

ABSTRAK

KAJIAN HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM PROMOSI BARANG DI INDONESIA

Oleh

Tri Rahayuningtyas

Sistem promosi yang merupakan sarana pengenalan suatu barang dan/atau jasa kepada masyarakat saat ini memiliki berbagai media pengenalan yang tak jarang melewati batas koridor yang telah ditetapkan guna menarik perhatian calon konsumennya. Islam yang memiliki nilai dan prinsip dalam sistem promosi, perlu diterapkan secara normatif oleh umat Islam. Di sisi lain, disamping hukum Islam terdapat hukum-hukum lain yang saling bersinggungan mengenai perlindungan konsumen termasuk diberlakukannya UUPK sebagai salah satu hukum positif Indonesia untuk mengatur perlindungan terhadap konsumen Muslim. Permasalahan dalam penelitian ini bertujuan untuk membangkitkan rasa ingin tahu mengenai bagaimana sistem promosi barang yang ada di Indonesia dan bagaimana akibat hukum dari sistem promosi barang menurut hukum Islam.

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian hukum normatif dengan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan masalah penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pengumpulan data melalui studi pustaka. Data kemudian dianalisis secara kualitatif, komprehensif, dan lengkap.

Hasil Penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa sistem promosi dalam hukum Islam dan Undang-undang Perlindungan Konsumen sama-sama mengatur mengenai perlindungan konsumen untuk menciptakan kemaslahatan, keadilan, keamanan dan menjamin kepastian hukum dalam lalu lintas perdagangan. Sistem promosi barang menurut hukum Islam akan berakibat pada dua hal yaitu bagi pelaku usaha akan berlaku prinsip ganti rugi (*dhaman*) apabila terjadi kerugian dan terbukti mengandung penipuan atas barang yang dipromosikan. Bagi pelaku usaha dan konsumen akan berlaku hak *khiyar* sebagai hak pilih untuk melanjutkan akad atau membatalkan akadnya karena barang dan/atau jasa yang semula zatnya adalah halal dapat berubah menjadi haram apabila cara produksi, tujuan konsumsi, serta sistem promosi dan distribusinya terbukti melanggar ketentuan-ketentuan *syara*'.

Kata Kunci: Hukum Islam, Sistem Promosi, Promosi Barang di Indonesia.

ABSTRACT

THE STUDY OF ISLAMIC LAW ON THE SYSTEM PROMOTIONAL GOODS IN INDONESIA

By

Tri Rahayuningtyas

The system promotional which is a means of introducing goods and/or services to the public currently has various introduction media that often cross the established corridor boundaries in order to attract the attention of potential customers. Islam has values and principles in consumer protection, that needs to be applied normatively by Muslims. On the other hand, apart from Islamic law, there are other laws which corresponding with each other regarding consumer protection, including the enactment of UUPK as one of Indonesia's positive laws that regulates the protection of Muslim consumers. The problems in this study aim to raise the interest about how the promotion system is allowed in Indonesia and what are the legal consequences of the product promotion system that violates Islamic law.

The research was conducted using a normative juridical legal research type with a descriptive type of research. The approach to this research problem uses a statute approach and a conceptual approach . Collecting data through literature study. The data were then analyzed qualitatively, comprehensively, and completely.

The results of the research and discussion show that the promotion system in Islamic law and the Consumer Protection Act both regulate consumer protection to create benefit, justice, security and guarantee legal certainty in trade traffic. The promotion system that violates Islamic law will result in two things, namely for consumers the principle of compensation (*dhaman*) will apply in the event of a loss and it is proven to contain fraud on the goods being promoted. For business actors and consumers, the *khiyar* right will apply as the right to choose to continue the contract or cancel the contract because goods and/or services which were originally halal in substance can turn out to be haram if the production method, consumption goals, as well as the promotion and distribution system are proven to violate the provisions *syara'*.

**Keywords: Islamic Law, Promotion System, Promotion of Goods in
Indonesia.**