

## **Analisis Praktik *Giveaway* dalam Jual Beli *Online* pada Perspektif Ekonomi Syariah: Studi pada Oflaila\_Busana**

**Jahro Hasibuan<sup>1</sup>, Sarwo Edy<sup>2</sup>, MH. Ainulyaqin<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Fakultas Agama Islam Universitas Pelita Bangsa, Cikarang, Indonesia

zahrohasibuan2@gmail.com<sup>1</sup>, sarwoedy@pelitabangsa.ac.id<sup>2</sup>,

hamdanainulyaqien@pelitabangsa.ac.id<sup>3</sup>

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to find out the giveaway practices carried out by oflaila\_busana by buying and selling online from a sharia economic perspective. Currently, the practice of giveaway is widely used by online shops as a sales attraction, so that their products are better known by the wider community. This study uses a qualitative descriptive method by providing explanations and descriptions regarding giveaway buying and selling in the perspective of Islamic economics. Which is done by describing a problem or phenomenon that occurs accurately. And the results obtained are well described. Methods of data collection by means of observation, interviews, and/or document review. The research location is oflaila\_busana which uses online media in sales by practicing a giveaway system in sales promotion. The results of this study based on the data obtained indicate that the giveaway held at oflaila\_busana does not contain conditions that are prohibited in religion. So the giveaway practice at oflaila\_busana is in accordance with the sharia economy.*

**Keywords:** *giveaway, online media, sharia economy*

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui praktik giveaway yang dilakukan oleh oflaila\_busana dengan jual beli online yang ditinjau dari perspektif ekonomi syariah. Saat ini praktik giveaway banyak digunakan oleh online shop sebagai daya tarik penjualan, supaya produknya lebih dikenal oleh masyarakat luas. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan memberikan penjelasan dan gambaran terkait jual beli giveaway dalam persepektif ekonomi syariah. Yang dilakukan dengan menggambarkan suatu masalah atau fenomena yang terjadi secara akurat. Dan hasil yang diperoleh dideskripsikan dengan baik. Metode pengumpulan data dengan cara pengamatan, wawancara, dan atau penelaahan dokumen Adapun lokasi penelitian adalah oflaila\_busana yang menggunakan media online dalam penjualan dengan mempraktikkan sistem giveaway dalam promosi penjualan. Adapun hasil dari penelitian ini berdasarkan data yang didapatkan menunjukkan bahwa giveaway yang dilakukan di oflaila\_busana tidak ada terdapat syarat yang dilarang dalam agama. Jadi praktik giveaway di oflaila\_busana sudah sesuai dengan ekonomi syariah.

**Kata kunci:** *giveaway, media online, ekonomi syariah*

### **PENDAHULUAN**

Islam merupakan agama yang meliputi segala sesuatu (*rahmatan lil 'alamin*) yang mengatur seluruh aspek dalam kehidupan manusia sebagaimana yang disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW. Yang diatur salah satunya adalah terkait aturan dan hukum baik individu maupun masyarakat, lebih tepatnya kehidupan sosial diatur dalam Islam. (Nawawi: 2012), Pada dasarnya, agama Islam tidak hanya

sekedar ritual ibadah, akantetapi tata cara hidup menurut Al-Qur'an dan As-Sunnah (Midisen & Handayani: 2021). Manusia senantiasa berhubungan dengan satu sama lain dalam hidup bermasyarakat. Muamalah merupakan pergaulan hidup yang dilakukan seseorang dalam perbuatan serta ikatan dengan orang lain (Ainulyaqin et al.: 2023). Adapun diantara hal-hal yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan setiap orang ialah ekonomi (Edy & Rayuningsih: 2021). Ketika melakukan kegiatan promosi atau pemasaran produk harus dilakukan dengan kejujuran karena kejujuran sangat penting dan dianjurkan dalam islam (Sakum & Hidayat: 2020). Pada era digitalisasi ini, para produsen melakukan penawaran dengan iming-iming hadiah. Untuk meningkatkan angka penjualan produk, sangat perlu sebuah brand melakukan strategi promosi supaya ada peningkatan terhadap penjualan produknya. Adapun promosi yang tentunya efektif salah satunya bisa dilakukan melalui media sosial, disebabkan dapat dijangkau oleh siapapun dan penggunaanya sangat banyak (Ni'mah: 2021).

Perkembangan internet sekarang ini berjalan sangat cepat, awalnya hanya beberapa orang saja yang menggunakan internet, namun sekarang hampir semua orang sudah bisa mengakses internet dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini disebabkan oleh berbagai penemuan baru yang terjadi di internet itu sendiri. Awalnya, orang menggunakan internet hanya untuk hiburan, tetapi sekarang mereka juga menggunakannya untuk tujuan pemasaran. Pemasaran internet adalah salah satu tindakan periklanan, dan juga merupakan alat komunikasi pemasaran independen. Sifat komunikatif pemasaran internet digunakan oleh pengusaha untuk berkomunikasi secara interaktif dengan konsumen, sehingga memperluas jaringan bisnis mereka sendiri (Rahmaputri: 2015).



