BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam bermuamalah yang harus diperhatikan adalah bagaimana seharusnya menciptkan suasana dan kondisi bermuamalah yang tertuntut oleh nilai-nilai kebutuhan. Paling tidak dalam setiap melakukan aktifitas bermuamalah ada semacam keyakinan dalam hati bahwa Allah SWT selalu mengawasi seluruh gerak langkah kita dan selalu berada bersama kita. Kalau pemahaman semacam terbentuk dalam setiap perilaku muamalah (bisnis), maka akan terjadi muamalah yang jujur, amanah, dan sesuai tuntunan syariah.[1]

Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan yakni pelayanan yang diberikan haruslah memberikan kenyamanan bagi konsumen dan bertanggung jawab, hal ini berlaku bagi setiap pemilik bisnis beserta karyawanya yang dituntut untuk sopan dan ramah. Bila ini dijalankan dengan baik maka konsumen merasa sangat dihargai. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan atau muamalah. Allah SWT telah berfirman dalam surat Al-ahzab: 21 yang berbunyi:

[1]Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: kencana prenadamedia group, 2012,) 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

لَّقَدۡ كَانَ لَكُمۡ فِي رَسُولِ ٱللَّهِ أُسۡوَةٌ حَسَنَةٞ لِّمَن كَانَ يَرۡجُواْ ٱللَّهَ وَٱلۡيَوۡمَ ٱلۡأٓخِرَ وَذَكَرَ ٱللَّهَ كَثِيرٗا

﴿٢١﴾

Artinya "Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah." (QS. Al- Ahzab: 21).[2]

Dalam surat ini Allah SWT menerangkan bahwa dalam berniaga dan bermuamalah hendaknya mengikuti apa yang Rasulullah SAW telah mempraktikkan di samping itu Rasulullah SAW memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Profesionalitas yang di miliki beliau terhadap waktu dan kejujuran beliau dalam berniaga sangat patut uyntuk dijadikan contoh, maka dari itu beliau dipercaya oleh semua orang dan mendapatkan gelar Al-Amin.

Prinsip yang telah di terapkan Rasullah SAW seharusnya di jadikan contoh oleh para pembisnis saat ini, agar mampu memberikan kenyamanan dan keadilan bagi para pelanggan atau pembeli (*customer*). Tidak hanya itu untuk meningkatkan penjualan para pembisnis juga meminta bantuan tenaga jasa dalam pemasaran dan penawaran yang kita kenal saat ini sebagai SPG *(Sales Promotion Girl)* untuk julukan wanita sedengakan untuk lai-laki SPB *(Sales Promotion Boy*) karena dengan adanya bantuan dan kinerja dari SPG tingkat pemasaran suatu produk dan keuntungan dari suatu usaha dapat meningkat pesat dipasaran.

[2]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, (Jakarta: Akbar Media, 2012), 420.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Didalam Islam tidak melarangan terhadap kebebasan bermuamalah karena hal itu bagian dari suatu usaha untuk mengembangkan perekonomian yang telah Allah SWT sediakan dimuka bumi ini. Namun walaupun demikian kita sebagai umat muslim mempunyai kewajiban untuk tetap mengikuti syariat Islam sesuai cara yang telah ditetapkan, dengan begitu manajemen yang diterapkan dalam suatu usaha tersebut dapat berjalan dengan semestinya dan konsumen merasa nyaman.

Jasa *sales* dalam mempromosikan suatu produk kini seakan menjadi suatu kubutuhan karena dengan menggunakan jasa *sales*, suatu produk lebih cepat dikenal oleh masyarakat, kemampuan sales dalam menawarkan suatu produk pada konsumen benar-benar diperhatikan. Hal ini dilihat dari seberapa dalam *sales* tersebut paham terhadap seluk-beluk produk yang ditawarkan. Serta yang paling terpenting dari seorang *sales* adalah penampilan fisik yang menarik disertai dengan kerapian dan kesopanan dalam melayani pembeli (*customer*).

Pelaku bisnis harus mengetahui khususnya seorang muslim bahwa Allah Maha Bijaksana menghilangkan kemudharatan bagi manusia dalam setiap urusan. Oleh karena itu, di perlukan adanya saling percaya dalam hal ini antara pemilik bisnis, karyawan dan customer mengenai produk yang di jual.

