

## ANALISIS FIQH MUAMALAH TERHADAP PRAKTIK GIVEAWAY BERSYARAT DALAM AKUN *INSTAGRAM* @GIVEAWAY.OYI

**Muftia Tsabita Aimana**

Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia  
Email: [muftia.18029@mhs.unesa.ac.id](mailto:muftia.18029@mhs.unesa.ac.id)

**A'rasy Fahrullah**

Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia  
Email: [arasyfahrullah@unesa.ac.id](mailto:arasyfahrullah@unesa.ac.id)

### **Abstrak**

*Praktik giveaway mulai banyak dipakai oleh berbagai kalangan dari onlineshop di aplikasi instagram, akun personal untuk menjadi selebgram, akun official kantor atau komunitas dan lainnya. Tujuannya pun bervariasi ada yang untuk promosi produk baru, meningkatkan followers, dan meningkatkan insight instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui akad yang dipakai dalam praktik giveaway bersyarat di akun instagram @Giveaway.Oyi menerapkan sistem giveaway yang melibatkan sponsor dan hadiah yang dibagikan adalah uang tunai dengan meminta pendapat kepada salah satu tokoh yang memahami ilmu fiqh muamalah. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode field reseach dengan melakukan wawancara dan observasi kepada pihak terkait di dukung dengan data dokumentasi. Hasil penelitian ini membuka pemikiran kepada khususnya para pelaku terkait bahwa pelaksanaan praktik giveaway di akun instagram @Giveaway.Oyi menggunakan akad sewa jasa dan tidak terkandung unsur judi (maisir) selama pelaksanaan praktik giveaway di akun instagram @Giveaway.Oyi berlangsung.*

*Kata kunci : Giveaway; Akad; Instagram;*

### **Abstract**

*The practice of giveaways has begun to be widely used by various groups, from online shops on the Instagram, personal accounts to become celebrities, official or community accounts and others. The goals also vary, some are for promoting new products, increasing followers, and increasing Instagram insights. This study aims to determine the contract used in the practice of conditional giveaways on the @Giveaway.Oyi Instagram account, implementing a giveaway system that involves sponsors and the prize being distributed is cash by asking for opinions from one of the figures who understand the science of fiqh muamalah. The data in this study were collected by the field research method by conducting interviews and observations to related parties supported by documentation data. This study succeeded that the conditional giveaway practice applied to the @Giveaway.Oyi Instagram account includes service rental (ujrah) and there is no element of gambling (maisir) during the implementation of the giveaway practice on the @Giveaway.Oyi Instagram account.*

*Keyword : Giveaway; Akad; Instagram;*

## **1. PENDAHULUAN**

Semakin pesatnya perkembangan teknologi dari masa ke masa menyebabkan kemudahan di berbagai aspek kehidupan dan komunikasi seperti dengan adanya internet. Internet sudah mulai menjadi sarana untuk memudahkan antar manusia berkomunikasi, bertukar kabar berita dan lainnya tanpa ada batasan jarak yang menghalangi dan tanpa

biaya yang banyak. Menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) telah mengumumkan hasil survey Data Statistik Pengguna Internet Indonesia tahun 2019-2020, bahwa jumlah pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 adalah 196,71 juta user atau sekitar 73,7% dari total jumlah penduduk Indonesia yang sebanyak 266,91 juta jiwa. Jika dibandingkan dengan hasil survey pada tahun 2018 sesuai data survey APJII diatas, sekitar 64,8% dari total jumlah penduduk di tahun 2018 yang berjumlah 264,16 juta penduduk Indonesia keseluruhan. Data ini menunjukkan bahwa Internet telah masuk dan melekat di masyarakat Indonesia. Menurut data statistik dari Hootsuite (2020) dari 272,1 juta penduduk Indonesia, sebanyak 175,4 juta jiwa sebagai pengguna Internet, dan sebanyak 160 juta jiwa sebagai pengguna aktif media sosial. *Youtube* sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan dengan persentase mencapai 88% dari jumlah populasi pengguna media sosial, disusul dengan platform *Whatsapps* banyak 84% dari jumlah populasi, *Facebook* sebanyak 82% dari jumlah populasi dan *Instagram* sebanyak 79% dari populasi pengguna media sosial di Indonesia.

