

Ujang Sandi Nugraha, 2023, Analisis Praktik *Giveaway* dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Toko iPhone Tasik Kota Tasikmalaya): Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik *giveaway* dalam perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini didasari oleh adanya praktik *giveaway* yang senantiasa digunakan sebagai salah satu strategi *marketing* suatu perusahaan. Penelitian ini akan difokuskan terhadap mekanisme dari pelaksanaan *giveaway* mulai dari alur pelaksanaan hingga persyaratan dan ketentuan-ketentuan yang digunakan dalam pelaksanaan *giveaway* itu tersendiri. Sehingga nantinya peneliti akan menganalisis praktik *giveaway* ini dengan menggunakan kaidah-kaidah yang digunakan dalam praktik pemasaran syariah. Mulai dari kesesuaian akad yang digunakan dalam praktik *giveaway* hingga karakteristik strategi pemasarannya dalam *giveaway* itu tersendiri. Metode penelitian yang dilakukan peneliti adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive*, teknik pengumpulan dengan triangulasi sumber, analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *giveaway* merupakan suatu praktik pemasaran yang digunakan sebagai strategi untuk menarik minat konsumen dan memperluas pasar dari suatu perusahaan. Dalam praktiknya tersendiri, akad yang digunakan dalam praktik *giveaway* ini merupakan akad hadiah. Dalam penentuan pemenang *giveaway* tidak ada syariat yang dilanggar karena dalam praktiknya ini mengedepankan saling ikhlas dan ridho antara penyelenggara dengan peserta dan juga kedua pihak telah mengetahui apa yang menjadi ketentuan dari *giveaway* ini. selain itu jika dilihat dari karakteristik pemasaran syariah, praktik *giveaway* ini memiliki kesesuaian karakteristik yaitu *theistis (rabaniyya)*, *etis (akhlaqiyyah)*, *realistis (al-waqi'iyah)* dan *humanistis (insaniyyah)* dengan mengedepankan aspek kejujuran dan kepercayaan pelanggan, transparansi, berlaku adil dan selalu menepati janji dan tidak curang.

Kata Kunci : *Giveaway*, Ekonomi Syariah, Akad, Karakteristik, Pemasaran Syariah

Ujang Sandi Nugraha, 2023, Analysis of Giveaway Practices from a Sharia Economic Perspective (Case Study of the Tasik iPhone Shop, Tasikmalaya City): Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Siliwangi University.

ABSTRACT

This research aims to determine giveaway practices from a sharia economic perspective. This research is based on the practice of giveaways which are always used as a marketing strategy for a company. This research will focus on the mechanism of implementing the giveaway, starting from the execution flow to the terms and conditions used in implementing the giveaway itself. So that later researchers will analyze this giveaway practice using the rules used in sharia marketing practices. Starting from the suitability of the contract used in the giveaway practice to the characteristics of the marketing strategy in the giveaway itself. The research method used by researchers is a descriptive method with a qualitative approach. The qualitative approach is a research method that is based on the natural conditions of the object, where the researcher is the key instrument, sampling data sources is carried out purposively, the collection technique is source triangulation, data analysis is inductive/qualitative and the results of qualitative research emphasize meaning rather than generalization. The research results show that the giveaway practice is a marketing practice that is used as a strategy to attract consumer interest and expand a company's market. In practice, the contract used in this giveaway practice is a gift contract. In determining the winner of the giveaway, no Sharia law is violated because in practice this prioritizes mutual sincerity and blessing between the organizer and the participants and also both parties know what the provisions of this giveaway are. Apart from that, if we look at the characteristics of sharia marketing, this giveaway practice has the following characteristics, namely theistic (rabaniyya), ethical (akhlaqiyyah), realistic (al-waqi'iyah) and humanistic (insaniyyah) by prioritizing aspects of honesty and customer trust, transparency, validity, fair and always keeps promises and does not cheat.

Keywords: *Giveaway, Sharia Economics, Contract, Characteristics, Sharia Marketing*