Sebagaimana yang telah berlaku dalam kebiasaan pemasaran. Hampir disetiap toko, conter dan perusahaan menggunakan tenaga SPG dalam memasarkan dan menjual produk kepada customer. Penjualan dan penawaran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dilakukan oleh seorang SPG mempunya banyak versi. Namun biasanya SPG tersebut menyodorkan beberapa tester berupa sampel atau brosur mengenai produk atau barang yang dipromosikannya, dengan disertai menjelaskan segala fungsi dan manfaat dari suatu produk tersebut.

Pencapaian yang diraih oleh seorang *sales* promotion sudah tidak diragukan lagi. Walaupun Memang tidak semua *sales* mampu memberikan kepuasan dalam menawarkan produk yang dijualnya. Namun tidak sedikit konsumen yang awalnya tidak mempunya keinginan membeli menjadi memborong barang yang ditawarkan, karena merasa sangat membutuhkan produk tersebut setelah mendapat penjelasan manfaat dan kegunaannya dari *sales* tersebut.

Pada prinsipnya seorang *Sales Promotion Girl* (SPG) maupun *Sales Promotion Boy* (SPB) mempunyai tingkat kecerdasan yang tinggi yakni pengetahuan produk yang dipromosikan terhadap customer dan juga mempunyai penampilan fisik yang mendukung karakter produk yang ditawarkan. Dalam Islam kita harus selalu menempati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh *sales* terhadap custamer. Apabila *sales* tidak bisa menempati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka pastinya akan mendapat resiko yang akan terjadi, serta akan ditinggalkan atau tidk dipercayai lagi oleh para customer. Lebih itu Allah SWT telah berfirman dalam surat Al-Maa'idah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ أُحِلَّتۡ لَكُم بَهِيمَةُ ٱلۡأَنۡعَٰمِ إِلَّا مَا يُتۡلَىٰ عَلَيۡكُمۡ غَيۡرَ مُحِلِّي
ٱلصَّيۡدِ وَأَنتُمۡ حُرُمٌۗ إِنَّ ٱللَّهَ يَحۡكُمُ مَا يُرِيدُ ١

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu[388]. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya. (Q.S Al- Maa'idah).[3]

Aqad (perjanjian) mencakup janji prasetia hamba kepada Allah dan Perjanjian yang dibuat oleh manusia dalam pergaulan sesamanya. Artian jika akad yang di perjanjikan diawal antara penjual, dalam hal ini adalah SPG yang melakukan berbagai macam penawaran menarik terkait produk yang dijual terhadap custamer maka harus sesuai dengan apa yang diterangakan. Apa lagi saat ini sudah banyak penjualan yang bukan hanya dengan keterangan dari Sales promotionnya saja namuan juga disertai dengan tester (pencoba) yang bisa secara langsung dicoba dan dirasakan customer untuk bisa menyesuaikan dengan karakter dan seleranya sendiri.

Di antara penjualan produk yang menggunakan tester serta menggunakan bantuan *Sales Promotion* adalah minyak wangi yang biasa kita sebut *Parfum*. *Parfum* yang merupakan kebutuhan masyarakat dari dulu apalagi pada saat ini, benar-benar menjadi peluang besar bagi para pembisnis untuk meraut keuntungan, karena memang *parfum* tidak banyak melakukan perawatan dan

[3] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an* ..., 106.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak harus laku terjual pada hari itu juga karena *parfum* tidak mengalami basi serta *parfum* tidak perlu mengikuti trend layaknya fashion. Namun, kebutuhan akan *parfum* sangat meningkat seiring berkembangnya waktu. Itu sebabnya pembisnis mengakali bagaimana mendapatkan keuntugan yang banyak dari minat konsumen yang tinggi.

Parfum sebenarnya memiliki banyak jenis dan tingkatan dari mulai yang paling murah dengan tingkat alkohol yang tinggi sampai yang paling mahal dengan tingkat alkohol yang rendah, bahkan ada yang murni bibit (tanpa campuran) *parfum* jenis ini tergolong mahal karena lebih tahan lama serta nyaman digunakan. Hal ini menjadi peluang besar bagi para pembisnis untuk mendapatkan keuntungan, dibantu karyawannya yakni SPG sebagai penghubung pertama dengan customer menjadi sangat penting dalam mensiasati bagaimana mendapatkan keuntungan yang banyak dengan sedikit modal.