Bisa dilihat dari 14 juta postingan di *Instagram* yang telah memakai *hashtag #bisnisonline* menunjukkan bahwa telah banyak para pengusaha bisnis online yang memasarkan produknya secara online di platform *Instagram*. Para pengusaha bisnis online ini lebih memilih *Instagram* karena sangat cocok sebagai wadah untuk promosi dengan di dukung fitur – fitur untuk upload foto, *instagram story*, IG TV, *like*, komentar dan *share* foto yang mudah dan praktis sehingga memudahkan pengusaha mempromosikan akun dan produk dengan mudah, efektif dan efisien. Media sosial *Instagram* ternyata juga memiliki fungsi yang berguna untuk peningkatan *brand awareness* suatu produk sehingga secara tidak langsung dapat berpengaruh meningkatkan penjualan suatu produk (Rochman & Iskandar 2015). Sehingga hal tersebut dapat menjelaskan tingkat kebutuhan *followers*, *like*, *insight instagram* dan sebagainya untuk akun *instagram* bisnis online maupun akun personal. Dengan semakin banyak *followers* akun *instagram* maka semakin nyata dan diakui adanya suatu akun *instagram* tersebut di masyarakat.

Berbagai macam cara promosi di media sosial khususnya *Instagram*, yang sedang marak belakangan ini adalah promosi akun *Instagram* dan menambah *followers* dengan mengikuti sponsor *giveaway*. Seperti *giveaway* pada umumnya, penyelenggara membagikan hadiah kepada pemenang yang telah mengikuti syarat-syarat yang diberikan oleh penyelenggara *giveaway*. Dalam Kamus Inggris – Indonesia (John M, Echols dan Hasan Shadily, 1976) kata *Giveaway* diambil dari bahasa Inggris yang kalau diartikan berarti ‘berikan saja’. Arti *giveaway* sendiri adalah suatu kegiatan membagikan hadiah secara cuma – cuma dengan beberapa persyaratan tertentu. Berdasarkan sabda Nabi Muhammad SAW,

تَهَادَوْا تَحَابُّوا

Artinya ‘Saling memberi hadiah, maka kalian akan saling mencintai’ (HR Bukhori dalam Al-Adab Al-Mufrud, no 594 Hadits ini dihasankan oleh Syaikh Al-Albani dalam Al-Irwa’, no. 1601. Syaikh Musthofa Al-‘Adawi dalam catatan kaki *Fiqh Al-Akhlaq* menyatakan bahwa sanad haditsnya *hasan* dengan syawahidnya).

Dari hadist Bukhari diatas menjelaskan bahwa Rasulullah tidak melarang seseorang yang ingin memberikan hadiah kepada saudaranya dan dapat memotivasi untuk saling berbagi hadiah kepada saudaranya, baik saudara seiman, senegara atau seayah.

Dalam pelaksanaan akun *instagram* @Giveaway.Oyi ada tiga pihak terkait di dalamnya dan merupakan akun khusus penyelenggara *giveaway* yang memang diciptakan oleh admin *instagram* @Giveaway.Oyi sebagai platform atau wadah bertemunya akun sponsor dan akun peserta *giveaway*. Adanya suatu persyaratan dan ketentuan yang di tetapkan oleh penyelenggara akan mengakibatkan adanya suatu perbuatan hukum, antara sponsor bersama penyelenggara dan antara penyelenggara bersama pemenang. Berdasarkan fakta tersebut, apakah praktik *giveaway* dianggap sebagai suatu imbalan atas suatu pekerjaan yang telah dilakukan, atau diartikan sebagai sistem kerjasama secara umum, atau hadiah yang diberikan hanya termasuk bagian hibah saja.

Pada penelitian terdahulu ditemukan keberadaan akad ju'alah dalam praktik *giveaway* pada *onlineshop*. Hal tersebut terdapat pada penelitian bersama antara Astuti et.al (2020) yang menyatakan bahwa adanya akad ju'alah yang digunakan dalam praktik *giveaway* tersebut. Selain itu, hasil penelitian lain yang ditulis oleh Cahyono & Ni'mah (2021) menyatakan bahwa adanya wanprestasi berupa pengkhianatan kepada pihak pemenang *giveaway*, dikarenakan pihak penyelenggara tidak memberikan hadiah sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini menyebabkan kerugian di salah satu pihak.