Sumber: [www.dataindonesia.id](http://www.dataindonesia.id)

Kecanggihan teknologi menyebabkan internet semakin mudah diakses dan banyak bermunculan situs media sosial. Media sosial membuat komunikasi masyarakat menjadi lebih transparan, membuat aktivitas setiap individu mudah dikenali oleh orang lain bahkan dunia secara luas. (Nurudin: 2013). Media sosial menjadi populer sekarang dan sangat disukai masyarakat. Dari berbagai kalangan

sudah mengenal media sosial mulai dari anak-anak, remaja hingga orang dewasa tidak ingin ketinggalan. Contoh dari media sosial diantaranya adalah Instagram, Tik-Tok, Facebook, WhatsApp, Twitter, dan masih banyak lagi. Mengubah komunikasi menjadi sebuah dialog yang interaktif ini merupakan media sosial yang menggunakan teknologi berbasis web. Media sosial Instagram diluncurkan pada tahun 2010 dan kemunculan aplikasi ini langsung mendapat banyak perhatian di media sosial. Instagram saat ini menjadi aplikasi yang banyak disukai oleh para pengguna, khususnya yang mempunyai usaha, untuk mempromosikan usahanya tersebut (Astuti: 2021).



Sumber: [www.dataindonesia.id](http://www.dataindonesia.id).

Berdasarkan data dari Napoleon Cat Jumlah pengguna instagram di dalam negeri hampir mencapai ratusan juta orang. sebanyak 97,17 juta jumlah pengguna instagram di Indonesia hingga desember 2022. Sebelumnya, dibandingkan periode yang sama, jumlah yang menggunakan instagram di Indonesia meningkat sebanyak 92,53 juta pengguna. Adapun pengguna instagram didominasi oleh perempuan dengan proporsi sebesar 51,4 %. Sementara 48,6 % pengguna instagram di Indonesia berjenis kelamin laki-laki. (<https://dataindonesia.id>, n.d.). Instagram adalah platform yang terkenal dan banyak digunakan, Di Indonesia Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer. Untuk kegiatan sehari-hari begitu banyak yang memakainya seperti berbagi karya gambar, mengabadikan moment-moment penting dan juga sebagai sarana mempromosikan produknya. Seiring terkenalnya Instagram menjadi aplikasi berbagi gambar berdampak pada banyaknya pengguna yang turun ke dalam bisnis online serta membuat promosi produknya lewat Instagram (Nisrina: 2015). Ketika suatu brand memiliki follower yang banyak maka ini akan menjadi aset bagi brand tersebut, Calon-calon dari pembeli potensial untuk merek produk dan dapat membuat calon-calon pembeli semakin percaya dengan produk yang ditawarkan. Adapun strategi yang dapat digunakan supaya penjualan dari online shop mengalami peningkatan dibuatlah

strategi yang unik, kreatif dan inovatif agar produknya dapat membuat konsumen tertarik. Adapun salah satu cara yang dapat digunakan yaitu dengan mengadakan giveaway, saat ini praktik giveaway cukup terkenal di online shop sebab berpengaruh terhadap daya tarik konsumen dan siapa pun yang menggunakan Instagram dapat dengan mudah mengakses informasi yang berkaitan dengan produk tersebut. Penyelenggara giveaway tentunya memiliki tujuan supaya produknya laris/banyak pembeli, promosinya bisa menjangkau seluruh dunia, agar produknya terkenal dan bisa mencari konsumen-konsumen yang baru (Fatima: 2018).

Dalam kegiatan giveaway, hadiah gratis diberikan kepada setiap orang yang cukup beruntung untuk menerima hadiah tersebut sesuai dengan produk yang dijanjikan dan ketentuan yang ditetapkan oleh penyelenggara. Oflaila\_busana merupakan online shop yang berlokasi di Karawang, Jawa Barat. Adapun kegiatannya yaitu menjual baju-baju Muslim, seperti baju gamis, kerudung, baju koko anak dan dewasa, kemudian mempromosikan dan memasarkan produknya melalui Instagram dengan mengusung konsep stylish, simple, syar'i. Maka dengan berpakaian syar'i dijadikan busana muslim sebagai stylemu. Oflaila\_busana tentunya tidak luput dari keinginan untuk terus meningkatkan penjualan, dengan melihat permasalahan tersebut akhirnya mempengaruhi strategi pemasaran yang akan dilakukan karena dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat untuk menggunakan produk dari oflaila\_busana. Strategi pemasaran merupakan rencana, cara, dan usaha untuk memperluas jaringan dan mempromosikan produk atau jasa kepada masyarakat luas. Adapun solusi yang dilakukan oleh oflaila\_busana adalah dengan mengadakan giveaway agar masyarakat semakin banyak mengenal produk tersebut.