Customer sering kali terbujuk rayuan dari SPG yang menawarkan *parfumnya* tersebut merasa dirugikan, karena barang yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang dicoba (*tester*) hal ini menyalahi hakikat dari jual beli itu sendiri yakni saling memperkuat, saling memerlukan dan saling menguntungkan sudah tidak lagi berlaku.

Mustaq Ahmad, menyatakan dalam bukunya (*Dr., busness ethics in Islam*) Diperintahkan dalam al-Qur'an pada manusia untuk jujur, tulus, ikhlas dan benar dalam semua perjalanan hidupnya, dan ini sangat dituntut dalam bisnis syariah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika penipu dan tipu daya dikutuk dan dilarang, maka kejujuran tidak hanya diperintahkan, tetapi dinyatakan sebagai keharusan yang mutlak.[4]

Demikian pula yang terjadi conter penjual *Parfum bersegel* lebih tepatnya *parfum* produk di Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya. Disinilah kinerja SPG sangat dibutuhkan seperti yang kita ketahui bahwa seorang SPG haruslah berpenampilan menarik dan sangat aktif di kerumunan orang untuk menawarkan yang disertai dengan memberikan tester berupa kertas yang sudah di semprotkan berbagai macam *parfum* di masing-masing kertas dengan satu kertas satu aroma yang telah dipotong- potong untuk mempermudah customer dalam memilih dan menentukan selera. Seorang SPG yang menawarkan *parfum* haruslah sangat cekatan dan biasanya memiliki rasa tidak canggung karena telah mengetahui segala seluk- beluk parfumnya tersebut, dalam mempromosikan parfumnya biasanya mampu mengunggulkan dari merek lain dibuktikan dengan tester dari parfum yang ditawarkan. *Custamer* yang pada awalnya hanya ingin mencoba menjadi membeli karena rayuan SPG yang pastinya dengan berbagai info yang disampaikannya mengenai manfaat dan keuggunggulan dari parfum tersebut yang cukup bahkan sangat menarik untuk dicoba oleh customer.

Namun setelah *customer* sampai di rumah dan mencoba ketahanan parfumnya, kenyataannya menjadi berbeda dan tidak sesuai dengan tester yang diberikan oleh SPG tersebut, dengan harga yang tidak murah membuat konsumen

[4] Hermawan kartajaya dan muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Media Utama (MMU), 2006),109.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang sudah membeli menjadi kecewa karena memang *parfum* yang sudah dibeli tidak bisa ditukarkan apa lagi sampai mengembalikan *parfum* yang sudah dibeli dan mengambil uangnya kembali. Allah SWT telah mengingatkan kita tentang profesionalisme dalam menunaikan pekerjaan yakni dalam surat Al-Insyirah: 7

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانْصَبْ ۝٧

Artinya : Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. (Q.S Al- Insyirah: 7).[5]

Semua yang kita kerjakan didunia ini akan kembali kepada Allah SWT maka dari itu harus mengerjakan dengan jujur tanpa ada sifat qharar (penipuan). Adab dan etika berbisnis hendaklah dijaga dan tidak hanya mementingkan keuntungan sepihak melainkan kenyaman konsumen juga diperhatikan.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis praktek jual beli yang diterapkan oleh para SPG parfum dalam menarik customer sehingga dapat mengetahui parfum bersegel mengalami ketidak sesuaian dengan tester yang disuguhkan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penelitian ini digunakan untuk menjawab latar belakang permasalahan yang menjanggal dengan judul **Analisis Hukum Islam Terhadap Penjualan Parfum Bersegel Yang Tidak Sesuai Dengan Tester (Studi Kasus Praktek *Sales Promotion Girl* di Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya.**

[5] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, (Jakarta: Akbar Media, 2012), 378.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dipaparkan diatas dapat di identifikasi dengan adanya beberapa masalah yang penting untuk dikaji melalui penelitian sebagai berikut :

1. Daya tarik *Sales Promotion Girl* (SPG) untuk menarik minat customer.
2. Praktek jual beli *Parfum* Bersegel dengan bantuan tenaga SPG.
3. Faktor yang membuat produk *Parfum* Besegel lebih menarik dan banyak peminatnya dibandingkan parfum bibit.
4. Seringnya customer tergiur melalu kemasan yang menarik dan infomasi yang disampaikan SPG parfum yang kebanyakan tidak bisa menghindari.
5. Pengaruh berbagai campuran terhadap ketahanan parfum bersegel.
6. Analisis Hukum Islam terhadap penjualan parfum bersegel yang tidak sesuai dengan tester Studi Kasus Praktek SPG (*Sales Promotion Girl*) di Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya.