Sejauh ini belum ditemukan model implementasi *giveaway* secara baku dan pakem. Penyelenggara hanya menggunakan kreatifitas mereka dalam melaksanakan praktik tersebut. Lalu bagaimanakah praktik *giveaway* yang sebenarnya, tentu masih menjadi tanda tanya bagi banyak kalangan. Dapatkah persyaratan dalam *giveaway* menjadi suatu perjanjian yang mengikat, karena pihak penyelenggara, sponsor dan peserta tidak bertemu secara langsung sehingga tidak dapat diketahui apakah sponsor dan peserta *giveaway* memiliki kecakapan hukum sesuai prinsip fiqh muamalah atau belum. Dan akad yang terjadi diantara penyelenggara terhadap sponsor juga belum terungkap. Bagaimana pun kehalalan atau tidaknya praktik *giveaway* ini perlu ditinjau, mengingat adanya akad yang terkandung didalam praktik tersebut.

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan masih adanya kerancuan dalam dasar fiqh muamalah yang diterapkan dalam praktik *giveaway* di akun *instagram* @Giveaway.Oyi dan belum adanya penelitian terkait akun khusus penyelenggara *giveaway* sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana penerapan fiqh muamalah dalam akad transaksi *giveaway* tersebut, baik dari peralihan dana dari sponsor ke penyelenggara dan dari penyelenggara ke peserta *giveaway* baik peserta yang kalah atau peserta yang berhasil memenangkan hadiah dari praktik *giveaway* tersebut.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menerapkan metode *field research* sehingga menggunakan kenyataan dan realitas lapangan sebagai sumber data primer. Objek penelitian adalah akun *instagram* @Giveaway.Oyi yang pemiliknya bertempat tinggal di Apartemen Dharmahusada Surabaya. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang didapat langsung dari beberapa informan terpilih yakni pemilik sekaligus admin akun *instagram* @Giveaway.Oyi, sponsor *giveaway* dan peserta *giveaway* yang pernah menang maupun tidak serta data sekunder yang didapat secara tidak langsung seperti buku, jurnal dan dokumen pendukung lainnya.

Proses pengumpulan data menggunakan teknik obeservasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data penelitian adalah pemilik sekaligus admin akun *instagram* @Giveaway.Oyi, sponsor giveaway, peserta giveaway dan salah satu tokoh yang memahami ilmu fiqh muamalah. Dalam menentukan objek wawancara dan observasi, peneliti menggunakan *purposive sampling* sehingga memilih objek wawancara menyesuaikan tujuan wawancara yang dilakukan peneliti. Pertimbangan ditetapkannya objek wawancara ini dengan harapan data yang diberikan merepresentasikan kondisi sebenarnya dalam pelaksanaan praktik giveaway bersyarat dalam akun *instagram* @Giveaway.Oyi. Setelah mendapatkan data yang diperlukan peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk melakukan uji validitas data.

Proses analisis data yang dilakukan peneliti dengan menggunakan teknik reduksi data yaitu dengan membuat rangkuman dan mengambil pokok penting saja, selanjutnya dengan melakukan penyajian data dengan berbentuk uraian atau visualisasi dan sejenisnya agar peneliti mudah memahami hal yang ditemukan di lapangan, dan yang terakhir merupakan penarikan kesimpulan yang bersifat terbuka sehingga kesimpulan dapat menjawab permasalahan yang ditulis pada rumusan awal.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan praktik giveaway bersyarat merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Tim dari akun @Giveaway.Oyi di *Instagram*. Kegiatan yang bertujuan mempertemukan akun sponsor dengan akun peserta dengan masing – masing pihak dapat mengambil manfaat dari diadakannya kegiatan praktik giveaway ini. Berikut definisi *giveaway* menurut Kamus Bahasa Inggris-Indonesia (1976) berarti hadiah dan pemberian. Sedangkan arti giveaway menurut Astutik dkk. (2020) adalah sebuah kegiatan berupa hadiah gratis kepada siapa saja sesuai dengan produk yang dijanjikan oleh sponsor, namun peserta harus memenuhi syarat untuk mendapatkan hadiah gratis tersebut.