Praktik ini merupakan strategi yang sangat ampuh dilakukan Karena bisa menarik banyak konsumen dan pengguna Instagram lainnya bisa mengetahui produk yang dipromosikan tersebut. Sebuah studi yang dilaksanakan oleh Simply Measured menemukan bahwa 54% perusahaan dengan merek terkenal dunia saat ini menggunakan Instagram. (Kusuma & Sugandi: 2018). Adapun penelitian terdahulu yang sudah dilaksanakan diantaranya . Aimana & Fahrullah (2022) hasilnya menunjukkan bahwa tidak terdapat unsur judi (maisir) dalam pelaksanaannya dan akad yang digunakan adalah akad sewa jasa. Haqiqi (2022) hasilnya promosi yang dilakukan melalui instagram berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada produk body serum. Soleha et al (2020) hasilnya dapat disimpulkan bahwa praktik giveaway bersyarat. Menurut pendapat ulama Banjarmasin, ongkos kirim akan ditanggung oleh pemenang giveaway diperbolehkan apabila pemenang dari giveaway tersebut ridho. Fitriyah (2020) hasilnya undang-undang *tentang Informasi dan transaksi elektronik* jika terjadi peristiwa yang merugikan dapat dibawa ke resiko hukum. Menurut perjanjian hukum syariah, praktik giveaway tidak dilarang apabila pemberi dan penerima sepakat dan tidak ada pihak yang dirugikan. Wahyuni (2016) hasilnya menyatakan bahwa peningkatan penjualan terjadi dengan menggunakan strategi viral pemasaran/marketing. Dari beberapa penelitian diatas hanya mengkaji tentang

hukum giveaway dan peningkatan penjualan di Instagram dengan menggunakan giveaway. Oleh karena itu terdapat gap yang belum diteliti yaitu kajian ekonomi syariah terhadap praktik tersebut. Sehingga penelitian ini memfokuskan pada kajian ekonomi syariah dalam praktik giveaway.

Nilai-nilai ekonomi dan keuangan Islam berlaku untuk semua orang, bukan hanya orang Islam. Nilai-nilai ekonomi dan keuangan syariah menjunjung tinggi keadilan, kebersamaan, dan keseimbangan dalam pengelolaan sumber daya yang dipercayakan oleh Allah. Dalam prosesnya, prinsip-prinsip ini telah berkembang dan selaras dengan berbagai tujuan global. Selain itu, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) telah menggabungkan prinsip-prinsip ini ke dalam sejumlah Sustainable Development Goals (SDGs) untuk memastikan kesinambungan dan kelestarian kehidupan di seluruh dunia.

Nilai-nilai ekonomi syariah terbagi menjadi empat:

1. Kepemilikan: Segala sesuatu merupakan mutlak kepunyaan Allah, manusia hanya dipercaya buat mengelolanya. Menurut Accounting Theory (Belkaoui: 2006)) teori kepemilikan merupakan agen ataupun perwakilan ataupun pengaturan dimana wirausahawan individual ataupun pemegang saham beroperasi. Diantara sasaran pokok syari'at Islam merupakan melepaskan manusia dari kemiskinan mengarah kehidupan yang lebih layak/berkecukupan. Al- Qur' an serta As- Sunnah menegaskan supaya tiap manusia berusaha secara produktif, mengelola kekayaannya sedemikian rupa sehingga menjadi sumber ekonomi yang akan memenuhi kebutuhan hidupnya. Allah tidak membagikan rezeki kepada manusia dalam wujud yang telah jadi serta siap digunakan, namun hanya disediakan dalam wujud sarana serta sumber daya alam (Mahfudh: 1994). Menurut para fuqaha, berakhirnya kepemilikan dapat disebabkan oleh beberapa hal. Misalnya, harta yang dimiliki rusak ataupun hilang, harta yang digunakan habis masa pakainya, barang yang digunakan rusak atau hilang, dan orang yang memanfaatkannya meninggal dunia. (Pratanto Rahayu: 2020).
2. Berusaha dengan berkeadilan: Menghindari penimbunan harta lewat dorongan buat melaksanakan perniagaan ataupun investasi serta dorongan buat menafkahkan sebagian hartanya buat kepentingan sosial serta publik. Berusaha dengan berkeadilan, keadilan bisa dicapai dengan berpegang teguh kepada prinsip-prinsip utama keadilan, yaitu a) tidak terdapatnya perlakuan berat sebelah; b) yang dijadikan bawah dasar hukum merupakan tujuan terkait apa yang dilaksanakan tidak menimpa proses hukumnya; c) memandang sesuatu kasus dari bermacam-macam aspek (Amin: 1931). Bustanul Arifin menyatakan bahwa ada sebagian perbandingan konsep keadilan yang diartikan dalam hukum Islam serta hukum perdata, ialah keadilan dalam hukum merupakan keadilan yang sesuai dengan hukum Allah yang ada didalam Al- Qur' an serta Hadits, sebaliknya keadilan dalam perdata, hukum merupakan keadilan yang ditetapkan oleh penalaran ide manusia belaka (Arifin, 1996). Keadilan ekonomi merupakan kondisi ataupun suasana di mana setiap orang memperoleh apa yang telah menjadi haknya. Keadilan ekonomi berarti memperlakukan setiap

orang secara adil sehingga setiap orang mendapat penghidupan yang layak sesuai dengan kebutuhan dan potensinya (Syantoso & Komarudin: 2018).

