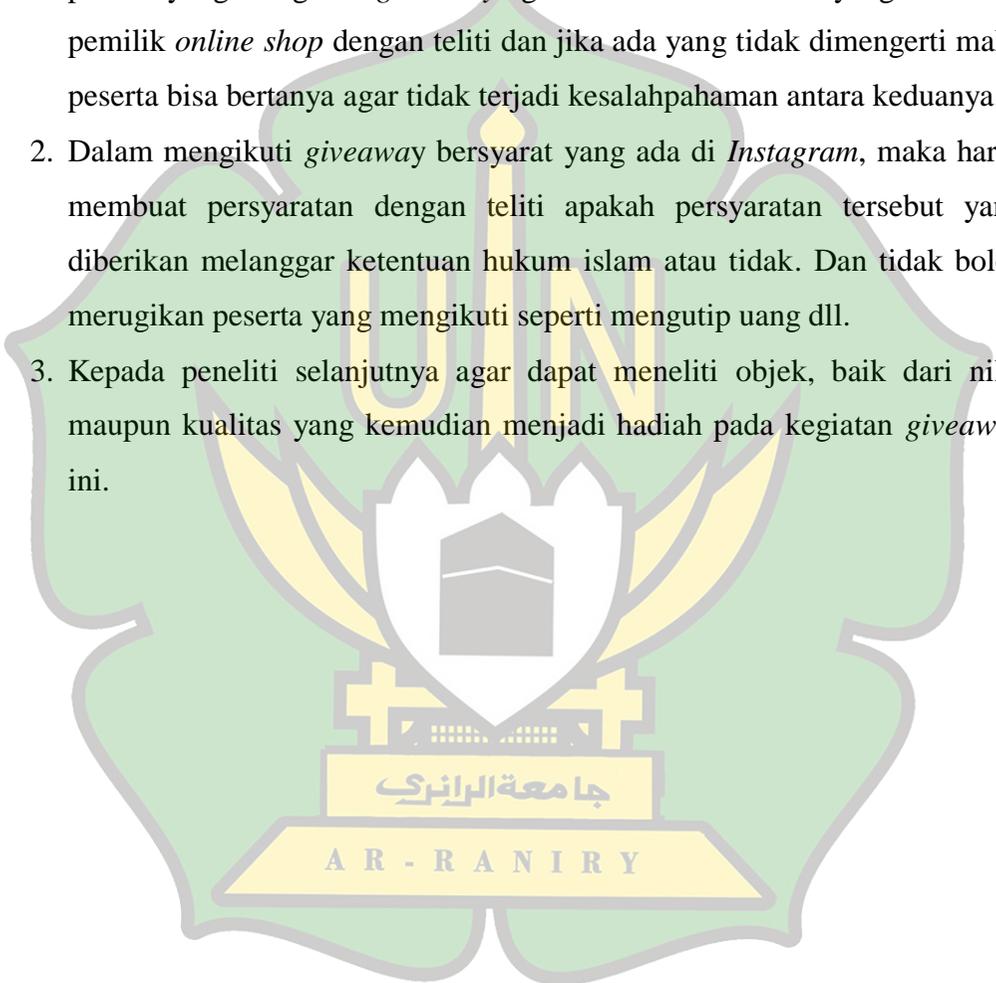
### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Praktik *giveaway* di *Instagram* @Qenzest.Store, @Destinstore.id dan @Constanta.id menggunakan sistematis yang sama yaitu pertama-tama menginformasikan melalui *Instastory* kapan kegiatan *giveaway* akan dilaksanakan, kapan pengumuman, persyaratan mengikuti, dan hadiah apa yang diberikan. Cara pemilihan pemenang ketiga *online shop* ini yaitu pada @Qenzest.store dan @Destinstore.id menggunakan aplikasi dan terpilih secara acak, dan @Constanta.id memilih secara manual yaitu membaca satu persatu komentar dan memilih yang paling bagus, kreatif dan menarik maka itulah yang menjadi pemenangnya. Hadiah yang diberikan ketiga *online shop* ini berbeda-beda, dan pada pemberian hadiah, @Destinstore.id dan @Constanta.id mengirim barang dengan biaya pengiriman ditanggung oleh pemilik akun *online shop* tetapi berbeda dengan @Qenzest.store biaya pengiriman ditanggung oleh pemenang.
2. Ditinjau dari konsep hibah/hadiah dalam perspektif Islam, praktik *giveaway* bersyarat yang dilakukan oleh @Qenzest.store, @Destinstore.id dan @Constanta.id sah dan diperbolehkan karena pada persyaratan yang diberikan oleh pemilik *online shop* tidak bertentangan dengan hukum Islam. Pada praktiknya pemberian hadiah diperbolehkan karena walaupun ada biaya pengiriman yang dibayar oleh pemenang tetapi terdapat kerelaan atau keridhaan diantara kedua belah pihak.