Putri sebagai pemilik akun *instagram* @Giveaway.Oyi menjelaskan dalam wawancaranya bahwa tujuan adanya akun giveaway @Giveaway.Oyi untuk meningkatkan akun *Instagram* dan *insight Instagram* bagi sponsor dan mengambil keuntungan bagi penyelenggara atau pemilik akun *Instagram* @Giveaway.Oyi. Dalam wawancaranya, Vina selaku Owner *onlineshop instagram* @hawascraft\_ juga memaparkan bahwa kebutuhan akun *instagram* bisnisnya yang paling berpengaruh adalah *followers* aktif. Melihat banyaknya bisnis online jaman sekarang sehingga owner bisnis online tersebut berpotensi untuk menjadi sponsor yang mencari *followers* akun Indonesia untuk kebutuhan *Instagram onlineshop* atau akun *Instagram* pribadi mereka, akhirnya pemilik akun *Instagram* @Giveaway.Oyi ini mulai membuka peluang bisnis dalam praktik *giveaway* di *Instagram*.

#### **Akad Ujrah (Sewa Jasa) dalam Praktik Giveaway pada Akun Instagram @Giveaway.Oyi**

Dalam praktik giveaway di akun *instagram* @Giveaway.Oyi menerapkan sistem sponsor giveaway dengan kebanyakan sponsor merupakan pemilik *onlineshop* mulai dari yang baru bergerak di platform *instagram* sampai yang telah lama menggeluti bisnis dari platform *instagram*. Tujuan pemilik *onlineshop* menjadi sponsor giveaway untuk mendapatkan *followers instagram* yang merupakan akun hidup dan merupakan masyarakat sekitar atau selingkup Indonesia dan *insight* yang dapat mempengaruhi pejualan. Bersamaan dengan penyelenggara akun *instagram* @Giveaway.Oyi

melaksanakan praktik giveaway, sebagai platform untuk membantu sponsor menemukan *followers* yang diminati. Dengan sponsor membayar sesuai dengan target *followers* yang ditentukan oleh admin @Giveaway.Oyi di awal.

Hal tersebut mengacu dengan dasar praktik akad *ijarah* yang bersifat Ijarah yang bersifat pekerjaan (Al-Ijarah ala Al-'Amal), hal ini berhubungan dengan sewa jasa, yaitu memperkerjakan jasa seseorang dengan upah sebagai imbalan jasa yang disewa. Pihak yang memperkerjakan disebut *musta'jir*, pihak pekerja disebut *ajir*, upah yang dibayarkan disebut *ujrah* (Ascarya, 2011 : 99). Seperti yang disampaikan Hanafiah, *Ujrah* adalah akad untuk memindah pemilikan manfaat dari suatu objek barang atau tenaga yang diketahui dan disengaja disewa dengan imbalan (Subendi, 2014 : 77). Pengertian *ujrah* menurut Sabiq (2008 : 243) dalam ilmu fiqih, ini berarti memberikan sesuatu berupa uang atau barang kepada seseorang sebagai imbalan atas jasa yang melakukan suatu pekerjaan tertentu dengan batas waktu tertentu yang disepakati oleh kedua belah pihak. Hal ini menunjukkan adanya praktik kegiatan antara sponsor dan penyelenggara giveaway ini sebagai jasa pencarian *followers* dan *insight instagram* dengan balasan berupa uang sebagai ganti balas jasa. Pelaksanaan *Ujrah* atau sewa jasa ini telah dijelaskan dalam beberapa ayat dalam Al-Quran yang salah satunya terdapat pada potongan Q.S Al-Baqarah ayat 233 sebagai berikut :

.....وَأَنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya : "...Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertakwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan." (Q.S Al-Baqarah ayat 233)

Ayat diatas menjelaskan bahwa jumlah upah harus dapat diterima oleh kedua belah pihak, tidak ada salah satu yang merasa keberatan, sewajarnya dan adil. Kitab suci Al-quran menyatakan terkait balas jasa atau upah dari perempuan yang menyusui anak/keturunan susuan haruslah adil dan masuk akal (Ayub, 2009).

