

**ANALISIS UNSUR GHARAR DAN MAYSIR DALAM PRAKTIK UNDIAN
BERHADIAH PADA SEKTOR RITEL: TINJAUAN DARI PERSPEKTIF EKONOMI
SYARIAH**

Dhiyaa Meuthia Faiqah Erba¹

M. Zainul Wathani²

Nur Hajjah³

^{1/2/3}Politeknik Hasnur, Ray V, Jl. Brigjen H. hasan Basri, Handil Bakti, Kec. Alalak,
Kabupaten Barito Kuala, Kalimantan Selatan 70582
087849872534 dhiyaameuthia1402@gmail.com

ABSTRAK

Praktik undian berhadiah sering digunakan sebagai strategi promosi dalam kegiatan perdagangan untuk menarik minat konsumen. Namun, dalam perspektif ekonomi syariah, praktik ini menimbulkan permasalahan apabila mengandung unsur gharar (ketidakpastian) dan maysir (perjudian). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik undian berhadiah ditinjau dari prinsip ekonomi syariah, khususnya terkait unsur gharar dan maysir dalam mekanisme pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh dari jurnal ilmiah, buku fikih dan ekonomi Islam, serta fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa undian berhadiah diperbolehkan secara syariah apabila bersifat hibah murni, tidak mensyaratkan pembelian atau kontribusi finansial dari peserta, serta hadiah berasal dari dana penyelenggara. Sebaliknya, undian berhadiah yang mensyaratkan pembelian produk atau melibatkan dana peserta mengandung unsur gharar dan maysir sehingga tidak sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya transparansi mekanisme dan kejelasan sumber hadiah agar praktik promosi undian berhadiah sejalan dengan nilai keadilan dan kemaslahatan dalam ekonomi Islam.

Kata Kunci: gharar, maysir, ekonomi syariah.

ABSTRACT

Prize draw promotions are commonly used as a marketing strategy in commercial activities to attract consumer interest. However, from the perspective of Islamic economics, such practices raise concerns when they contain elements of gharar (uncertainty) and maysir (gambling). This study aims to analyze prize draw practices based on the principles of Islamic economics, particularly focusing on the presence of gharar and maysir in their implementation mechanisms. This research employs a qualitative descriptive approach. Data were collected from academic journals, Islamic jurisprudence and Islamic economics books, as well as relevant fatwas issued by the National Sharia Council of the Indonesian Council of Ulama (DSN-MUI). The findings indicate that prize draw promotions are permissible under Islamic law when they are purely voluntary gifts (hibah), do not require purchases or financial contributions from participants, and when the prizes are fully funded by the

organizer. Conversely, prize draws that require product purchases or involve participant contributions contain elements of gharar and maysir, making them inconsistent with the principles of Islamic economics. This study highlights the importance of transparency in mechanisms and clarity of prize funding sources to ensure that prize draw promotions align with the values of justice and public welfare (masalah) in Islamic economics.

Keywords: gharar, maysir, and Islamic economics.

PENDAHULUAN

Perdagangan zaman dahulu banyak penjual yang menggunakan jual beli barang dengan system undian berhadiah untuk promosi barang yang dijualnya dengan tujuan konsumen bisa tertarik dengan barang yang ditawarkannya (Soraya D. A., 2021). Begitu juga di era ekonomi modern yang semakin kompetitif, strategi pemasaran memiliki peran vital dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam menarik perhatian konsumen. Perusahaan dalam memasarkan produknya banyak menggunakan berbagai cara salah satunya adalah dengan memberikan hadiah agar pelanggan berminat dengan produk yang ditawarkan. Promosi dengan pemberian hadiah ini sudah menjadi hal yang banyak dilakukan oleh berbagai macam perusahaan karena persaingan yang ketat di berbagai sektor usaha, mulai dari perbankan, ritel, hingga industri makanan cepat saji, mendorong para pelaku bisnis untuk berinovasi dalam merancang program promosi yang tidak hanya menarik, tetapi juga mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Salah satu strategi yang paling banyak digunakan adalah promosi berbentuk undian berhadiah, yaitu kegiatan promosi di mana konsumen berkesempatan mendapatkan hadiah melalui mekanisme pengundian setelah melakukan pembelian produk atau layanan tertentu. Menurut Kotler dan Keller, promosi merupakan bagian penting dari bauran pemasaran (marketing mix) yang berfungsi untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. (Alfian dan Yanti 2022)

Program undian berhadiah umumnya dilakukan dengan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memperoleh hadiah tertentu setelah melakukan pembelian produk atau jasa. Skemanya pun beragam, seperti pengumpulan kupon fisik, pengisian data digital, hingga penggunaan kode unik yang diundi secara acak. Tujuannya adalah menarik perhatian masyarakat agar lebih tertarik membeli produk dengan iming-iming hadiah menarik. Tidak dapat dipungkiri bahwa strategi ini terbukti efektif meningkatkan penjualan dan membangun loyalitas pelanggan dalam waktu singkat. Daya tarik emosional dan psikologis dari peluang untuk “menang” memberikan sensasi tersendiri yang mendorong seseorang melakukan pembelian lebih banyak dibandingkan kebutuhan awalnya.