3. Kerjasama dalam kebaikan: Menolong sesama harus dilaksanakan untuk tujuan kebaikan bukan untuk tujuan keburukan bahkan dalam perlombaan sekalipun, bekerjasama dalam kebaikan tidak dilarang didalam Islam. Sesuatu bentuk sikap saling tolong-menolong terhadap sesama yang disuruh dalam agama Islam selama kerjasama itu tidak dalam rangka permusuhan dan perbuatan dosa maka itu merupakan kerjasama dalam islam (Syarifuddin: 2010).
4. Pertumbuhan yang seimbang: Manajemen harta mempertimbangkan keseimbangan spiritual dan pelestarian alam. Dalam menilai pertumbuhan ekonomi, terdapat perbedaan antara konsep ekonomi Islam dan ekonomi kapitalis. Perbedaan ini muncul dari sudut pandang yang berbeda-beda tentang makna dan tujuan hidup. Berangkat dari konsep dasar kapitalis yang tujuan utamanya adalah memenuhi kebutuhan materi yang tidak terbatas, muncul sikap pemenuhan barang dan jasa yang tidak terbatas. Lain halnya dengan islam, meskipun dipandang perlu secara materi, islam tidak melupakan unsur moral-spiritual dan tidak mengedepankan materi sebagai tujuan utama, karena dalam ajaran Islam manusia tidak hanya akan menjalani hidup di dunia saja akan tetapi manusia akan dibangkitkan kembali kelak di akhirat. Sikap demikian sejak pertama sudah terintegrasi dalam kehidupan baik sosial, politik atau ekonomi (Mannan: 1997). Penggunaan sumber daya manusia merupakan kebutuhan bagi manusia untuk kesejahteraan dirinya, termasuk di antara tujuan syariah, demikian pula pemanfaatan sumber daya alam sebagai bahan untuk memperoleh hasil yang lebih besar, tetapi Islam juga melarang pemborosan (Chapra: 1997).

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang memberikan penjelasan dan gambaran terkait jual beli giveaway dalam persepektif ekonomi syariah. Yang dilakukan dengan menggambarkan suatu masalah atau fenomena yang terjadi secara akurat. Dan hasil yang diperoleh dideskripsikan dengan baik. Metode pengumpulan data dengan cara pengamatan, wawancara, dan atau penelaahan dokumen. Adapun lokasi penelitian adalah oflaila\_busana yang menggunakan media online dalam penjualan dengan mempraktikkan sistem giveaway dalam promosi penjualan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan observasi yang dilakukan bahwasanya jangkuan Instagram itu sangat luas. Hal tersebut menjadi salah satu alasan oflaila\_busana menggunakan Instagram untuk memasarkan produknya, dan agar pelanggan semakin tertarik maka diadakan program giveaway untuk menjadi daya tarik konsumen. Dengan adanya giveaway ini follower bertambah dan penjualan juga meningkat. Adapun produk yang dijual yaitu baju muslim-muslimah mulai dari gamis, kerudung, baju koko anak dan dewasa. Sistem pemasaran online melalui instagram yang digunakan

dapat menarik pelanggan bukan hanya dalam negeri seperti karawang, Riau, Papua dll bahkan sudah sampai luar negeri seperti Hongkong, Malaysia dan Mesir. Adapun untuk satu kali pesanan pelanggan yang paling banyak itu pernah 650 pesanan. Dan untuk pakaian seragam hajatan ada yang pernah pesan untuk 20 orang. Ofaila\_busana memiliki 20,8 rb pengikut, 255 yang diikuti dan 565 postingan. Adapun untuk persyaratan program giveaway yang dilakukan ofaila\_busana adalah sebagai berikut:

Syarat giveaway di ofaila\_busana:

- ✓ Wajib follow iG kami (@ofaila\_busana) akun tidak boleh di private
- ✓ Untuk customer yang sudah punya produk apapun dari Laila busana wajib post di feed akun iG pribadi dengan caption yang menarik dan tag iG ofaila\_busana
- ✓ Dan untuk customer baru yang belum punya produk kami, kalian share foto produk kami yang kalian inginkan di feed kalian dengan caption menarik dan tag iG @ofaila\_busana.
- ✓ Jika syarat 1,2,3 sudah dilakukan lalu share postingan giveaway ini di story kalian lalu coment DONE pada postingan