Dewan Syariah Nasional (DSN) juga membahas mengenai *review ujrah* dan ditetapkan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 56/DSN-MUI/V/2007 Tentang Ketentuan *Review Ujrah* pada LKS. Fatwa tersebut menyatakan bahwa DSN telah menimbang: 1) Bahwa *ujrah* dalam *ijarah* harus disepakati pada saat akad; akan tetapi, dalam kondisi tertentu terkadang salah satu atau para pihak memandang perlu untuk melakukan *review* atas besaran *ujrah* yang telah disepakati tersebut. 2) Bahwa *review* atas *ujrah* dilakukan sesuai prinsip syariah, DSN memandang perlunya menetapkan fatwa untuk dijadikan pedoman LKS tentang *review ujrah*.

Selain itu menurut Muslich (2010 : 321) rukun yang harus terpenuhi dalam terjadinya akad *Ujrah* dengan adanya penyewa (*Musta'jir*), pemberi sewa (*Mu'ajjir*), adanya objek sewa, harga sewa dan ijab. Dan telah terimplementasi langsung dalam praktik giveaway yang dilakukan oleh akun *instagram* @Giveaway.Oyi seperti adanya penyelenggara giveaway sebagai penyewa (*Musta'jir*), adanya sponsor sebagai pemberi sewa (*Mu'ajjir*), ada objek sewa seperti *followers* yang di dapat dan *insight instagram*, harga sewa dapat dimisalkan dengan harga slot sponsor, dan terdapat ijab serta manfaat sewa yang didapat oleh kedua belah pihak atas pelaksanaan praktik giveaway tersebut.

Syarat *ujrah* menurut Sabiq (1983) besarnya upah atau imbalan yang dibayarkan harus jelas, wujud dan waktu pemberian upah juga harus jelas. Sama halnya dengan hadist yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْفُهُ

Artinya : “berikanlah upah buruh, sebelum kering keringatnya.” HR. Ibnu Majah

Maksud hadist di atas hendaklah seorang penyuruh memberikan upah kepada seorang pekerja saat selesainya suatu hal yang ia kerjakan, jangan sampai menunda terlalu lama untuk membayar upah mereka.

Dalam praktik giveaway di akun *instagram* @Giveaway.Oyi sponsor menyerahkan upah kepada penyelenggara di awal dan selanjutnya penyelenggara melakukan penambahan *followers* ke akun sponsor dengan jaminan *followers* yang pasti mencapai target sesuai pada awal kesepakatan. Jika target yang ditentukan sebelumnya tidak tercapai, maka pihak penyelenggara bertanggung jawab dengan memberikan slot gratis untuk sponsor sampai target sebelumnya tercapai.

#### **Maisir (Judi) dalam Undian Praktik Giveaway dalam Akun Instagram @Giveaway.Oyi**

Praktik maisir (judi) merupakan transaksi yang didalamnya terdapat minimal 2 pihak yang menghubungkan kegiatan tertentu untuk mendapatkan satu barang/harta sehingga hanya menguntungkan untuk salah satu pihak dan pihak lainnya dirugikan. Dalam Q.S Al-Maidah ayat 90 juga memaparkan terkait larangan untuk berjudi dan mengundi nasib dengan anak panah, sebagai berikut,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.” (QS. Al-Maidah ayat 90)

Sedangkan undian dalam praktik giveaway yang dijalankan oleh admin akun *instagram* @Giveaway.Oyi ini termasuk kegiatan mengundi sesuatu akan tetapi sangat bertentangan dengan pengertian dan unsur - unsur judi yang telah dipaparkan, tidak ada pihak yang dirugikan dalam pelaksanaan praktik tersebut, tidak ada resiko yang ditimbulkan untuk peserta giveaway maupun penyelenggara giveaway. Dalam Islam *maisir* adalah segala sesuatu yang mengandung unsur judi, taruhan, atau permainan berisiko (Syafi'i 2015). Menurut Hosen (1987) dari terjemahan Yusuf Qardhawi dalam kitab “*Al-Halal Wal-Haram Fil Islam*”, perjudian adalah permainan yang terkandung taruhan didalamnya. Pengertian *maisir* atau judi menurut penulis Al-Munjid, maisir/judi adalah permainan yang mengharuskan pemenangnya mendapatkan sesuatu dari yang kalah baik berupa uang atau barang berharga lainnya. Praktik giveaway yang selama ini dilakukan oleh penyelenggara akun *instagram* @Giveaway.Oyi menerapkan asal uang hadiah giveaway dari sponsor giveaway dan bukan termasuk peserta giveaway sehingga bukan termasuk permainan yang merugikan pihak yang kalah seperti yang di sebut