Namun dibalik efektivitas promosi tersebut, muncul pertanyaan mengenai kesesuaiannya dalam pandangan ekonomi Islam. Setiap bentuk transaksi ekonomi harus terbebas dari unsur yang diharamkan, seperti riba (tambahan yang batil), gharar (ketidakpastian yang berlebihan), dan maysir (perjudian atau spekulasi). Dua unsur terakhir, yakni gharar dan maysir, sering menjadi fokus utama dalam menilai keabsahan praktik undian. Gharar dapat terjadi ketika konsumen tidak mengetahui secara pasti peluang menang atau manfaat yang diperoleh, sementara maysir muncul jika kegiatan undian menimbulkan unsur spekulasi yang menyerupai perjudian. Dalam pandangan Al-Ghazali, setiap transaksi yang mengandung ketidakpastian dan spekulasi berlebihan dapat menimbulkan gharar yang dilarang, sedangkan Yusuf al-Qaradawi menegaskan bahwa maysir adalah setiap bentuk keuntungan yang diperoleh tanpa usaha nyata.

Fenomena ini tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga nyata di masyarakat. Banyak konsumen Muslim terlibat dalam program undian berhadiah tanpa mengetahui



implikasi hukumnya menurut syariah. Padahal, dalam prinsip muamalah Islam, setiap transaksi harus menjunjung tinggi keadilan ('adl) dan kejujuran (shidq). Ketika ketidakpastian atau spekulasi yang berlebihan hadir, maka transaksi tersebut dapat kehilangan esensi keadilan dan menimbulkan ketidakseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk menelaah lebih jauh bagaimana hukum dan etika Islam memandang praktik undian berhadiah dalam konteks kontemporer.

Dari berbagai latar belakang tersebut, diketahui bahwa praktik undian berhadiah menempati posisi yang kompleks dalam hukum ekonomi syariah. Dalam tataran praktik, undian sering kali digunakan sebagai strategi promosi yang sah untuk meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pasar, sehingga berpotensi memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun demikian, dari perspektif ekonomi syariah, praktik ini tidak terlepas dari potensi pelanggaran terhadap prinsip-prinsip dasar muamalah, khususnya yang berkaitan dengan larangan gharar (ketidakpastian berlebihan) dan maysir (unsur spekulatif atau perjudian). Kedua unsur ini menjadi perhatian utama karena dapat menimbulkan ketidakadilan ekonomi, mengaburkan transparansi transaksi, serta membuka ruang bagi eksploitasi konsumen melalui janji hadiah yang tidak pasti.

Undian berhadiah kerap mengandung unsur ketidakjelasan mengenai peluang menang, sumber dana hadiah, serta mekanisme pemilihan pemenang yang tidak selalu transparan. Ketidakpastian semacam ini dapat mengakibatkan kerugian sepihak dan bertentangan dengan prinsip keadilan ('adl) yang menjadi fondasi utama sistem ekonomi Islam. Sementara itu, dari sisi maysir, praktik undian dapat menyerupai bentuk perjudian apabila peserta mengeluarkan biaya, membeli produk, atau berpartisipasi semata-mata untuk mengejar peluang mendapatkan hadiah, tanpa adanya nilai produktif yang sebanding. Dalam pandangan ekonomi syariah, perilaku ini termasuk dalam kategori spekulatif karena mengandalkan keberuntungan, bukan pada kerja keras dan kontribusi ekonomi yang nyata.

Oleh sebab itu, diperlukan analisis mendalam untuk menilai sejauh mana unsur gharar dan maysir hadir dalam praktik undian berhadiah yang berkembang di masyarakat modern. Kajian ini menjadi penting agar dapat dibedakan antara undian yang bersifat hibah murni dan promosi yang halal, dengan undian yang mendekati praktik maysir atau spekulasi yang dilarang. Melalui pendekatan ekonomi syariah, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi bentuk-bentuk ketidakpastian (gharar) dan unsur spekulatif (maysir) dalam mekanisme undian berhadiah.

Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual dan praktis bagi pelaku usaha untuk merancang strategi promosi yang menarik tanpa menyalahi prinsip syariah, sekaligus memberikan edukasi kepada masyarakat agar lebih kritis, rasional, dan selektif dalam berpartisipasi dalam berbagai program undian berhadiah di era ekonomi modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kepustakaan. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang didapatkan melalui artikel jurnal ilmiah, buku fikih dan ekonomi islam, fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, serta publikasi ilmiah yang relevan. Pendekatan ini dinilai tepat karena permasalahan yang dikaji bersifat konseptual dan normatif, sehingga memerlukan penalaran kritis yang didasarkan pada sumber-sumber ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan (Muhaimin 2020).