Syarat dan ketentuan Giveaway ied series 2022

- ✓ Harus follow ig @ofaila\_busana
- ✓ Spam like dan koment disemua postingan ied series 2022
- ✓ Tuliskan alasan kalian mengapa mau dapetin produk Laila busana di postingan GA ini
- ✓ Tag 5 teman kalian di postingan GA ini

Cara penentuan pemenang giveaway di Instagram ofaila\_busana dengan cara dipilih yang sesuai dengan kriteria persyaratan giveaway yang tertera di postingan ofaila\_busana dan pengumuman pemenang juga melalui feed Instagram ofaila\_busana. Dan ada salah satu moment Ketika pengumuman giveaway, follower yang sudah mengikuti giveaway nama-namanya berada dalam gulungan kertas kemudian kertas tersebut dimasukkan ke dalam toples dan kemudian di undi. Nama yang keluar dari toples tersebut akan menjadi pemenang giveaway dari ofaila\_busana. Dan pemenang tidak dikenakan biaya ongkir, untuk ongkir ditanggung oleh penyelenggara yakni ofaila\_busana.

Landasan syariah yang memperbolehkan undian:

## Al-Qur'an

Dulu, ketika Maryam binti Imram masih kecil, ibunya memberikannya untuk berkhidmat pada umat. Saat itu, beberapa orang berjuang untuk merawat ibunda Nabi Isa. Salah satu pihak yang terlibat adalah Nabi Zakariya. Nabi Zakariya berharap memiliki seorang anak, dan istri Nabi Zakaria adalah bibinya Maryam. Akhirnya, ketika semua orang merasa sangat berhak untuk merawat Maryam, mereka kemudian berundi. Didalam Al-Qur'an kisahnya diabadikan.

ذَلِكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْغَيْبِ نُوحِيهِ إِلَيْكَ ۚ وَمَا كُنْتَ لَدَيْهِمْ إِذْ يُلْقُونَ أَقْلَامَهُمْ أَيُّهُمْ يَكْفُلُ مَرْيَمَ وَمَا كُنْتَ لَدَيْهِمْ إِذْ يَخْتَصِمُونَ [٣: ٤٤]

*"Itulah sebagian dari berita-berita gaib yang Kami wahyukan kepadamu (Muhammad), padahal engkau tidak bersama mereka ketika mereka melemparkan pena mereka (untuk mengundi) siapa di antara mereka yang akan memelihara Maryam. Dan engkau pun tidak bersama mereka ketika mereka bertengkar". (Q.S Ali Imran: 44).*

## **Hadist**

Nabi Muhammad SAW adalah khatamul ambiya, tidak akan ada lagi Nabi yang diutus setelah beliau dan beliau memiliki beberapa istri. Nabi Muhammad SAW tidak membeda-bedakan istri-istrinya, semua istrinya memiliki hak lahir yang sama. Maka istri muda tidak memiliki keistimewaan yang lebih dari istri beliau yang sudah tua. Jadi jika Nabi Muhammad SAW bepergian, setiap orang berhak bepergian bersamanya. Kemudian akan dibuat undian untuk menentukan siapa diantara istri-istri beliau yang akan menemaninya.

Sebagaimana diceritakan oleh istri Rasulullah SAW yakni ummu Aisyah Radhiyallahu 'anha

كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا أَرَادَ سَفَرًا أَقْرَعَ بَيْنَ نِسَائِهِ فَأَيُّهُنَّ خَرَجَ سَهْمُهَا خَرَجَ بِهَا مَعَهُ

*"Apabila Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam hendak safar, beliau mengundi diantara istrinya, siapa yang keluar namanya. Maka beliau akan berangkat bersama istrinya yang menang". (HR. Bukhari:2593 dan Muslim: 7196).*

Diperbolehkan undian apabila tidak ada unsur judi, ada unsur mukhatharah (keuntungan dan kerugian) yang menang untung sedangkan yang kalah rugi. Jika unsur untung dan ruginya seperti itu, maka itu adalah judi. Dalam undian dengan para istri Rasulullah SAW, seperti yang dikisahkan oleh ummu Aisyah Radhiyallahu 'anha. Tidak ada untung atau rugi. Ada keuntungan dan tidak ada kerugian (sial). Istri yang namanya sudah keluar ini cukup beruntung bisa bergabung dengan suaminya. Maka tidak akan rugi, adapun untuk yang namanya belum keluar tidak ada kerugian sedikit pun. Berbeda halnya ketika seseorang melakukan taruhan. Setiap orang membayar 10.000 kemudian diundi. Siapapun yang namanya muncul diperbolehkan untuk mengambil seluruhnya. Satu menang dan yang lain kalah. Ini namanya judi. (<https://pengusahamuslim.com>, n.d.). Menurut Dahlan (1997) Empat imam madzhab yakni Imam Syafi'i, Imam Hanafi, Imam Maliki dan Imam Hambali, setuju bahwa undian hadiah dibagi menjadi dua kategori berdasarkan manfaat dan kerugian. Kategori pertama mencakup undian yang tidak memiliki manfaat sehingga tidak ada kerugian, dan kategori kedua mencakup undian yang memiliki manfaat sehingga merugikan salah satu pihak.