## B. Saran

1. Kepada pemilik akun *online shop* agar memberitahukan informasi secara transparan dalam mengadakan *giveaway*, agar tidak ada kesalahpahaman antara pemilik *online shop* dan peserta yang mengikuti. Selanjutnya peserta yang mengikuti *giveaway* agar membaca informasi yang diberikan pemilik *online shop* dengan teliti dan jika ada yang tidak dimengerti maka peserta bisa bertanya agar tidak terjadi kesalahpahaman antara keduanya.
2. Dalam mengikuti *giveaway* bersyarat yang ada di *Instagram*, maka harus membuat persyaratan dengan teliti apakah persyaratan tersebut yang diberikan melanggar ketentuan hukum islam atau tidak. Dan tidak boleh merugikan peserta yang mengikuti seperti mengutip uang dll.
3. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat meneliti objek, baik dari nilai maupun kualitas yang kemudian menjadi hadiah pada kegiatan *giveaway* ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Ghazali, Ghufron Ihsan & Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Abu Ishaq al-Syatibi, *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Ahkam*, Juz ke 2, Kairo: Dar al-Fikr.
- Azyumardi Azra, *Berderma Untuk Semua*, Jakarta, Teraju, 2003.
- Burhan Bungin, *Metodelogi penelitian Kuantitatif komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Creswell, *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran. Teri. Achmad Fawaid Dan Rianayati Kusmini Pancasari*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Departemen Agama R.I. *Al-Qur'an Cordoba for Muslimah*, Bandung: Cordoba Internasional Indonesia, 2018
- Dermawan Wibisino, *Riset Bisnis Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Devi Kartika Sari, *Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Metode Promosi Giveaway di Instagram*.
- Diana Fitri Kusuma “Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital: *Jurnal Manajemen Komunikasi*, volume 3, 2018.
- Dimas Agung Trisliatanto, *Metode Penelitian Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah*, Yogyakarta, Andi Offset, 2020.
- Emzir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2011.

- Hidayati Nasrah “Analisis Akad Mudharabah di Perbankan Syariah”, *Jurnal Al-Iqtishad* Edisi 11 Volume 1 Tahun 2015.
- Holihuddin, *Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam II*, Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.
- Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir, Jilid 8, (Abdul Ghoffar)*, Bogor: Pustaka Imam Syafi’i, 2005.
- Irfan Ardiansah, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*, Bandung: Cendekia Press, 2020.
- M Arif Wicaksono, *Pengaruh Sosial Instagram Wisata dakwah okura Terhadap Minat Berkunjung Followers*, Vol. 4, Pekanbaru: Kampus Bina Widya, 2017.
- Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta, Bumi Aksara, 2006.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Mardani, *Hukum Islam: Kumpulan Peraturan Tentang Hukum Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Muhammad bin Ismail Al-Amir Ash-Shan’ani, *Subulus salam Syarah Bulugul Maram terjemahan Al-Fauzan Darwis, terj. Muhammad Isnan’*, jilid 2, Jakarta: Cipinang Muara, 2010.
- Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General): konsep dan sistem operasional*, Jakarta: Gema Insani, 2004.
- Muzakir Abu Bakar, *Metode Penelitian*, Banda Aceh, 2013.
- Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Naerul Edwin, Kiky Aprianto, “Konsep harta dalam tinjauan maqashid syariah”, *Journal of Islamic Economics Lariba*, vol. 3, issue 2, 22 desember 2017

- Nurhayati, “Belanja *Online* Sebagai Cara Belanja di Kalangan Mahasiswa”,  
Lhokseumawe: *Aceh Anthropological*, Volume 1 O. 2 Edisi April 2017.
- Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: Lkis, 2008.
- Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sulawesi Selatan, Amar Cendekia,  
2018.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah 14*, terj. Mahyuddin Syaf Bandung: PT.  
Alma’rif, 1978
- Silvi, *How Do You Say It in English*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Press,  
2005.
- Suparna Wijaya, *Pajak Penghasilan Atas Giveaway You Tube*, Jawa Barat:  
Penerbit Adab. 2021.
- Syaikh Ahmad Musthafa, *Tafsir imam Syafi’I*, Jakarta, Almahira, 2008.
- Umrati Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Teori Konsep Dalam  
Penelitian Pendidikan*, Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray,  
2020
- Yasardin, *Asas Kebebasan Berkontrak Syariah*, Jakarta: Kencana ,2018.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama/NIM : Yulia Rosanty/170102152

Tempat/Tanggal Lahir : Banda Aceh, 19 Agustus 1999

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

Agama : Islam

Kebangsaan : Indonesia

Status : Belum Menikah

Alamat : Jln. Rukun Damai IV no. 6 Kp. Pineung, Kecamatan Syiah Kuala, Banda Aceh, Indonesia.