Ibrahim Hosen diatas dan bukan termasuk permainan dengan bahan taruhan karena peserta tidak melakukan pembayaran sama sekali. Menurut Bapak Khoirul Anwar yang merupakan Dosen Mata Kuliah Fiqh Muamalah Unesa menyatakan tidak ada *maisir* atau praktik judi di dalam undian yang dilakukan oleh admin akun *instagram* @Giveaway.Oyi. Beliau menerangkan karena uang hadiah yang berasal dari sponsor tidak berasal dari peserta giveaway itu sendiri. Selama uang hadiah bukan dari peserta, tidak ada unsur *maisir* atau judi di dalam praktik giveaway itu sendiri.

Dari pemaparan data diatas mengenai perjudian, maka terdapat 3 unsur dipenuhi agar dapat dikatakan perjudian menurut Ambariy (2003), yang pertama merupakan permainan atau perlombaan yang dilakukan semata - mata hanya untuk bersenang - senang atau mencari kesibukan, yang kedua adanya taruhan dalam bentuk barang berharga atau uang sehingga terdapat pihak yang dirugikan dan diuntungkan, yang terakhir adanya faktor keberuntungan. Praktik giveaway yang dilakukan oleh akun *instagram* @Giveaway.Oyi tidak memenuhi semua unsur tersebut, tidak adanya barang berharga atau uang yang ditaruhkan oleh peserta dalam praktik giveaway ini, sehingga dapat menerangkan bahwa praktik tersebut tidak termasuk *maisir* atau judi.

Undian yang dilakukan oleh penyelenggara akun *instagram* @Giveaway.Oyi termasuk undian berhadiah yang diperbolehkan, sesuai dengan pendapat Dahlan (1997) dalam Islam, undian disebut juga dengan nama *qur'ah* yang berarti suatu usaha memilih satu atau sebagian pilihan (alternatif) dari semua pilihan yang memiliki peluang (probabilitas) sama besarnya untuk dipilih.

Menurut Dahlan (1997) Imam Hanafi, Imam Hambali, Imam Maliki dan Imam Syafi'i sepakat membagi jenis undian berhadiah menjadi dua macam yang ditinjau dari segi manfaat dan *mudharat*-nya, undian yang tidak mengandung *mudharat* sehingga tidak ada kerugian yang ditimbulkan dan undian yang mengandung *mudharat* (merugikan salah satu pihak). Dalam beberapa ayat Al Quran dan Hadist ini menekankan adanya undian yang tidak merugikan, antara lain ;

ذَلِكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْغَيْبِ نُوحِيهِ إِلَيْكَ ۚ وَمَا كُنْتَ لَدَيْهِمْ إِذْ يُفُونَ أَقْلَمَهُمْ أَيُّهُمْ وَكُنْتُمْ لَهُمْ إِذْ يَخْتَصِمُونَ

Artinya : "Yang demikian itu adalah sebagian dari berita-berita ghaib yang Kami wahyukan kepada kamu (ya Muhammad); padahal kamu tidak hadir beserta mereka, ketika mereka melemparkan anak-anak panah mereka (untuk mengundi) siapa di antara mereka yang akan memelihara Maryam. Dan kamu tidak hadir di sisi mereka ketika mereka bersengketa." (Q.S Ali Imran ayat 44)

Salah satunya pada Q.S Ali Imran ayat 44 tentang pelemparan anak panah pada zaman Nabi Muhammad SAW untuk menentukan siapa yang akan memelihara Maryam. Hal ini termasuk kegiatan pengundian akan tetapi diperbolehkan, karena untuk menentukan sesuatu hal dan tidak bertaruh di dalam kegiatan tersebut.