Praktik giveaway yang dilaksanakan di oflaila\_busana pemenangnya berhasil mendapatkan hadiah sesuai dengan giveaway yang direncanakan tanpa menyebabkan kerugian bagi mereka yang tidak memenangkan giveaway. Oleh karena itu, prinsip ini juga diterapkan pada giveaway di oflaila\_busana, di mana pemenang giveaway mendapatkan hadiah yang ditawarkan, dan peserta yang tidak memenangkan undian tidak mendapatkan apa pun, tanpa mengakibatkan kerugian psikologis atau finansial. Sehingga dalam hal ini tidak ada pihak yang dirugikan.

Praktik nilai-nilai ekonomi syariah di oflaila\_busana

1. Kepemilikan: Oflaila\_busana dikelola oleh Ibu Siti Nurlaila S. Pd dan suaminya Bapak Ahmad Goatsul Haq S. Sy. Mereka adalah Pengelola sekaligus owner dari oflaila\_busana, Karena harta itu adalah titipan yang harus diolah dengan sebaik-baiknya, maka oflaila\_busana setiap bulan rutin memberikan sedakah sebagai upaya dari mensejahterakan umat. Dan untuk zakat oflaila\_busana belum sampai nishob. Dengan demikian kepemilikan harta manusia mempunyai watak relatif sebab hakikatnya senantiasa kepunyaan Allah secara absolut sekalian buat menegaskan bahwa manusia ada amanah untuk mengelolanya dan kemudian memberikannya (sifat dermawan) kepada orang-orang yang membutuhkannya dan untuk keperluan umum (kepemilikan bersama-sama). Selain menjaga keseimbangan antara hak individu dan hak negara, Islam menghormati hak relatif kepemilikan properti. Sebagaimana firman Allah:

قَالَ لَنْ أُرْسِلَهُ مَعَكُمْ حَتَّى تُؤْتُونِ مَوْثِقًا مِنَ اللَّهِ لَتَأْتُنَّنِي بِهِ إِلَّا أَنْ يُحَاطَ بِكُمْ ۗ فَلَمَّا آتَوْهُ مَوْتِقَهُمْ قَالَ اللَّهُ عَلَىٰ مَا نَقُولُ وَكِيلٌ [١٢:٦٦]

*“Ingatlah sesungguhnya kepada Allah apa yang ada di langit dan di bumi. Ingatlah, sesungguhnya janji Allah itu benar, tetapi kebanyakan mereka tidak mengetahuinya “. (QS. Yunus: 66).*

2. Berusaha dengan berkeadilan: Kegiatan giveaway bisa diikuti oleh semua orang tanpa ada keharusan untuk membeli produknya. Ini memberikan kesempatan kepada masyarakat luas untuk bisa memakai pakain yang layak/bagus tanpa harus membeli produknya. Produk oflaila\_busana sangat bagus dan berkualitas, stylish tapi tetap syar’i. Dan pemenang giveaway tidak dibebankan biaya ongkir, ongkir pemenang ditanggung oleh oflaila\_busana. Berusaha dengan berkeadilan, Sebagaimana yang diajarkan dalam agama Islam bahwa setiap orang harus dapat menjaga keselarasan antara urusan dunia maupun urusan akhirat, karena kita meyakini kehidupan dunia itu sementara dan kehidupan akhirat itu selamanya. Jadi fokus kita ketika bekerja bukan hanya untuk dunia akantetapi untuk akhirat juga. Syaratnya harus dilakukan dengan usaha dan kerja keras. Khususnya, untuk mencapai kesuksesan dalam kehidupan dunia.

Nabi Muhammad SAW dan sahabat-sahabatnya telah mencontohkan bekerja keras. Nabi Muhammad SAW sejak tinggal bersama pamannya yakni Abu Thalib, beliau bekerja keras dengan berniaga untuk menolong ekonomi pamannya tersebut. Karena berdagang merupakan salah satu pintu rezeki. Usman bin Affan seorang pengusaha sukses yang telah berusaha sangat keras (Jandra: 2018). Sebagaimana ditegaskan dalam Islam, manusia memiliki kecenderungan (intrinsik) untuk cinta harta (QS. Ali Imran 14; QS Al Fajr dan QS Asy Syuara). Hal ini akan menyebabkan penimbunan harta yang berlebihan (QS. Al Humazah: 1-3).

3. Bekerjasama dalam kebaikan: pengguna Instagram mengikuti akun dari oflaila\_busana sebagai upaya dari menambah jumlah follower untuk akun tersebut. Dengan bertambahnya follower maka akan semakin banyak yang mengenal dan mengetahui produk dari oflaila\_busana. Tentunya ini menjadi nilai tambah bagi oflaila\_busana untuk branding dari produknya. Dan pihak dari oflaila\_busana juga memberikan kontribusi dengan cara memberikan giveaway kepada pengguna Instagram yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh oflaila\_busana. Begitu juga dengan upaya pembukaan lapangan pekerjaan, oflaila\_busana memanfaatkan penjahit lokal yang ada di karawang dalam pembuatan produknya. Dalam Islam kita dianjurkan untuk bekerjasama dalam kebaikan sebagaimana firman Allah SWT:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam kebaikan dan janganlah kamu tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”.* (QS. Al-Maidah: 2).