Pendidikan

SD : SD N 24 Banda Aceh

SMP : SMPIT Nurul Ishlah Banda Aceh

SMA : Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar

Perguruan Tinggi : Fakultas Syari'ah dan Hukum, Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, tahun masuk 2017

Orang tua

Ayah : Muhammadsyah

Ibu : Nena Rosita, S.Sos R Y

Alamat : Jln. Rukun Damai IV no. 6 Kp. Pineung, Banda Aceh



Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banda Aceh, 15 Juli 2021

Yulia Rosanty

# LAMPIRAN

## Lampiran 1: Sk Penetapan Pembimbing Skripsi

**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**  
Jl. Syekh Ali bin Rahmatullah Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7587412 Email: [info@uinaraniry.ac.id](mailto:info@uinaraniry.ac.id)

---

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**  
Nomor 4544/UH.09/FSH/PP.CO.0/12/2020

**TENTANG  
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA**

**Menimbang** : a. Perlu untuk kelancaran bimbingan KCU Skripsi pada Fakultas Syariah dan Hukum, maka dipandang perlu menetapkan pembimbing KCU Skripsi tersebut;  
b. Bahwa Yang namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing KCU Skripsi.

**Mengingat** : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;  
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 66 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
6. Peraturan Presiden RI Nomor 94 Tahun 2013 tentang Perubahan Instruksi Agama Islam Negeri SARU Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri;  
7. Keputusan Menteri Agama 492 Tahun 2003 tentang Pendelagatan Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS Ayalngkatan Departemen Agama RI;  
8. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2016 tentang Status Kelembagaan Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;  
10. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2016 tentang Pembentukan Kassa dan Pendelagatan Wewenang Kepala Pua Deuan dan Deatur Program Pasca Sarjana dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

**MEMUTUSKAN**

**Menetapkan** :

**Per l e m a** : Menunjuk Dedeaw (a) Dr. Sarayy Dewy M Ag Sebagai Pembimbing I  
b. Riza Mubayyid M sebagai Pembimbing II  
untuk membimbing KCU Skripsi Mahasiswa (a):

**N a m a** : Yula Rosmiy  
**N I M** : 170162152  
**Prodi** : HES  
**J u d u l** : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Oneway Bersyarat Pada Transaksi Online-Skcp Di Instagram

**K e d u a** : Kepada pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

**K e t i g a** : Pembayaran atas keputusan ini dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2020;

**K e e m p a t** : Surat Keputusan ini maka berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa apabila sewaktu akan diuubah dan dipapakai kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.

Ketika Surat Keputusan ini dibacakan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 11 Desember 2020  
D e k a n  
  
Muhammad Sidiq

**Tembusan** :  
1. Rektor UIN Ar-Raniry;  
2. Kepala Prodi HES;  
3. Mahasiswa yang bersangkutan;  
4. Asis

**AR - RANIRY**

## Lampiran: 2 Surat Permohonan Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : 3043/Un.08/FSHJ/PP.00.9/07/2021

Lampu : -

Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,  
Pemilik Toko Online

Assalamu'alaikum Wr.Wb.  
Pimpinan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry dengan ini menjelaskan bahwa:

Nama/NIM : **YULIA ROSANTY / 170102152**  
Semester/Jurusan : VIII / Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)  
sekarang Alamat : Jln. Rukun Damai IV No.6 Kampung Pineung Banda Aceh

Saudara yang namanya disebutkan diatas benar-benar mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Giveaway Bersyarat Pada Transaksi Toko Online Di Instagram*

Demikian surat yang kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Berlaku sampai : 12 September  
2021

Banda Aceh, 12 Juli 2021  
an. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,  
Dr. Jabbar, MA

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Lampiran: 3 Daftar Informan

## DAFTAR INFORMAN DAN RESPONDEN

Judul penelitian : **Tinjauan Konsep Hibah/Hadiah pada Praktik Giveaway Bersyarat di Instagram Online Shop dalam Perspektif Hukum Islam**

Nama peneliti/Nim : Yulia Rosanty/170102152

Institusi peneliti : Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry, Banda Aceh

