

Janji Gratis Umrah Pada Iklan Produk: Suatu Kajian Hukum Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia = The Promise For Free Umrah On Product's Advertisement: A Study of Islamic Law and Consumer Protection in Indonesia.

Soraya Dharmawaty Franciz, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920536167&lokasi=lokal>

Abstrak

Islam merupakan agama dengan jumlah penganut terbesar di Indonesia. Para penganut ini secara otomatis merupakan subyek hukum Islam. Hal ini berarti bahwa hukum Islam dengan subyek yang besar ini menuntut pengaturan serta perkembangannya seiring berkembangnya taraf kehidupan sosial dan ekonomi subyeknya. Metode pemasaran melalui iklan di Indonesia saat ini memperlihatkan kondisi yang memprihatinkan. Terdapat iklan yang dalam publikasinya dan beredar luas di masyarakat hanya mementingkan keuntungan pribadi atau pihak-pihak tertentu semata tanpa mengindahkan kepentingan konsumen yang dirugikan. Tidak segan-segan publikasi iklan ini juga dilakukan oleh pelaku usaha muslim misalnya dengan menawarkan “janji gratis umrah” kepada khalayak iklan yang juga muslim. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai payung hukum perlindungan konsumen di Indonesia dengan tegas melarang penggunaan kata “gratis” dalam iklan jika kenyataannya konsumen harus membayar biaya-biaya lain. Hukum Islam pada dasarnya juga telah mengatur hal ini secara prinsip. Pengaturan secara prinsip ini yang kemudian penting untuk dikaji dalam penulisan ini.

.....Islam is a religion that has the biggest number of believers. These believers automatically become subjects of Islamic Law. It means that Islamic Law with the biggest number of subjects demands the regulation and development along with the development of social and economy living standards of its subjects. Nowadays, marketing method through advertisement in Indonesia demonstrate a heartbreaking situation. There some advertisement which in their publication and spread in the society only concern about benefits for certain parties without concern about the disadvantaged consumers. Moreover, these also conducted by moslem entrepreneurs such as offer “Promise for free umrah” to the advertising audience who also moslem. Law No. 8 Year 1999 about Consumer Protection as the umbrella of consumer protection law in Indonesia strictly ban the use of word “free” on advertisement if in fact consumers should pay other costs. Islamic Law basically had regulated this in principle. This principle regulation then important to be studied in this paper.