

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Analisis Hukum Islam Terhadap Strategi Promosi Sistem *Persuade* Pada Pembelian Sepeda Motor Secara Kredit di UD. Yamaha Raya Mojokerto” ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana strategi promosi sistem *persuade* pada UD. Yamaha Raya Mojokerto dalam pembelian sepeda motor secara kredit dan Bagaimana analisis hukum Islam terhadap strategi promosi sistem *persuade* pada pembelian sepeda motor secara kredit di UD. Yamaha Raya Mojokerto.

Data penelitian dihimpun dengan menggunakan teknik *library research* yaitu penelitian kepustakaan dan menggunakan teknik *field research* yaitu sebuah teknik pengambilan data melalui penelitian yang terjadi di lapangan. Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu dengan cara menuturkan dan menguraikan serta menjelaskan data yang terkumpul. Metode ini digunakan untuk mengetahui gambaran tentang bagaimana strategi promosi sistem *persuade* di UD. Yamaha Raya Mojokerto dalam pembelian sepeda motor secara kredit.

Dari hasil penelitian di lapangan, UD. Yamaha Raya menggunakan delapan cara *persuade* dalam strategi promosinya untuk mengarahkan konsumennya agar membeli sepeda motor secara kredit. Menurut analisis hukum Islam, Menurut analisis hukum Islam, proses promosi sistem *persuade* yang diterapkan oleh UD. Yamaha Raya dalam penjualan sepeda motor secara kredit memiliki tiga permasalahan yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam yaitu strategi promosi penjualan secara kredit yang mengandung unsur riba, karena melibatkan pihak ketiga yaitu BAF sebagai perusahaan pembiayaan berbasis konvensional. Kedua, promosi dalam prioritas waktu penyerahan barang dalam kasus indent. Perbuatan tersebut mencerminkan adanya *tadli@s* . Tepatnya pada *tadli@s* waktu penyerahan, yakni penipuan atas informasi tentang penyerahan sepeda motor secara indent. Ketiga, yaitu promosi layanan purna jual. Pihak *marketing* sengaja melakukan penipuan atas informasi tentang layanan servis gratis sebanyak empat kali. Perilaku tersebut mencerminkan adanya perbuatan *tadli@s* kualitas layanan purna jual.

Maka penulis menyimpulkan promosi sistem *persuade* diatas terdapat adanya unsur *tadli@s* dan riba dalam pelaksanaan praktek di lapangan dan hukumnya adalah *ba@til*. Sejalan dengan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran bahwa diharap strategi promosi sistem *persuade* yang diterapkan UD. Yamaha Raya Mojokerto dalam membujuk para konsumen agar membeli sepeda motor secara kredit, harus memberikan informasi yang jelas dan benar dan tanpa ada paksaan sesuai dengan hak-hak konsumen. Dan para konsumen diharapkan menjadi konsumen yang cerdas dalam hal mencari informasi, memilih, menentukan, atas produk pilihannya tanpa terpengaruh oleh kemauan pihak *marketing*.