No	Nama dan alamat	Peran dalam penelitian
1.	Nama: Qinthari Ilma Zalza Alamat: Kp. Keuramat	Informan
2.	Nama: Wilda Salina Alamat: Tungkop	Informan
3.	Nama: Aulia Rahmat Syahputra Alamat: Ajun Laksamana	Informan

## Lampiran 4: Protokol Wawancara

### PROTOKOL WAWANCARA

Judul Penelitian/Skripsi : **Tinjauan Konsep Hibah/Hadiah pada Praktik *Giveaway* Bersyarat di *Instagram Online Shop* Dalam Perspektif Hukum Islam**

Waktu Wawancara : Pukul 17.00-17.20 WIB

Hari/Tanggal : Jumat/26 April 2019,

Tempat : Rumah, warkop

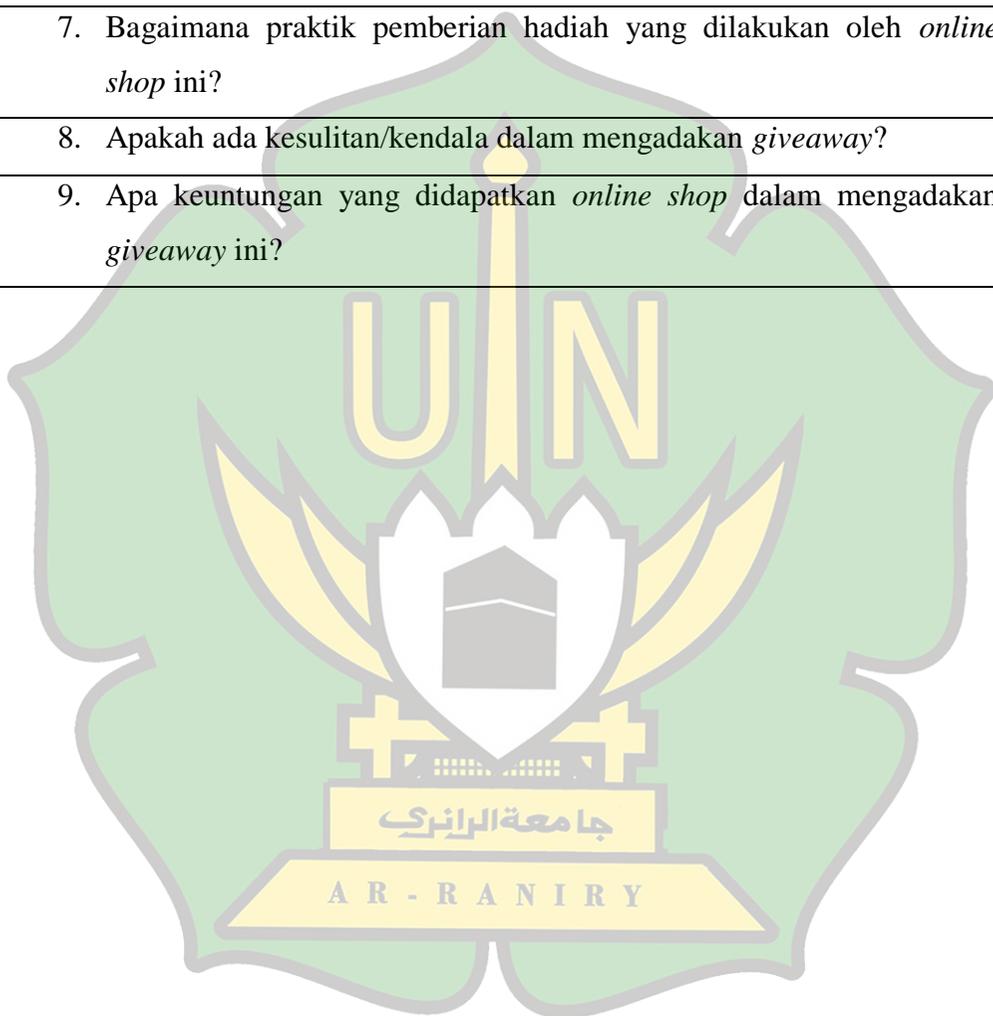
Pewawancara : Yulia Rosanty

Orang yang Diwawancarai : Qinthari Ilma Zalza, Wilda Salina, dan Aulia Rahmat Syahputra

Wawancara ini akan meneliti topik tentang **“Tinjauan Konsep Hibah/Hadiah pada Praktik *Giveaway* Bersyarat di *Instagram Online Shop* dalam Perspektif Hukum Islam.”** Tujuan dari wawancara ini untuk syarat penyusunan penelitian/skripsi, berdasarkan data yang terkumpul dari lapangan. Data tersebut akan dilindungi kerahasiaannya, baru akan dibuka kepada khalayak umum dengan terlebih dahulu mendapat persetujuan dari Orang Yang Diwawancarai. Wawancara ini akan membutuhkan waktu selama **20 (dua puluh menit)**.