Data yang diperoleh ditinjau kembali melalui proses reduksi data, yaitu dengan memilih sumber-sumber yang secara langsung membahas praktik undian berhadiah, konsep gharar dan maysir, serta ketentuan dalam ekonomi syariah. Data yang telah direduksi selanjutnya dianalisis dengan cara kualitatif (Rifa'i 2024) dan mengelompokkan konsep, pandangan ulama, serta ketentuan fatwa yang berkaitan dengan undian berhadiah untuk menilai kesesuaian praktik undian berhadiah terhadap prinsip-prinsip syariah. Analisis dilakukan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah untuk menilai kesesuaiannya terhadap unsur gharar dan maysir. Secara keseluruhan penelitian ini diperkuat melalui evaluasi kritis terhadap isi, metode, dan kesimpulan dari setiap sumber yang digunakan, sehingga hasil penelitian ini memiliki dasar akademik yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Penelitian ini menggunakan 14 sumber rujukan yang dikaji secara mendalam untuk mendapatkan kesimpulan yang normatif mengenai pandangan ekonomi syariah terhadap undian berhadiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas ekonomi yang kita lakukan sehari-hari tidak dinilai dari hasilnya, namun juga terlihat dari mekanisme serta dampak yang ditimbulkan, seperti praktik ekonomi yang dilarang oleh agama islam bisa kita temukan dalam kehidupan sehari-hari yaitu, maysir (Fachruddin 2024). Maysir merupakan segala bentuk permainan yang di dalamnya terdapat unsur taruhan antara dua pihak atau lebih, di mana hasil akhirnya ditentukan oleh keberuntungan semata, bukan oleh usaha nyata. Dalam praktiknya, kegiatan judi menimbulkan kondisi menang dan kalah, di mana pihak yang menang berhak memperoleh hasil taruhan, sedangkan pihak yang kalah kehilangan miliknya. Taruhan yang digunakan tidak selalu berupa uang, tetapi dapat berupa harta benda, bahkan pada masa tertentu pernah sampai melibatkan istri dan anak sebagai objek taruhan.

Agar suatu permainan dapat dikategorikan sebagai judi, terdapat tiga unsur utama yang harus terpenuhi. Pertama, adanya taruhan berupa harta atau materi yang berasal dari kedua pihak yang berjudi. Kedua, adanya media atau permainan yang dijadikan alat untuk menentukan siapa yang menang dan siapa yang kalah. Ketiga, adanya pihak yang menang mengambil harta yang menjadi taruhan, sedangkan pihak yang kalah kehilangan hartanya sepenuhnya. Ketiga unsur ini menjadikan praktik tersebut sebagai bentuk transaksi yang tidak adil karena keuntungan satu pihak didapat dari kerugian pihak lain, tanpa adanya aktivitas produktif yang sah menurut prinsip ekonomi Islam.

Judi dalam pandangan agama islam termasuk perbuatan dosa besar yang sangat dikecam oleh Allah SWT dan merupakan perbuatan yang dilarang keras karena judi tidak hanya merusak tatanan ekonomi dan sosial, tetapi juga menjerumuskan pelakunya pada kehancuran moral dan spiritual. Perbuatan ini sejajar dengan perbuatan syirik karena menjadikan keberuntungan dan nasib sebagai sandaran, bukan usaha dan doa. Selain itu, judi menumbuhkan permusuhan dan kebencian di antara manusia, menanamkan sifat malas berusaha, serta menjauhkan seseorang dari Allah SWT. Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam berbagai ayat Al-Qur'an, bahwa maysir merupakan perbuatan setan



yang menyesatkan manusia dari mengingat Allah dan menjauhkan mereka dari nilai kerja keras dan tanggung jawab (Zaura Zahira Soffa dan Tajul Arifin 2025).

Dengan demikian, dari perspektif ekonomi syariah, judi atau maysir adalah bentuk aktivitas yang merusak keseimbangan sosial dan ekonomi karena mengandung unsur spekulasi, ketidakadilan, dan pengalihan harta tanpa sebab yang sah. Islam menegaskan bahwa segala bentuk perolehan harta harus didasarkan pada usaha yang halal, produktif, dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, bukan melalui taruhan dan permainan untung-untungan yang menimbulkan kerugian dan permusuhan.

Praktik undian berhadiah seringkali menjadi bagian dari pembahasan maysir dalam kajian ekonomi syariah. Undian berasal dari kata Belanda *loterij*, yang berarti pengundian berhadiah, nasib, atau peruntungan. Dalam bahasa Inggris, istilah yang sepadan adalah *lottery*, yang juga bermakna undian. Dari kedua pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa undian merupakan suatu kegiatan pengambilan keputusan atau penentuan pemenang berdasarkan hasil acak, di mana peserta memiliki peluang tertentu untuk memperoleh hadiah.

Penyelenggaraan undian dapat dilakukan oleh berbagai pihak, baik individu, perusahaan, maupun lembaga tertentu, dengan tujuan yang beragam. Dalam konteks modern, undian lebih banyak digunakan sebagai bagian dari strategi pemasaran, yaitu sebagai cara untuk menarik minat konsumen, meningkatkan penjualan produk, dan memperluas jangkauan pasar. Melalui mekanisme undian, perusahaan berupaya menumbuhkan antusiasme konsumen dengan memberikan kesempatan memenangkan hadiah, baik berupa uang, barang, maupun layanan tertentu.

Meskipun secara umum undian dipandang sebagai sarana promosi, praktiknya di masyarakat sering kali berkembang dengan makna dan bentuk yang berbeda. Ada undian yang bersifat murni hibah dari penyelenggara, di mana peserta tidak perlu mengeluarkan biaya apapun; namun ada pula undian yang mensyaratkan pembelian produk terlebih dahulu agar peserta dapat mengikuti pengundian. Perbedaan inilah yang menjadi penting dalam menilai suatu undian, terutama dalam tinjauan ekonomi syariah. (Puspita dkk. 2021)

Secara historis, praktik undian telah dikenal sejak masa sebelum Islam (masa jahiliyyah), di mana masyarakat Arab menggunakan undian untuk menentukan nasib baik atau buruk seseorang dan dilakukan di depan berhala. Islam kemudian melarang bentuk undian semacam itu karena mengandung unsur maysir (perjudian) dan gharar (ketidakjelasan).