Maka penulis akan membatasi masalah yang akan dikaji sebagai berikut :

1. Praktek pemasaran yang dilakukan SPG parfum bersegel dalam memasarkan dan menawarkan produknya.
2. Daya tarik seorang SPG untuk menarik minat customer.
3. Analisis Hukum Islam terhadap penjualan parfum bersegel yang todak sesuai dengan tester Studi Kasus Praktek SPG (Sales promotion Girl) di Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, terdapat beberapa permasalahan yang perlu diungkapkan. Permasalahan-permasalahan tersebut adalah :

1. Bagaimana praktek penjualan parfum bersegel yang tidak sesuai dengan tester ?
2. Bagaimana Analisis Hukum Islam terhadap penjualan parfum bersegel yang tidak sesuai dengan tester ?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah kajian untuk mendapatkan gambaran hubungan topik yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.[6] Kajian pustaka ini diharapkan untuk tidak ada pengulangan materi yang sama, setelah penulis melakuakn penelusuran kajian pustaka dari awal sampai saat ini penulis menemukan dan membaca skripsi antara lain :

1. Jajang Nurjaman (Skripsi 2010) dengan judul : " **Tinjaun Hukum Islam Terhadap Jual Beli Parfum Beralkohol**". Menyatakan bahwa jual beli parfum beralkohol telah memenuhi rukun dan syarat sah akad jual beli, sehingga hukumnya sah menurut hukum Islam meski awalnya diragukan atas pemenuhan rukun dan sayarat sah akadnya terkait unsur zat yang

[6] Zainal Arifin, *Metode Penelitian Pendekatan,* (Surabaya : Lentera Cendelia, 2008), 42.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadi campurannya dan kemaslahatan, akan tetapi berdasarkan hasil analisis dinyatakan bahwa kedua aspek tersebut telah terpenuhi, sehingga dapat disimpulkan bahwa rukun dan syarat sahnya telah terpenuhi, sedangan alcohol yang digunakan parfum adalah *etanol* (salah satu jenis alcohol), *etanol* adalah jenis alcohol yang alami dan mengandung zat *glukosa* (zat gula), misalnya Aggur, apel, beras, jagung dan bahan alami lainnya. Oleh karena itu bahan utama etanol suci maka dari itu parfum tersebut boleh di perjual belikan.[7]

2. Bayu Dwi Kurniawan (skripsi 2016) dengan judul : " **Hubungan persuasi SPG terhadap Keputusan Membeli Pada Produk *Smartphone***". Menyatakan bahwa sanya seorang SPG memiliki kemampuan berkomonukasi persuasi sehingga mampu meningkatkan daya saing produk yang dipegangnya dipasaran. *Sales promotion Girl* (SPG) merupakan perantara dalam penyampaian informasi produk yang dijual terhadap Pembeli (*customer*) untuk akhir mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut setelah mendapatkan informasi dengan disari keinginan, kebutuhan dan pertimbangan-pertimbangan yang lain.[8]
3. Krisnawati Ningsih (skripsi 2016) dengan judul : "**tinjauan hukum islam terhadap sistem jual beli hasil perkebenun tembakau di desa rajun kecamatan pasongsongan kabupaten sumenep**". Menyatakan bahwa sanya

[7]Jajang Nurjaman,"*Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Parfum Beralkohol*" (Skripsi- UIN Sunan Kalijaga), 2010.