Pertanyaan
1. Sejak kapan <i>online shop</i> ini berdiri?
2. Berapa <i>followers online shop</i> di <i>Instagram</i> ?
3. Apa tujuan <i>online shop</i> mengadakan <i>giveaway</i> ?
4. Apa saja persyaratan yang harus diikuti untuk bisa mengikuti

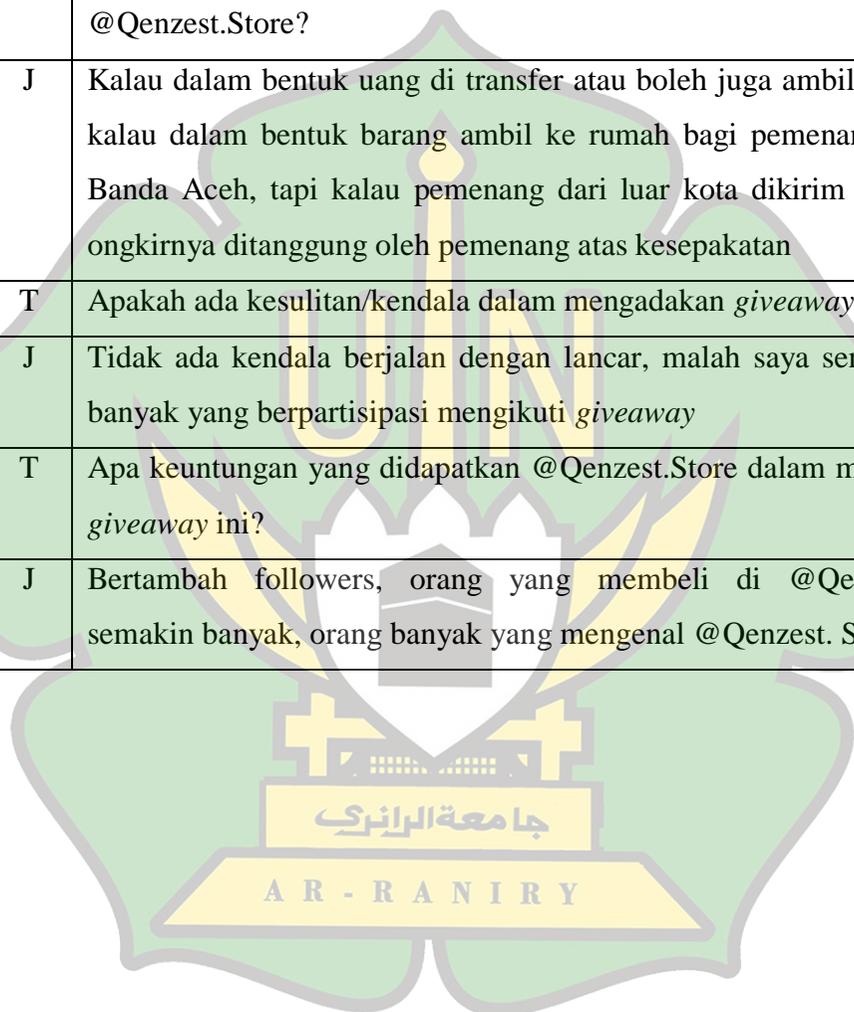
<i>giveaway?</i>
5. Hadiah apa yang diberikan kepada pemenang <i>giveaway?</i>
6. Bagaimana cara penentuan pemenang yang dilakukan oleh <i>online shop</i> ini?
7. Bagaimana praktik pemberian hadiah yang dilakukan oleh <i>online shop</i> ini?
8. Apakah ada kesulitan/kendala dalam mengadakan <i>giveaway?</i>
9. Apa keuntungan yang didapatkan <i>online shop</i> dalam mengadakan <i>giveaway</i> ini?