Di era modern undian biasanya digunakan dalam dunia perdagangan sebagai strategi promosi, misalnya pembeli produk mendapatkan kupon untuk diundi tanpa adanya syarat taruhan. Jenis undian seperti ini diperbolehkan selama tidak menimbulkan kerugian bagi peserta. Sebaliknya, apabila undian mengharuskan peserta membayar biaya tertentu atau melibatkan unsur untung-rugi, maka termasuk kategori judi yang diharamkan dalam Islam.

Dengan demikian, undian pada hakikatnya adalah kegiatan pengundian yang hasilnya ditentukan oleh nasib, dan status hukumnya bergantung pada ada tidaknya unsur taruhan atau kerugian di dalamnya. (Mukhsinun 2020)

Dalam kegiatan promosi, undian ini lazim digunakan sebagai strategi pemasaran modern untuk menumbuhkan ketertarikan konsumen terhadap produk tertentu. Melalui mekanisme undian berhadiah, konsumen terdorong untuk melakukan pembelian dengan harapan memperoleh kesempatan memenangkan hadiah. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya bertujuan memberikan apresiasi kepada pelanggan, tetapi juga menjadi sarana efektif dalam meningkatkan loyalitas dan daya saing penjualan suatu produk. (Suharniati 2017)

Kegiatan promosi melalui undian seringkali hanya berorientasi pada keuntungan perusahaan tanpa mempertimbangkan nilai kemaslahatan (masalah). Dalam praktiknya, perusahaan biasanya menetapkan syarat tertentu seperti pembelian produk atau pengumpulan kupon untuk ikut undian. Hal ini menjadikan undian tersebut mengandung unsur spekulatif karena peserta tidak mengetahui apakah ia akan mendapatkan hadiah atau tidak. Ketidakpastian inilah yang menjadi bentuk nyata dari gharar, sementara harapan memperoleh hadiah tanpa usaha termasuk dalam kategori maysir (Nurbaet 2023).

Dalam pandangan ekonomi syariah, setiap bentuk promosi yang melibatkan hadiah harus dinilai berdasarkan kejelasan akad, sumber dana hadiah, serta ada tidaknya unsur gharar (ketidakpastian) dan maysir (perjudian). Sebagaimana ditegaskan dalam prinsip fiqh muamalah, setiap transaksi yang mengandung unsur spekulatif, ketidakjelasan hasil, dan potensi kerugian bagi salah satu pihak dapat menggugurkan keabsahan akadnya. Bentuk hadiah dalam konteks promosi dapat dikategorikan menjadi tiga jenis utama, pertama hadiah yang mensyaratkan sesuatu untuk mendapatkannya, hadiah yang tidak mensyaratkan apapun, dan hadiah yang diberikan dalam perlombaan atau kompetisi ilmiah. Ketiga bentuk ini memiliki implikasi hukum yang berbeda ditinjau dari prinsip syariah.

Pertama, Hadiah yang mensyaratkan sesuatu untuk mendapatkannya adalah bentuk promosi yang paling umum digunakan dalam dunia perdagangan modern. Dalam sistem ini, peserta atau konsumen harus melakukan tindakan tertentu seperti membeli produk, menggunakan jasa, atau mengikuti program berbayar agar memperoleh kesempatan untuk mendapatkan hadiah. Dengan kata lain, untuk bisa ikut serta dalam program promosi, peserta wajib memenuhi syarat tertentu yang telah ditetapkan oleh penyelenggara.

Bentuk hadiah seperti ini terbagi menjadi dua macam utama. Pertama, hadiah yang bentuk dan nilainya jelas sejak awal. Contohnya, setiap pembelian satu kemasan teh mendapat satu gelas gratis, atau setiap transaksi dengan nominal tertentu memperoleh bonus barang promosi. Dalam hal ini, semua peserta mendapatkan manfaat yang sama tanpa unsur ketidakpastian. Oleh karena itu, dari sudut pandang ekonomi syariah, promosi seperti ini diperbolehkan karena tidak mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) maupun maysir (perjudian). Hadiah diberikan sebagai bentuk tabarru' atau sebagai tambahan nilai jual yang transparan. Semua pihak mengetahui secara jelas apa yang akan diterima, tanpa ada pihak yang dirugikan. Kedua, hadiah yang bentuk atau nilainya tidak diketahui sebelumnya. Dalam praktik ini, hanya sebagian produk atau konsumen yang mendapatkan hadiah, sementara yang lain tidak memperoleh apa-apa.

Contohnya, pembeli suatu produk tertentu berhak mendapat kupon undian, lalu hadiah akan diundi di waktu tertentu. Dalam kasus ini, terdapat unsur gharar karena peserta tidak mengetahui secara pasti apakah ia akan mendapatkan hadiah atau tidak, serta unsur maysir karena keikutsertaan didorong oleh harapan untuk menang bukan oleh kebutuhan nyata terhadap produk yang dibeli. Peserta yang tidak menang telah mengeluarkan biaya, sedangkan manfaatnya tidak sebanding dengan pengorbanan yang dikeluarkan.