[8]Bayu Dwi Kurniawan, " *Hubungan Persuasi SPG Terhadap Keputusan Membeli Pada Produk Smartphone*",(Skripasi- UIN Sunan Ampel Surabaya,) 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sistem jual beli yang terdapat didesa Rajun kecamatan pasongsongan kabupaten Sumenep dengan beberapa kenaikan harga yang dilakukan petani kepada pedagang yang terus naik jika pedagang tidak sanggup membayar saat jatuh tempo 1-2 % atau bahkan sampai lebih dengan pembayaran tertunda. Tetapi selain kerugian yang dialami pedagang juga terkadang petani juga merugi, pihak petani sendiri juga merasa bahwa dirinya merasa dirugikan dari segi terkadang pedagang yang mengunakan sistim pembayaran tidak dibayar kontan, ketika petani sudah mengirimkan hasil tembakaunya kepada tempat pedagang tidak sedikit pula petani merasa ditipu dengan pedagang tidak kunjung membayar tembakau yang sudah dikirimnya. Analisis hukum Islam tentang jual beli ini tidak diperbolehkan karena lebih banyak mudaratnya dibandingkan manfaatnya dan lebih banyak pihak-pihak yang dirugikan dengan alasan keuntungan yang tinggi, melalui penetapan harga yang tidak wajar. Dan sistim jual beli yang ada di desa Rajun mengandung unsur riba dengan cara kenaikan harga atau penambahan harga tembakau yang harus dibayar jika pedagang tidak sanggup membayar tembakau tersebut saat jatuh tempo. Sistim jual beli ini berlaku dan ada di desa Rajun secara turun-temurun sejak tahun-tahun lalu.[9]

[9] Krisnawati Ningsih, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli Hasil Perkebunan Tembakau di desa Rajun Kecamatan Pasongsongan Kabupaten Sumenep* (skripsi-UIN sunan Ampel Surabaya,) 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil penelitian yang ada sebelumnya, sudah jelas ada perbedaan dan tidak ada pengulangan penelitian dan pengulangan atau kesamaan pada skripsi-skrpsi sebelumnya.

E. Tujuan Penelitian

Bertitik tolak dari permasalahan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai, adalah :

1. Untuk mengetaui dan menjelaskan praktek penjualan parfum bersegel yang tidak sesuai dengan tester.
2. Untuk mengetahui Analisis Hukum Islam terhadap penjualan parfum bersegel yang tidak sesuai dengan tester.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terdiri dari segi teoritis dan segi praktis, yait:

1. Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menjadi kajian analisis yang berhubungan dengan ketidak sesuaian Parfum yang dijual dengan tester yang disuguhkan oleh SPG di Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya.
2. Dari segi praktis, bermanfaat bagi pelaku yakni SPG dan pemilik usaha yang seharusnya menyatakan diawal mengenai kekurangan dari barang yang ditawarkan bukan hanya mengenai kelebihannya saja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Definisi Operasional

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dalam konsep penelitian, maka perlu dijelaskan terlebih dahulu beberapa istilah yang ada dalam judul diatas. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan :

1. Hukum Islam

   Hukum Islam adalah seperangkat peraturan berdasarkan wahyu Allah Swt. dan sunah Rasul saw tentang tingkah laku manusia mukalaf yang diakui dan diyakini berlaku dan mengikat untuk semua umat yang beragama Islam.[10] Dalam penelitian ini yang di maksud hukum Islam adalah ketentuan atau peraturan tentang penjualan Parfum bersegel yang tepat dengan kinerja SPG melalui tester dan informasi terkait Parfum yang tiwarkan terhadap *customer*.

   Perlu diperhatikan bahwa ada tiga prinsip penting yang mesti diperhatikan dalam jual beli yaitu: tidak boleh mengambil hak orang lain tanpa seizinnya, tidak boleh membohongi dan menipu customer, tidak boleh menyelisihi aturan dan wajib ditaati, selama itu tidak menuju terhadap kemaksiatan, begitupun dalam jual beli parfum bersegel harus mengacu pada tiga prinsip tersebut.

2. Parfum bersegel

   Parfum besegel merupakan minyak wangi yang kemasannya menggunakan dus dan botolnya 99% mendekati original dan parfum yang

[10] Tim penyusun MKD Uin Sunan Ampel Surabaya, *Studi Hukum Islam*, (Surabaya : Uin Sunan Ampel Press, 2013), 44.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seperti ini biasanya mahal karena kemasan dan minyak wanginya original dengan komposisi yang disesuaikan hingga menghasilkan parfum yang tahan lama dan nyaman baik dalam segi aroma maupun di aplikasikan di badan.