Lampiran 5: verbatim wawancara @ Qenzest.Store

No	T/J	Isi wawancara
1.	T	Sejak kapan @Qenzest.Store berdiri?
2.	J	Sejak tahun 2017 akhir
3.	T	Berapa followers @Qenzest.Store di <i>Instagram</i> ?
4.	J	7.525 (tujuh ribu lima ratus dua puluh lima) orang
5.	T	Apa tujuan @Qenzest.Store mengadakan <i>giveaway</i> ?
6.	J	Tujuannya agar orang lebih mengenal produk dari @Qenzest.store, banyak yang ikut jadi banyak yang tau produk, menarik perhatian konsumen.
7.	T	Apa saja persyaratan yang harus diikuti untuk bisa mengikuti <i>giveaway</i> ?
8.	J	<p>1. Wajib follow @Qenzest.Store.</p> <p>2. Upload Instastory koleksi aksesoris yang pernah kalian beli di @Qenzest.Store (<i>case hp, case airpods, inpods, strap iwatch, dll.</i>) boleh berupa <i>mirror selfie</i>, video, foto, atau <i>boomerang</i>. Buatlah semenarik, sekreatif &amp; seaesthetic mungkin.</p> <p>3. Jangan lupa tag akun kita ya, pastikan juga akun <i>Instagram</i> kalian tidak <i>terprivate</i>.</p>
9.	T	Hadiah apa yang diberikan kepada pemenang <i>giveaway</i> ?
10.	J	<p>Pemenang pertama: mendapatkan uang tunai Rp.100.000</p> <p>Pemenang kedua: mendapatkan <i>charger iphone original</i></p> <p>Pemenang ketiga: mendapatkan tongsis</p> <p>Pemenang keempat: mendapatkan case (boleh pilih)</p> <p>Pemenang kelima: mendapatkan pulsa Rp. 10.000</p>

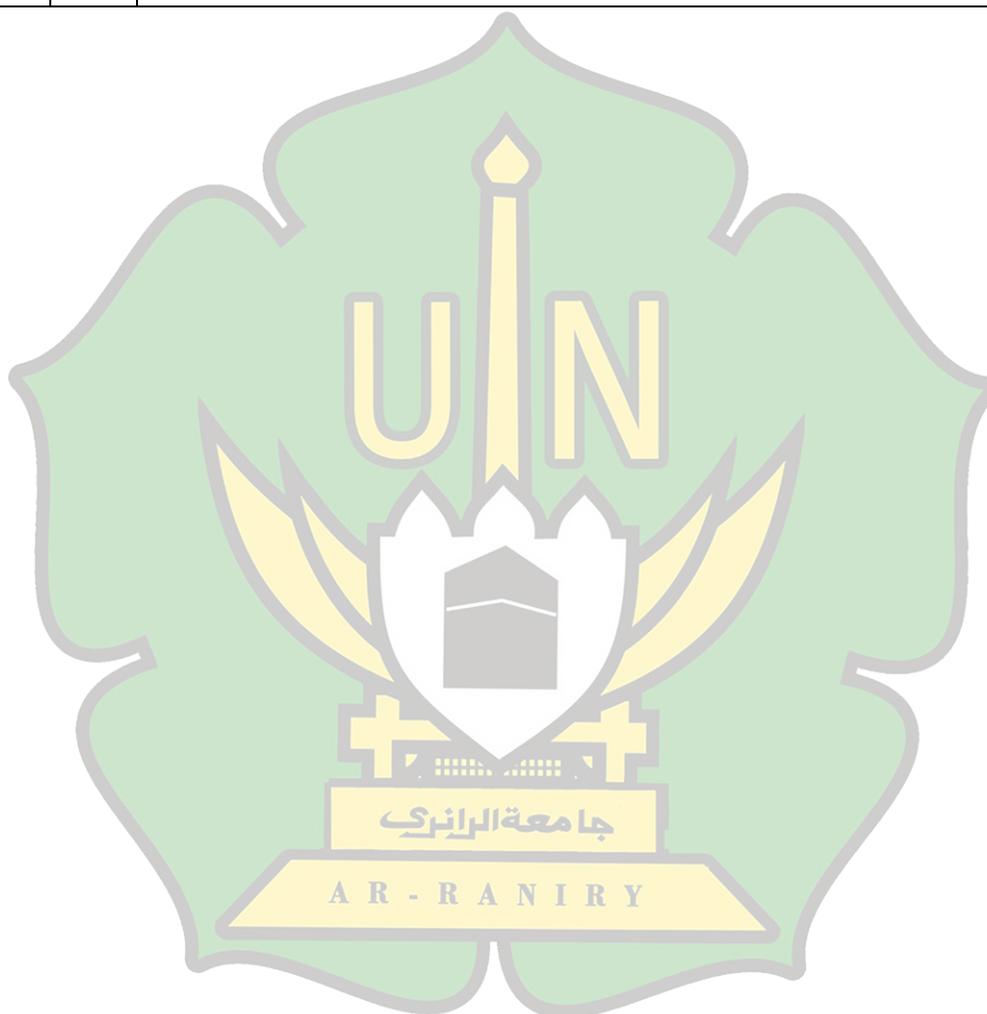
11.	T	Bagaimana cara penentuan pemenang yang dilakukan oleh @Qenzest.Store?
12.	J	Penentuan Pemenang dipilih secara acak menggunakan aplikasi
13.	T	Bagaimana praktik pemberian hadiah yang dilakukan oleh @Qenzest.Store?
14.	J	Kalau dalam bentuk uang di transfer atau boleh juga ambil ke rumah, kalau dalam bentuk barang ambil ke rumah bagi pemenang yang di Banda Aceh, tapi kalau pemenang dari luar kota dikirim pake J&T, ongkirnya ditanggung oleh pemenang atas kesepakatan
15.	T	Apakah ada kesulitan/kendala dalam mengadakan <i>giveaway</i> ?
16.	J	Tidak ada kendala berjalan dengan lancar, malah saya senang karna banyak yang berpartisipasi mengikuti <i>giveaway</i>
17.	T	Apa keuntungan yang didapatkan @Qenzest.Store dalam mengadakan <i>giveaway</i> ini?
18.	J	Bertambah followers, orang yang membeli di @Qenzest.Store semakin banyak, orang banyak yang mengenal @Qenzest. Store