Dari sisi ekonomi syariah, praktik semacam ini tidak dapat dibenarkan karena mengandung sifat spekulatif dan potensi ketidakadilan. Selain mengandung unsur gharar dan maysir, praktik undian berhadiah yang mensyaratkan adanya kontribusi finansial dari peserta juga mirip seperti riba, karenamenimbulkan tambahan keuntungan sepihak dantambahan tersebut yang diperoleh penyelenggara tanpa adanya imbalan yang sepadan mencerminkan karakter riba karena adanya unsur tambahan yang tidak dibenarkan dalam aktivitas ekonomi syafriah(Rahman 2023). Transaksi jual beli juga bisa menjadi tidak murni, sebab sebagian niat pembeli bukan lagi untuk memperoleh barang, tetapi untuk mengejar peluang hadiah. Kondisi ini dapat mengacaukan motivasi ekonomi yang sehat dan mengarah pada perilaku konsumtif.

Selain itu, dalam konteks promosi modern, undian berhadiah yang mewajibkan pembelian produk sering kali menjelma menjadi bentuk perjudian terselubung (qimār). Peserta membeli barang bukan karena kebutuhan, tetapi karena berharap memenangkan hadiah besar. Padahal, dari ribuan pembeli, hanya segelintir yang memperoleh hadiah, sementara yang lain menanggung kerugian tanpa manfaat tambahan (Puspita dkk. 2021).

Oleh sebab itu, berdasarkan prinsip ekonomi syariah dan merujuk pada Fatwa DSN-MUI No. 58/DSN-MUI/V/2007 tentang Lomba Berhadiah, kegiatan promosi yang mensyaratkan pembelian produk untuk memperoleh hadiah tidak diperbolehkan, apabila sumber hadiah berasal dari dana peserta atau apabila biaya hadiah sudah dimasukkan dalam harga barang. Praktik seperti ini secara substansi mengandung gharar dan maysir, sebab keuntungan penyelenggara diperoleh dari kerugian peserta, bukan dari transaksi yang adil dan transparan (Soraya dan Dea 2021)

Dengan demikian, hadiah yang mensyaratkan sesuatu untuk mendapatkannya hanya dapat dibenarkan jika bentuk hadiah dan syaratnya jelas, tidak menimbulkan ketidakpastian, dan tidak menjadikan peserta menanggung risiko kerugian. Jika unsur spekulatif dan ketidakjelasan muncul, maka promosi semacam ini tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan keseimbangan yang menjadi dasar sistem ekonomi Islam.

Kedua, Hadiah yang Tidak Mensyaratkan Apapun untuk Mendapatkannya. Bentuk promosi ini berbeda secara mendasar dari jenis sebelumnya, karena tidak mensyaratkan pembelian, pembayaran, atau partisipasi dalam bentuk transaksi apapun. Contohnya, undian berhadiah yang diadakan oleh toko atau perusahaan tanpa mensyaratkan pembelian produk, di mana kupon dibagikan secara cuma-cuma kepada masyarakat. Dalam konteks ini, hukum undian berhadiah diperbolehkan, karena tidak ada unsur maysir maupun gharar. Peserta tidak menanggung risiko kerugian apa pun, dan hadiah diberikan sebagai bentuk hibah atau promosi murni dari pihak penyelenggara. Kegiatan semacam ini juga mencerminkan prinsip tabarru' (pemberian sukarela), di mana pihak penyelenggara memberikan manfaat tanpa mengharapkan imbalan finansial dari peserta.

Dari sudut pandang ekonomi Islam, model seperti ini bahkan dapat dianggap positif karena mendorong iklim promosi yang adil dan tidak menipu konsumen.

Dalam perspektif ekonomi syariah, analisis terhadap praktik undian berhadiah tidak dapat dilepaskan dari dua unsur pokok yang menjadi dasar penilaiannya, yaitu *gharar* (ketidakpastian) dan *maysir* (perjudian). Kedua unsur ini menjadi parameter penting karena Islam menekankan bahwa setiap kegiatan ekonomi harus berlandaskan pada prinsip keadilan (*al-'adl*), kejelasan (*al-bayān*), dan keseimbangan (*tawāzun*). Suatu transaksi tidak hanya dinilai dari hasilnya, tetapi juga dari proses dan niat yang mendasarinya. Oleh karena itu, kegiatan undian, meskipun secara lahiriah tampak sebagai bentuk promosi atau hiburan, tetap harus diteliti secara mendalam apakah sesuai dengan nilai-nilai syariah atau justru bertentangan dengannya.

Ketiga, Hadiah dalam Perlombaan atau Kompetisi Ilmiah. Jenis ini adalah hadiah yang diberikan dalam konteks musabaqah ilmiah atau kompetisi keilmuan, seperti lomba hafalan Al-Qur'an, lomba karya tulis ilmiah, atau kegiatan akademik lainnya. Dalam hal ini, hukum pemberian hadiah masih diperdebatkan di kalangan ulama.

Pendapat pertama, dari mazhab Syafi'i, Maliki, dan sebagian Hanbali, melarang adanya hadiah dalam kompetisi ilmiah, dengan berdalil pada hadis Nabi SAW: ("Sunan Abi Dawud 2574 - Jihad (Kitab Al-Jihad),")

"Tidak ada perlombaan (memperebutkan sesuatu) kecuali dalam memanah, pacuan unta, atau pacuan kuda." (HR. Abu Dawud, no. 2574). Mereka berpendapat bahwa pemberian hadiah hanya boleh dalam perlombaan yang mendukung jihad fisik, bukan kompetisi ilmiah.