3. Tester

   Menurut kamus bahasa inggris *Tester* kata lain dari ; dari pencobaan, penguji dan dalam penjualan parfum, apapunpun itu jenisnya apa lagi yang telah bersegel. *Tester* sangat dibutuhkan untuk mengetahui aroma dari parfum yang tawarkan tersebut sampai pada akhirnya customer menjatuhkan pilihan terhadap aroma yang dipilih.Hal ini harus diperhatikan untuk mendapatkan parfum yang sesuai dengan kondisi badan dan tidak hanya wangi karena jika tidak disesuikan dengan badan, parfum yang telah dipilih menjadi tidak nyaman dan bahkan mengundang bau badan yang tidak sedap.Maka dari itu tester dalam penjualan parfum itu sangatlah penting.

4. *Sales Promotion Girl* (SPG)

   Sales Promotion Girl adalah seorang perempuan yang direkrut oleh perusahaan atau pemilik usaha untuk mempromosikan produk. SPG parfum pada umumnya harus mempunya kecerdasan dan pengetahuan mengenai seluk beluk dari parfum yang ditawarkan pada customer karena itu SPG disini sangat diandalkan walaupun kemampuan oraang berbeda-beda namun menjadi SPG memang sangat dituntut untuk hal itu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dalam bentuk studi kasus, yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala obyektif yang terjadi di lokasi tersebut.[11] Dalam hal ini yang menjadi lapangan penelitian adalah Stand Parfum Royal Plaza Surabaya.Dengan fokus penelitian adalah Penjualan Parfum Bersegel yang tidak sesuai dengan Tester.

Selanjutnya, serangkaian langkah-langkah yang dibutuhkan agar penilitian ini memberikan deskriptif yang baik, maka dilakukan langkah-langkah sebagai beriku :

1. Data yang dikumpulkan

   Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka data yang dikumpulkan untuk penelitian ini adalah :

   a. Data tentang kinerja SPG dalam menarik cutomer.
   b. Data tentang minat customer terhadap Parfum bersegel dari pada parfum isi ulang
   c. Penetapan dan kliem yang dinyatakan oleh SPG bahwa parfum yang ditawarkan merupakan parfum original dan sesuai dengan Tester yang disuguhkan.
   d. Omeset yang harus diraih oleh masing-masing SPG dalam menjual Parfum Bersegel.

2. Sumber data

[11] Abdurrahman Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi,* (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2006), 96.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber data mengenai Penjualan Parfum Bersegel yang tida sesuai dengan Tester (studi Kasus Praktek SPG di beberapa Mall di Surabaya) digali dari sumber-sumber berikut :

a. Sumber primer

primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.[12]Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara. Adapun diantarnya yang menjadi sumber penelitian ini meliputi :

1) Pemilik Usaha Parfum Bersegel di Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya
2) *Sales Promotion Girl* (SPG) di Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya
3) *Customer* Parfum Bersegel di Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya

b. Sumber sekunder

Sumber sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.[13] Adapun sumber sekunder yang digunakan dari penelitian ini adalah :

[12] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Edisi I Cetakan VII,(Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 20.07), 91
[13] *ibid.,*91.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti mengenai penjualan Prafum bersegel di Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya.
2) Al-Qur'an dan Hadis
3) Fiqih Muamalah
4) Dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan Penjualan Parfum Bersegel oleh SPG yang menggunakan Tester .

3. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Data untuk menjawab masalah penelitian dapat dilakukan dengan cara pengamatan (observasi), yakni mengamati gejala penelitian. Dalam hal ini panca indera manusia (penglihatan dan pendengaran) diperlukan untuk menangkap gejala yang diamati.Apa yang ditangkap tadi, dicatat dan selanjutnya catatan tersebut dianalisis.[14] Observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang Penjualan Parfum Bersegel oleh SPG dengan bantuan Tester yang disuguhkan terhadap *customer*.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yakni melalui kontak antara pengumpul

[14] Rianto Adi, *Metodologi Sosisal dan Hukum*, (Jakarta : Granit, 2004), 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

data (pewawancara) dengan sumber data (*responden*).[15] Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung terhadap customer, SPG, dan pemilik Usaha. Seperti penawaran yang dilakukan oleh SPG untuk menarik minat customer yang datang berkunjung ke Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya.

c. Dekumentasi

Dokumentasi merupakan cacatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.[16]

Metode ini dimaksudkan untuk menggali segala hal-hal yang berkaitan dengan Parfum bersegel yang telah ramai digandrungi para pecinta parfum dan para masyarakat umum yang menggunkannya karena kebutuhan.