Lampiran 6: verbatim wawancara @Destinstore.id

No	T/J	Isi wawancara
1.	T	Sejak kapan @Destinstore.id berdiri?
2.	J	Sejak tahun 2018
3.	T	Berapa followers @Destinstore.id di <i>Instagram</i> ?
4.	J	1.674 (seribu enam ratus tujuh puluh empat) orang
5.	T	Apa tujuan @Destinstore.id mengadakan <i>giveaway</i> ?
6.	J	sebenarnya iseng-iseng buat karena lagi trend olshop buat <i>giveaway</i> , tapi ternyata alhamdulillah nambah followers sampai 500 orang.
7.	T	Apa saja persyaratan yang harus diikuti untuk bisa mengikuti <i>giveaway</i> ?
8.	J	1. Harus follow @Destinstore.id 2. Like, komen "DONE" tag 5 orang teman di postingan terakhir tentang <i>giveaway</i>
9.	T	Hadiah apa yang diberikan kepada pemenang <i>giveaway</i> ?
10.	J	1. Baju kaos dan uang 100.000 2. Baju kaos dan pulsa 50.000 3. Uang 50.000
11.	T	Bagaimana cara penentuan pemenang yang dilakukan oleh @Destinstore.id?
12.	J	Dipilih pake aplikasi spin secara acak
13.	T	Bagaimana praktik pemberian hadiah yang dilakukan oleh @Destinstore.id?
14.	J	Kalau uang di transfer, kalau barang dikirim pake pos, ongkir nya dibayar sama owner @Destinstore.id
15.	T	Apakah ada kesulitan/kendala dalam mengadakan <i>giveaway</i> ?