كَانَ رَسُولُ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- إِذَا أَرَادَ سَفَرًا أَفْرَعَ بَيْنَ نِسَائِهِ فَأَيُّهُنَّ خَرَجَ سَهْمَهَا خَرَجَ بِهَا مَعَهُ

Artinya : "Apabila Rasulullah SAW hendak safar, beliau mengundi diantara istrinya.Siapa yang namanya keluar, beliau akan berangkat bersama istrinya yang menang." (H.R Bukhari)

Salah satu hadist yang diriwayatkan oleh Bukhari diatas merupakan macam undian yang tidak mengandung *mudharat* atau tidak mengakibatkan kerugian dan memiliki hukum yang sama seperti yang telah dijabarkan dalam Q.S Ali Imran ayat 44. Sehingga Hadist yang diriwayatkan oleh Bukhari ini juga merupakan bentuk contoh undian yang diperbolehkan.

Pemenang dari undian ini berhasil mendapatkan hadiah tanpa menyakiti dan memberi dampak kerugian bagi pihak yang tidak menang undian. Sehingga dasar tersebut juga telah diimplementasikan dalam penerapan praktik giveaway dalam akun *instagram* @Giveaway.Oyi, dimana pemenang undian mendapatkan hadiah yang ditawarkan dan peserta yang tidak memenangkan undian tidak mendapatkan apa - apa, tidak merugikan secara finansial maupun mental.

### **Pendapat Ahli Fiqh Muamalah Mengenai Praktik Giveaway dalam Akun *Instagram* @Giveaway.Oyi**

Kegiatan giveaway yang telah diterapkan oleh admin akun *instagram* @Giveaway.Oyi merupakan kegiatan yang sedang hangat untuk diikuti oleh masyarakat dari aplikasi *Instagram* khususnya di Indonesia. Belum adanya kejelasan akad dalam pelaksanaan praktik giveaway yang seharusnya telah dibahas dan digemparkan dalam aplikasi *Instagram*.

Dalam kegiatan giveaway bersyarat yang dilaksanakan oleh admin akun *instagram* @Giveaway.Oyi ini cukup menarik. Di pertemuan pertama wawancara, Bapak Khoirul menyebutkan adanya pembagian menjadi dua (2) praktik kegiatan dalam pelaksanaan giveaway di akun *instagram* @Giveaway.Oyi yang perlu di cari dasar Fiqh Muamalahnya. Untuk praktik pertama merupakan praktik yang dilakukan antara sponsor dan penyelenggara giveaway di akun *instagram* @Giveaway.Oyi yakni sponsor membutuhkan *followers* dan *insight* yang bisa di dapat dengan membayar jumlah tertentu kepada penyelenggara sebagai hadiah untuk giveaway. Untuk praktik kegiatan kedua yakni pelaksanaan giveaway di akun *instagram* @Giveaway.Oyi di nilai tidak termasuk *maisir* karena tidak adanya campur tangan uang peserta dalam hadiah yang di sediakan.

Munculnya fenomena baru yang menjadi salah satu cara peningkatan *insight* *instagram* dan *followers* ini perlu di bahas lebih *detail* dan mendalam. Karena semua pihak terkait merupakan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Sehingga kejelasan akad yang digunakan juga sangat perlu diperhatikan

## **4. KESIMPULAN**

Praktik pemberian giveaway pada akun *instagram* @Giveaway.Oyi berawal dengan sponsor yang menghubungi dengan syarat yang diharuskan mengikuti akun *instagram* @Giveaway.Oyi dan akun *instagram* para sponsor yang di tag di poster giveaway, menyukai dan mengomentari poster giveaway, pengumuman pemenang akan di undi setelah satu minggu periode giveaway, pemenang giveaway akan ditandai di *instagram story* di akun *instagram* @Giveaway.Oyi dan mengirim pesan melalui *direct message* untuk melakukan pencairan hadiah giveaway. Untuk pencairan hadiah tidak dikenakan biaya sedikitpun, pemenang hanya perlu memberikan nomer rekening atau *e-wallet* lainnya.