4. Pertumbuhan yang seimbang: Program giveaway ini tidak memberatkan konsumen. Dengan adanya giveaway ini konsumen tetap bisa memenuhi kebutuhan primernya tanpa harus mengalokasikan sejumlah dana untuk membeli produk dari oflaila\_busa. oflaila\_busana membuat pakain Muslim-Muslimah dengan mengusung konsep stylish, simple, syar’i. Jadikan busana muslim sebagai style mu. Dengan pertumbuhan penduduk muslim yang semakin meningkat setiap tahunnya di Indonesia, kebutuhan pada pakaian pun akan semakin meningkat. Pakaian Muslim-muslimah yang dibuat oleh oflaila\_busana bisa menjadi pilihan bagi umat Islam untuk tetap bisa tampil stylish dan tetap syar’i. Adapun praktik giveaway yang dilakukan di oflaila\_busana tidak ada yang bertentangan dengan ekonomi syariah. Sebenarnya pertumbuhan penduduk adalah keseimbangan dinamis antara dua kekuatan yang menambah atau mengurangi jumlah penduduk. Perkembangan penduduk akan dipengaruhi oleh jumlah bayi yang lahir namun secara bersamaan akan berkurang oleh jumlah kematian yang dapat terjadi pada semua kelompok umur. Dalam konteks spasial, mobilitas penduduk juga mempengaruhi perubahan jumlah penduduk, dimana imigrasi akan meningkatkan jumlah penduduk dan emigrasi akan mengurangi jumlah penduduk di suatu wilayah. Bagi sebagian kalangan, jumlah penduduk yang besar merupakan hal yang positif karena dengan jumlah penduduk yang besar dapat dijadikan sebagai subyek pembangunan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Praktik nilai-nilai ekonomi syariah di oflaila\_busana dapat disimpulkan:

1. Kepemilikan: Oflaila\_busana pemiliknya adalah Ibu Siti Nurlaila S. Pd dan suaminya Bapak Ahmad Goatsul Haq S. Sy. Mereka adalah Pengelola sekaligus owner dari oflaila\_busana, Karena harta itu adalah titipan yang harus diolah dengan sebaik-baiknya, maka oflaila\_busana setiap bulan rutin memberikan shodakoh sebagai upaya dari mensejahterakan umat. Dan untuk zakat oflaila\_busana belum sampai *nishob*.
2. Berusaha dengan berkeadilan: Kegiatan giveaway bisa diikuti oleh semua orang tanpa ada keharusan untuk membeli produknya. Ini memberikan kesempatan kepada masyarakat luas untuk bisa memakai pakain yang layak/bagus tanpa harus membeli produknya. Produk oflaila\_busana sangat bagus dan berkualitas, stylish tapi tetap syar'i. Dan pemenang giveaway tidak dibebankan biaya ongkir, ongkir pemenang ditanggung oleh oflaila\_busana.
3. Kerjasama dalam kebaikan: pengguna Instagram mengikuti akun dari oflaila\_busana sebagai upaya dari menambah jumlah follower untuk akun tersebut. Dengan bertambahnya follower maka akan semakin banyak yang mengenal dan mengetahui produk dari oflaila\_busana. Tentunya ini menjadi nilai tambah bagi oflaila\_busana untuk branding dari produknya. Dan pihak dari oflaila\_busana juga memberikan kontribusi dengan cara memberikan giveaway kepada pengguna Instagram yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh oflaila\_busana. Begitu juga dengan upaya pembukaan lapangan pekerjaan, oflaila\_busana memanfaatkan penjahit lokal yang ada di karawang dalam pembuatan produknya.
4. Pertumbuhan yang seimbang: Program giveaway ini tidak memberatkan konsumen. Dengan adanya giveaway ini konsumen tetap bisa memenuhi kebutuhan primernya tanpa harus mengalokasikan sejumlah dana untuk membeli produk dari oflaila\_busana. Oflaila\_busana membuat pakain Muslim-Muslimah dengan mengusung konsep stylish, simple, syar'i. Jadikan busana muslim sebagai style mu. Dengan pertumbuhan penduduk muslim yang semakin meningkat setiap tahunnya di Indonesia, kebutuhan pada pakaian pun akan semakin meningkat. Pakaian Muslim-muslimah yang dibuat oleh oflaila\_busana bisa menjadi pilihan bagi umat islam untuk tetap bisa tampil stylish dan tetap syar'i. Adapun praktik giveaway yang dilakukan di oflaila\_busana tidak ada yang bertentangan dengan ekonomi syariah. Berdasarkan giveaway yang dilakukan di oflaila\_busana tidak ada terdapat syarat yang dilarang dalam agama. Jadi praktik giveaway di oflaila\_busana sudah sesuai dengan ekonomi syariah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aimana, M. T., & Fahrullah, A. (2022), Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Giveaway Bersyarat Dalam Akun Instagram @giveaway.oyi, 5, 172–181.
- Ainulyaqin, M. H., Saiban, K., & Munir, M. (2023), Praktek Gadai Sawah di Kabupaten Bekasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam, 08(01), 51–60.
- Amin, A. (1931), *Al-Akhlāq*. Kairo: Dār al-Kutub.