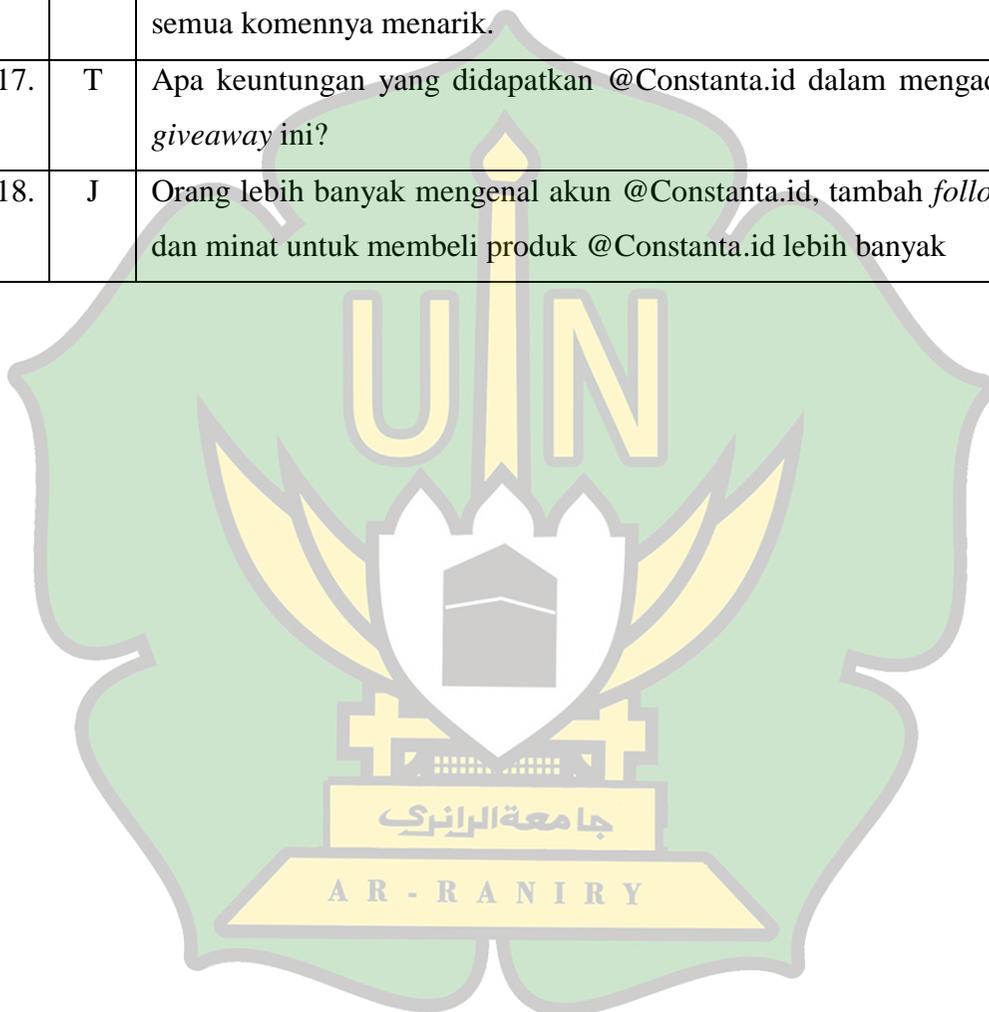
16.	J	Gak ada karena pemenang dipilih pake app jadi kita gak ribet
17.	T	Apa keuntungan yang didapatkan @Destinstore.id dalam mengadakan <i>giveaway</i> ini?
18.	J	Tambah <i>followers</i> , bertambah orang yang mengenal @Destinstore.id



Lampiran 7: verbatim wawancara @Constanta.id

No	T/J	Isi wawancara
1.	T	Sejak kapan @Constanta.id berdiri?
2.	J	25 Februari 2019
3.	T	Berapa <i>followers</i> @Constanta.id di <i>Instagram</i> ?
4.	J	412 (empat ratus dua belas) orang
5.	T	Apa tujuan @Constanta.id mengadakan <i>giveaway</i> ?
6.	J	Memperluas target market, Menambah <i>followers</i> secara tidak langsung, untuk menarik minat konsumen membeli produk dari @Constanta.id, lebih banyak yang mengenal @Constanta.id
7.	T	Apa saja persyaratan yang harus diikuti untuk bisa mengikuti <i>giveaway</i> ?
8.	J	3. Pastikan kalian sudah <i>follow Instagram</i> @Constanta.id dan @Constanta.Catalog 4. Beri harapan kalian untuk Constanta.id di kolom komentar postingan <i>giveaway</i> beserta tag 3 orang teman kalian
9.	T	Hadiah apa yang diberikan kepada pemenang <i>giveaway</i> ? 3 baju dari brand @Constanta.id dan bisa pilih ukuran
10.	J	Hadihnya baju kaos dari brand @Constanta.id sendiri
11.	T	Bagaimana cara penentuan pemenang yang dilakukan oleh @Constanta.id?
12.	J	Penentuan pemenang pertahap, Jangka waktu diumumkan pemenang 3 minggu, diumumkan per 1 minggu, Dengan cara dipilih dari komen yang paling bagus, menarik dan kreatif.
13.	T	Bagaimana praktik pemberian hadiah yang dilakukan oleh @Constanta.id?

14.	J	Hadiah dikirim oleh owner @Constanta.id melalui JNE dan ongkir ditanggung oleh @Constanta.id
15.	T	Apakah ada kesulitan/kendala dalam mengadakan <i>giveaway</i> ?
16.	J	Sulit menentukan pemenang dan harus membaca satu persatu, dan semua komennya menarik.
17.	T	Apa keuntungan yang didapatkan @Constanta.id dalam mengadakan <i>giveaway</i> ini?
18.	J	Orang lebih banyak mengenal akun @Constanta.id, tambah <i>followers</i> , dan minat untuk membeli produk @Constanta.id lebih banyak



Lampiran 8: Foto-Foto Bukti



Gambar.10 wawancara dengan owner @Qenzest.Store



Gambar.11 barang-barang @Qenzest.store



Gambar.12 wawancara dengan owner @Destinstore.id



Gambar.13 owner @Destinstore.id



Gambar.14 wawancara bersama *owner* @Constanta.id

AR - RANIRY