Ditinjau dari perspektif fiqh muamalah, praktik *giveaway* bersyarat dalam akun *instagram* @Giveaway.Oyi ini terdiri dari dua bagian, salah satunya adalah kegiatan antara sponsor dan penyelenggara yang menggunakan akad ujah (sewa menyewa jasa,

upah) dan akad pemberian hadiah yang sah, tidak termasuk praktik *maisir* atau judi dan sesuai dengan hukum fiqh muamalah karena tidak adanya campur tangan uang peserta yang dijadikan hadiah, selain itu terdapat kerelaan antara semua pihak sehingga tidak ada peserta yang merasa dirugikan karena telah mengikuti praktik giveaway di akun instagram @Giveaway.Oyi meskipun tidak menang.

## 5. REFERENSI

- Abdul Aziz Dahlan, (1997) *Ensiklopedia Hukum Islam (Jilid 2)*, Jakarta : Ichtar Baru Van Hoeve.
- Ahmad Ifham Sholihin (2010) *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, h. 189-190.
- Ahmad Wardi Muslich (2010) *Fiqih Muamalat*, Jakarta: Amzah, h.321
- Al-Bukhari, Imam Abi Abdillah Muhammad bin Ismail, (1981) *Shahih Bukhari*, Mesir: Darl Fikr, Juz 2, 323, DVD Maktabah Syamilah.
- Ambary, Hasan Muarif (2003) *Suplemen Ensiklopedi Islam*, Jakarta : Ichtiar Baru Van Hoeve.
- Ascarya (2011) *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta : PT. Grafindo Persada h. 99
- Astuti, Gina Dwi, Sandy Rizki Febriadi, and Ira Siti Rohmah Maulida (2020) *Tinjauan Fiqih Muamalah Akad Ju'alah terhadap Praktik Giveaway Bersyarat pada Online Shop*. Prosiding Hukum Ekonomi Syariah Volume 6 Nomor 2 : 468-472.
- Ayub, Muhammad. (2009) *Understanding Islamic Finance: AZ Keuangan Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Cahyono, Eko Arief, and Zahrotul Ni'mah. (2020) *Wanprestasi Dalam Praktik Giveaway Sebagai Daya Tarik Konsumen Di Instagram Perspektif Hukum Bisnis Islam* AL MAQASHIDI Volume 4 No 2: 29-40.
- Departemen Agama RI (2019) *Al Quran Terjemahan*. Bandung : CV Darus Sunnah.
- Dewan Syariah Nasional, (2007), Fatwa No. 56/DSN-MUI/V/2007. <https://Dsnmui.or.Id/Kategori/Fatwa/>
- Hadist Rasulullah. (2020) *Hadist kebaikan seseorang di sisi Allah*. Di kutip pada tanggal 19 Oktober 2021, dari halaman <https://muslim.or.id/27492-standar-kebaikan-seseorang-di-sisi-allah.html>
- Hendi Suhendi (2014) *Fiqh Muamalah*, Jakarta : Rajawali Pers, Cet. Kesembilan
- Hootsuite. (2020). *Survey Penetrasi Pengguna Internet di Dunia*. Di kutip pada tanggal 13 Oktober 2021, dari halaman <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Ibrahim Hosen (1987) *Apakah Judi Itu?*, Jakarta: Lembaga Kajian Ilmiah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ), hal.24
- John M. Echols dan Hasan Shadily, (1976) *Kamus Inggris-Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, h. 270.
- Kominfo. (2021). *Survey Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia*. Di kutip pada tanggal 13 Oktober 2021, dari halaman [https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker)

- Muhammad bin Ismail Al-Amir Ash-Shan'ani, (2010) *Subulus salam Syarah Bulugul Maram terjemahan Al- Fauzan Darwis, terj. Muhammad Isnan', jilid 2*, Jakarta: Cipinang Muara, hal. 555
- Rahmat Syafi'i. (2006) *Fiqih Muamalah*, Bandung : Pustaka Setia.
- Rochman, E. A., & Iskandar, B. P. (2015). *Users ' Engagement toward the Brand Accounts in Instagram based on the Aisas Model*. *Journal of Business and Management*, 4(8), 890–900.
- Sayyid Sabiq (1983) *Fiqih Sunnah*, Beirut : Dar al-Tsaqafah al-Islamiyah.
- Yusuf Qardhawi (2007) *Halal Dan Haram Dalam Islam*, Surakarta: Era Intermedia, 423.