- Arifin, B. (1996), *Pelebagaan Hukum Islam di Indonesia: Akar sejarah, Hambatan dan Prospeknya*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Astuti, E. V. (2021), Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Giveaway Sebagai Daya Tarik Minat Konsumen (Studi Kasus Akun Instagram Santriway).
- Belkaoui, A. . (2006), *Accounting Theory*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chapra, M. U. (1997), *Al-Qur'an menuju Sistem Moneter Yang Adil*. (Dana Bhakti Waqaf, Ed.). Yogyakarta.
- Dahlan, A. A. (1997), *Ensiklopedia Hukum Islam (Jilid 2)*. Jakarta: Ichtar Baru Van Hoeve.
- Edy, S., & Rayuningsih, (2021), Peranan Baitul Maal Wat Tamwil Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Melalui Pembiayaan Mudharabah (Studi Kasus BMT Fajar Cabang Cileungsi Bogor Periode 2018-2019), *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(01), 47-54.  
<https://doi.org/10.37366/jespb.v6i01.176>
- Fatima, I. N. (2018), Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Giveaway Pada Transaksi Online shop Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
- Fitriyah, A. (2020), Praktik giveaway Pada Online Shop Di Media Instagram Perspektif Undang -Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dan Hukum Perjanjian Syariah.
- Haqiqi, M. H. (2022), Efektivitas Penggunaan Instagram Dalam Meningkatkan Daya Beli Followers Pada Produk Body Serum Di @numyskincare.  
<https://dataindonesia.id>. (n.d.). pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022. Jakarta.
- <https://pengusahamuslim.com>. (n.d.). <https://pengusahamuslim.com/4473-inilah-undian-yang-diperbolehkan-dalam-islam.html>.
- Jandra, M. (2018), Pendidikan Islam dan Lapangan Kerja. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, 2(1), 121.  
<https://doi.org/10.14421/panangkaran.2018.0201-07>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018), Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18.  
<https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Mahfudh, S. (1994), *Nuansa Fiqih Sosial*. Yogyakarta: LKIS.
- Mannan, M. A. (1997), *Teori dan Praktek Ekonomi Islam, terj. M. Nastngin*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Midisen, K., & Handayani, S. (2021), Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai Ditinjau Secara Hukum Fikih. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(01), 10-19.  
<https://doi.org/10.37366/jespb.v6i01.172>
- Nawawi, I. (2012), *Fikih Muamalah: Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ni'mah, E. A. C. Z. (2021), Wanprestasi Dalam Praktik Giveaway Sebagai Daya Tarik Konsumen di Instagram ... | 29, 4(2), 29-40.
- Nisrina, M. (2015), *Bisnis online: manfaat media sosial dalam meraup uang*.

Yogyakarta: Kobis.

- Nurudin, (2013), Media Sosial Baru dan Munculnya Renovasi Komunikasi Baru, *551253(246)*, 13.
- Pratanto Rahayu, W. (2020), Konsep Kepemilikan Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Irtifaq*, 7(1), 81–82.
- Rahmaputri, A. A. (2015), Respon Konsumen Pada Program Sales Promotion Giveaway (Studi Kualitatif Pada Melodiary K-pop Online shop). *e-Proceeding of Management*, 2(3), 4107–4115. Diambil dari [https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/104403/jurnal\\_eproc/respon-konsumen-pada-program-sales-promotion-giveaway-studi-kualitatif-pada-melodiary-k-pop-online-shop-.pdf](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/104403/jurnal_eproc/respon-konsumen-pada-program-sales-promotion-giveaway-studi-kualitatif-pada-melodiary-k-pop-online-shop-.pdf)
- Sakum, & Hidayat, I. (2020), Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 5(01), 120–148. <https://doi.org/10.37366/jespb.v5i01.87>
- Soleha, S., Hani, U., & Huda, R. (2020), Perspektif Ulama Banjarmasin Terhadap Akad Dalam Praktik Giveaway Bersyarat, 1–13.
- Syantoso, A., & Komarudin, P. (2018), ISSN Elektronik: 2442-2282 Volume: IV, Nomor I, Juni 2018, 20–39.
- Syarifuddin, A. (2010), *Garis-Garis Besar Fiqh*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wahyuni, I. (2016), Strategi Viral Marketing Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan, 1–65.