Pendapat kedua, yang dipegang oleh mazhab Hanafi dan sebagian Hanbali serta dirajihkan oleh Ibnu Taimiyyah dan Ibnul Qayyim, membolehkan hadiah dalam lomba ilmiah dengan dasar bahwa agama ditegakkan dengan hujjah dan ilmu, bukan hanya kekuatan fisik. Mereka menilai kompetisi ilmiah termasuk dalam bentuk jihad intelektual, sehingga pemberian hadiah di dalamnya diperbolehkan selama dilakukan dengan niat yang baik dan tanpa unsur taruhan.

Dengan demikian, bentuk promosi dan hadiah yang beragam tersebut harus selalu ditinjau dengan prinsip ekonomi syariah: menghindari *gharar* dan *maysir*, menjaga ridha dan transparansi antara pihak-pihak yang terlibat, serta memastikan bahwa kegiatan ekonomi memberikan manfaat nyata (*maslahah*) bagi masyarakat (Ali 2025).

Jika suatu undian bersifat gratis dan tidak melibatkan pembayaran apa pun dari peserta, maka secara prinsip tidak termasuk dalam kategori *maysir*. Hal ini karena tidak terdapat unsur pengorbanan finansial yang menimbulkan potensi kerugian pada salah satu pihak. Dalam kondisi ini, peserta tidak mengeluarkan modal atau biaya tertentu untuk memperoleh kesempatan mendapatkan hadiah. Begitupun dengan kupon yang diberikan secara cuma-cuma, ini termasuk dengan pemberian hadiah atau hibah kepada pemenang sekalipun penyelenggara mendapatkan keuntungan non-materi dalam bentuk iklan sponsor. Hal ini semata-mata hibah, tidak mengandung unsur riba, *gharar*, *qimar*, dan tidak ada larangan syari (MSc 2020).

Apabila dalam pembelian disyaratkan harus membeli kupon untuk mendapatkan hadiah undian, maka hal ini termasuk *maysir* dan *gharar*. Karena saat ia membeli kupon ia

tidak tahu apakah akan mendapatkan hadiah yang nilainya jauh lebih besar daripada nilai tiket ataukah tidak, ini termasuk gharar.

Transaksi yang mengandung gharar dan maysir harus dihindari dan mekanisme pelaksanaan undian tetap harus dilaksanakan secara transparan, adil, dan dapat dipertanggungjawabkan. Proses penentuan pemenang harus dilakukan dengan kejelasan yang tidak menimbulkan keraguan, penipuan, atau manipulasi data peserta. Apabila seluruh proses berjalan dengan jelas dan jujur, maka undian jenis ini dapat dikategorikan mubah (boleh), sebab tidak melanggar prinsip syariah dan bahkan dapat menjadi sarana hiburan yang positif selama tidak menimbulkan unsur kesia-siaan.

Adapun unsur *gharar* dalam undian berhadiah muncul ketika akad jual beli atau partisipasi dilakukan dengan ketidakjelasan hasil dan objek transaksi. *Gharar* adalah kondisi yang menimbulkan ketidakpastian atau ketidakjelasan dalam transaksi, baik mengenai keberadaan objek, nilai, maupun hasil yang akan diperoleh. Transaksi yang mengandung unsur *gharar* dilarang karena berpotensi menimbulkan ketidakadilan dan merugikan salah satu pihak.

Para ulama empat mazhab besar, yaitu Hanafi, Maliki, Syafi'i, dan Hambali, telah membagi praktik undian menjadi dua kategori berdasarkan manfaat dan mudaratnya. Pertama, undian yang tidak mengandung mudarat, yakni tidak menimbulkan kerugian bagi pihak manapun, baik penyelenggara maupun peserta. Kedua, undian yang mengandung mudarat, yang bisa bersifat finansial maupun moral, seperti kerugian ekonomi atau kerusakan mental akibat ketergantungan pada nasib dan spekulasi (Nurbaet 2023).

Penelitian lain juga menguraikan bahwa jenis undian yang menyebabkan kerugian finansial atau ketergantungan mental termasuk dalam kategori *azlam* sebagaimana disebutkan dalam QS. Al-Maidah ayat 90. Ayat tersebut secara eksplisit melarang segala bentuk perbuatan yang mengandung unsur spekulasi atau perjudian karena dapat menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara manusia (Puspita dkk. 2021).

Azlam adalah alat pengundi nasib yang digunakan bangsa Arab jahiliyah untuk mencari petunjuk atau keputusan hidup melalui cara takhayul. Mereka mempercayai bahwa hasil undian kayu tersebut menunjukkan kehendak gaib atau keputusan para berhala yang mereka sembah. Dalam Islam, *azlam* diharamkan karena dianggap sebagai perbuatan syirik menggantikan peran Allah SWT dengan takdir buatan manusia serta termasuk dalam permainan nasib yang tidak rasional dan bertentangan dengan prinsip tawakal serta syariat Islam (Fiqih).

Hubungan *azlam* dengan undian, gharar, dan maysir sangat erat karena praktik *azlam* pada dasarnya merupakan bentuk awal dari sistem undian berbasis spekulasi dan peruntungan seperti yang dikenal dalam praktik modern.

Dalam konteks *gharar*, *azlam* mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*) karena hasilnya sepenuhnya bergantung pada keberuntungan tanpa dasar yang pasti atau rasional. Dalam pelaksanaannya orang yang melakukan praktik *azlam* tentu saja tidak mengetahui hasil akhir yang akan didapat. Apakah hasilnya karena menyerahkan sesuatu yang tidak memiliki kepastian hukum maupun manfaat yang jelas.