4. Teknik pengelolaan data

Setelah data terkumpul dari segi lapangan maupun pustaka, maka dilakukan teknik pengelolaan data sebagai berikut :

a. *Editing* adalah pemeriksaan kembali data-data yang diperoleh dengan memilih dan menyeleksi data tersebut dari berbagai segi yang meliputi kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, keaslian, kejelasan, serta relevansinya dengan permasalahan.[17]

[15]Rianto Adi, *Metodologi Sosisal dan Hukum*, (Jakarta : Granit, 2004), 72.
[16] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* , (Bandung : Alfabeta, 2010), 240.
[17] Chalid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian,* (Jakarta : Bumi Aksara, 1997), 153.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Organizing* adalah mengatur dan menyusun data sumber dokumentasi sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh gambaran yang sesuai dengan rumusan masalah, serta mengelompokkan data yang diperoleh.[18] Melaui teknik ini, data-data yang telah terkumpul dikelompokkan sesuai dengan pembahasan yang telah direncanakan sebelumnya mengenai Penjualan Parfum Bersegel yang tidak sesuai dengan Tester Studi Kasus Praktek SPG di beberapa Mall di Surabaya.

c. *Analyzing* adalah dengan memberikan analisis lanjutan terhadap hasil *editing* dan *organizing* data yang telah diperoleh dari sumber-sumber penelitian, dengan menggunakan teori dan dalil-dalil lainnya sehingga diperoleh kesimpulan.[19] Dengan teknik ini, kemudian dapat diperoleh kesimpulan mengenai Penjualan Parfum Bersegel yang tidak Sesuai dengan Tester (Studi Kasus Praktek SPG) di Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya.

5. Teknik analisis data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini ialah metode deskriptif analitis yaitu sebuah metode dimana prosedur pemecahan penelitian yang diselidiki dengan mengambarkan dan

[18] *Ibid.,* 154.
[19] Ibid., 159.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melukiskan subyek atau obyek pada seseorang atau lembaga pada saat sekarang dengan berdasarkan fakta yang tampak sebagaimana adanya.[20]

Metode ini digunakan untuk menganalisis data yang telah diperoleh dalam penelitian, sehingga mendapat kesimpulan atau kejelasan hukum Islam terhadap praktik Penjualan *Parfum* Bersegel yang tidak sesuai dengan Tester yang dilakuan oleh SPG di beberapa Mall di Surabaya.

I. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi disusun secara sistematis untuk memperoleh gambaran inti dari permasalahan yang dibahas serta untuk mempermudah pembahasan dalam penelitian.

Bab pertama merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua merupakan pembahasan mengenai Penjualan Parfum Bersegel yang meliputi : pengertian Jual-Beli, dasar hukum Jual-Beli, rukun dan syarat dalam Jual-beli, Pengertian Jual Beli dengan bantuan *Sales Promotion Girl (*SPG*)*, dan pandangan Hukum Islam mengenai keberkahan bisnis. Uraian teori tersebut selanjutnya akan dijadikan tinjauan Analisis

[20] Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial,* Cet Ke-6, (Yogyakarta : Gajah Mada University Press), 63.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mengetahui bagaimana Hukum Penjualan parfum yang berbeda dengan testernya.

Bab ketiga merupakan praktik penjualan parfum bersegel Praktek SPG di Royal plaza Surabaya dan Plaza Surabaya dalam hal ini penulis meneliti lokasi Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya sebagai sampel beberapa Mall di Surabaya, dan dalam hal ini penulis membagi menjadi tiga sub, sub pertama profil umum mengenai parfum besegel yang dijual oleh SPG di royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya, Ruang lingkup Sales promotion Girl (SPG) Dalam Menentukan minat *Customer*, Syarat-syarat menjadi SPG professional berdasarkan syariah Islam.

Bab keempat merupakan analisis hukum Islam terhadap Penjualan parfum bersegel yang tida sesui dengan tester praktek SPG di Royal Plaza Surabaya dan Plaza Surabaya sebagai sampel, yang meliputi :praktik penjualan parfum bersegel di Royal Plaza dan Plaza Surabaya dan analisis Hukum Islam terhadap praktik terhadap penjualan parfum bersegel yang tidak sesuai dengan tester.

Bab kelima merupakan penutup dari keseluruhan isi pembahasan dari skripsi, pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulisan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id