Sementara dalam konteks *maysir*, *azlam* termasuk permainan untung-untungan (*maysir*) karena hasil undiannya menimbulkan kemungkinan adanya pihak yang “untung” dan pihak lain yang “rugi”, sebagaimana prinsip perjudian. Sama seperti judi, *azlam* membuat seseorang memperoleh hasil atau keputusan tanpa usaha yang sah secara syar’i, melainkan hanya berdasarkan keberuntungan.

Dari sudut pandang ekonomi syariah, *azlam* bertentangan dengan prinsip keadilan dan kerja nyata, karena mengandalkan nasib, bukan usaha dan ilmu. Oleh karena itu, praktik *azlam* menjadi dasar larangan Islam terhadap segala bentuk undian yang mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian) dan *maysir* (spekulasi atau perjudian) dalam transaksi maupun keputusan ekonomi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik undian berhadiah hukumnya bergantung pada unsur-unsur yang terkandung di dalamnya. Jika undian dilakukan tanpa syarat pembelian dan hadiah disediakan sepenuhnya oleh penyelenggara tanpa melibatkan dana peserta, maka hukumnya boleh. Namun, jika undian mensyaratkan pembayaran atau pembelian produk untuk mendapatkan peluang hadiah, maka praktik tersebut mengandung *gharar* dan *maysir* yang dilarang dalam Islam. Anggota Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia, KH Hamdan Rasyid juga menjelaskan bahwa undian berhadiah diperbolehkan apabila tidak merugikan. Tapi, dapat berubah apabila berisiko merugikan salah satu pihak. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti hadiah undian bersumber dari dana perusahaan, bukan dari iuran yang diperoleh dari peserta. Oleh karena itu, apabila hadiah undian bersumber dari para peserta maka undian tidak diperbolehkan. Kemudian, perusahaan yang menyelenggarakan undian tersebut tidak memanfaatkan dana yang terkumpul dari peserta baik dalam bentuk penempatan atau hal lainnya. Terakhir adalah barang atau jasa yang dijadikan sebagai hadiah merupakan barang dan jasa yang halal menurut syariah dan bukan barang yang ilegal (Soraya dan Dea 2021).

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (Mukhsinun 2020) yang menyatakan bahwa bentuk undian yang dilakukan sebagai bagian dari strategi promosi dapat dibenarkan secara syariah apabila tidak disertai biaya tambahan, tidak menimbulkan spekulasi, dan tidak menciptakan ketidakjelasan terhadap hak konsumen. Dalam banyak kasus, peserta undian harus melakukan pembelian produk tertentu untuk memperoleh kupon undian. Artinya, ada hubungan langsung antara transaksi jual beli dengan peluang mendapatkan hadiah. Di sinilah muncul potensi *gharar* karena konsumen tidak mengetahui apakah mereka akan memperoleh manfaat tambahan (hadiah) atau tidak. Jika unsur spekulasi ini lebih dominan dibandingkan nilai manfaat produk itu sendiri, maka mekanismenya dapat mendekati bentuk perjudian (*maysir*).

Fatwa DSN-MUI No. 58/DSN-MUI/V/2007 menegaskan bahwa bentuk undian yang mensyaratkan pembayaran atau pembelian produk sebagai syarat keikutsertaan termasuk dalam kategori *maysir* terselubung, dan hukumnya haram. Menurut pandangan Dr. Oni Sahroni, anggota Dewan Syariah Nasional MUI, undian (*qur’ah*) pada dasarnya hanyalah alat yang netral bisa bernilai positif atau negatif tergantung pada kontennya. Jika hadiah berasal dari dana perusahaan dan pelaksanaannya transparan tanpa unsur taruhan atau iuran peserta, maka undian tersebut diperbolehkan. Namun, jika hadiah berasal dari uang



peserta atau dana yang diputar untuk kepentingan tertentu, maka hukumnya berubah menjadi haram karena telah menyerupai perjudian.

Ekonomi Islam menekankan aktivitas ekonomi yang adil, transparan, dan menghasilkan manfaat nyata bagi masyarakat. Oleh karena itu, meskipun undian modern tampak sah secara hukum positif, secara syariah harus tetap diuji berdasarkan unsur gharar dan maysir, agar tidak melanggar prinsip keadilan dan kemaslahatan yang menjadi dasar ekonomi Islam (Soraya dan Dea 2021).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, disimpulkan bahwa praktik undian berhadiah dalam perspektif ekonomi syariah dinilai berdasarkan mekanisme pelaksanaan dan sumber dana hadiah. Undian berhadiah yang mensyaratkan pembelian produk atau mensyaratkan peserta untuk berkontribusi dari segi finansial, tentu saja mengandung gharar dan maysir karena mengandung ketidakpastian dan sekuasi, hal ini berpotensi menimbulkan ketidakadilan ekonomi dan tidak sesuai dengan ekonomi syariah karena merugikan salah satu pihak. Sebaliknya, apabila undian bersifat hibah murni tanpa adanya keikutsertaan peserta berkontribusi secara finansial dibenarkan secara syariah karena tidak menimbulkan risiko kerugian. Dengan demikian, kejelasan mekanisme, transparansi pelaksanaan, dan keabsahan sumber hadiah menjadi faktor penentu dalam menilai kehalalan praktik undian berhadiah menurut ekonomi syariah.

Penelitian ini menegaskan bahwa penerapan prinsip ekonomi syariah dalam undian berhadiah memiliki implikasi penting, baik bagi pelaku usaha atau konsumen. Bagi pelaku usaha, kepatuhan terhadap ekonomi syariah tidak hanya menjaga transaksi yang halal, namun juga membangun kepercayaan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Bagi konsumen, pemahaman terhadap unsur gharar dan maysir menjadi bekal penting untuk bersikap lebih kritis, rasional, dan selektif dalam mengikuti berbagai program promosi berbasis undian.

Agar praktik undian berhadiah di masyarakat dapat berjalan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, maka disampaikan beberapa saran sebagai berikut.

Pertama, pelaku usaha perlu merancang mekanisme promosi dan undian berhadiah yang transparan, adil, serta berbasis hibah murni, dengan memastikan bahwa hadiah sepenuhnya berasal dari dana perusahaan dan tidak dibebankan kepada konsumen.

Kedua, lembaga regulator dan otoritas keagamaan, khususnya Dewan Syariah Nasional MUI, diharapkan terus memperkuat sosialisasi dan pengawasan terhadap praktik promosi berbasis undian agar tidak menyimpang dari ketentuan syariah.

Ketiga, masyarakat dan konsumen Muslim perlu meningkatkan literasi ekonomi syariah agar mampu membedakan antara promosi yang halal dan praktik spekulatif yang berpotensi merugikan.

Keempat, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian empiris mengenai perilaku konsumen terhadap undian berhadiah serta dampaknya terhadap pola konsumsi dan etika ekonomi syariah di era digital.

Melalui penerapan prinsip-prinsip tersebut, diharapkan praktik promosi modern dapat berjalan secara etis, adil, dan membawa kemaslahatan, sehingga aktivitas ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai keadilan dan keberkahan dalam ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, Ian, dan Nursantri Yanti. 2022. "KONSEP UNDIAN BERHADIAH DALAM Q.S AL-MAIDAH AYAT 90 MENURUT TAFSIR AL-MISBAH." *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* 9 (2): 104. <https://doi.org/10.30829/hf.v9i2.13627>.
- Ali, Muhammad. 2025. *Promosi Dengan Menggunakan Hadiah / Almanhaj*. <https://almanhaj.or.id/2238-promosi-dengan-menggunakan-hadiah.html>.
- Fachruddin. 2024. "Apa Itu Maysir, Contoh, Dan Ketentuannya Dalam Islam." Apa Itu Maysir, Contoh, Dan Ketentuannya Dalam Islam, ICDX Academy. <https://www.icdx.co.id/news-detail/:category?/:slug?>
- MSc, Muhammad Abduh Tuasikal. 2020. "Hukum Hadiah Undian, Doorprize, Dan Giveaway, Apakah Termasuk Judi?" *Rumaysho.Com*, Juni 12. <https://rumaysho.com/24808-hukum-hadiah-undian-doorprize-dan-giveaway-apakah-termasuk-judi.html>.
- Muhaimin. 2020. *Metode Penelitian Hukum*. Pertama. Mataram University Press.
- Mukhsinun. 2020. "UNDIAN DAN LOTERE DALAM PERSPEKTIF MASAIL AL-FIQHIYYAH." *Jurnal Labatila: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*. https://www.researchgate.net/publication/354262629_UNDIAN_DAN_LOTERE_DALAM_PERSPEKTIF_MASAIL_AL-FIQHIYYAH.
- Nurbaet, Mufli. 2023. "Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Undian Berhadiah Giveaway Di Akun Instagram @Krd.Shopgaming." *Undergraduate thesis*, UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. <https://doi.org/10/2/1217139-fulltext.pdf>.
- Puspita, Sri, Sarah Aulia, Muhammad Maulana, dan Muhammad Ikhwan. 2021. "Judi, Perlombaan dan Undian." *Jurnal Ilmiah Al Furqan*. <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/4116268>.
- Rahman, Masrina. 2023. "PENGARUH PENGETAHUAN HUKUM RIBA TERHADAP PENGGUNA SPAYLATTER TERHADAP AKAD JUAL BELI." *An Nuqud Journal of Islamic Economics* 2 (1): 17–24. <https://doi.org/10.51192/annuqud.v2i1.418>.
- Rifa'i, M. Anwar. 2024. *Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan dalam Penelitian Kualitatif - STAIDA SUMSEL*. Desember 14. <https://staidasumsel.ac.id/reduksi-data-penyajian-data-dan-penarikan-kesimpulan-dalam-penelitian-kualitatif/>.
- Soraya, dan Alvvi Dea. 2021. "Samakah Undian Berhadiah dengan Judi? | Republika Online." *Republika*. <https://sharia.republika.co.id/berita/qpzsr2425000/samakah-undian-berhadiah-dengan-judi>.
- Suharniati, Dwi. 2017. "(Studi pada Minimarket Indomaret Soekarno Hatta 16c Kota Metro)." *IAIN Metro (Lampung)*.
- "Sunan Abi Dawud 2574 - Jihad (Kitab Al-Jihad)." t.t. Diakses 5 Februari 2026. <https://sunnah.com/abudawud:2574>.
- Zaura Zahira Soffa dan Tajul Arifin. 2025. "Hukuman bagi Pelaku Judi Online : Menurut Ayat (1) Pasal 303 KUHP dan Hadits Hr. Al-Bukhari, No. 4860 Serta Muslim No. 1647." *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora* 2 (3): 232–49. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v2i3.923>.

