

## ABSTRAK

Skripsi ini adalah hasil penelitian lapangan. Tentang “**Perspektif Hukum Islam Tentang Penjualan Rokok Dengan Cara Promosi Oleh *Sales Promotion Girls* (SPG)**”. Studi ini bertujuan untuk menjelaskan dan menjawab pertanyaan tentang (1) Bagaimana penjualan rokok dengan cara promosi oleh *sales promotion girls* (SPG) ? (2) Bagaimana perspektif hukum Islam terhadap sistem penjualan rokok oleh *sales promotion girls* (SPG) ?

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan populasi dan sample. Data penelitian dihimpun melalui observasi dan interview. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu data yang disajikan dengan kata-kata atau variabel. Selanjutnya dianalisis memakai metode deskriptif dan disimpulkan dengan teknik analisis deduktif artinya data penelitian yang sifatnya umum kemudian dihubungkan dari pelaksanaan untuk mengetahui gambaran atau menjelaskan penjualan rokok dengan sistem promosi oleh *sales promotion girls* (SPG) yang sifatnya khusus untuk ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini, Dalam praktek menawarkan produk kepada pelanggan *sales promotion girls* (SPG) mempunyai trik-trik dalam menawarkan barang, hal ini bagaimana cara produk yang ditargetkan oleh perusahaan dapat terpenuhi. Biasanya cara menawarkan produk, *sales promotion girls* mempunyai karakteristik yang menarik sebagai usaha untuk menarik perhatian konsumen. Dengan sistem promosi yang menggunakan jasa *sales promotion girl* (SPG) tidak jarang konsumen tertarik bukan karena pada produk tersebut melainkan karena keseksian dan fisik dari *sales promotion girl* (SPG) tersebut. Hal ini dilakukan oleh *sales promotion girl* (SPG) untuk mendongkrak produk baru dari rokok tersebut.

Perspektif Hukum Islam tentang Sistem Penjualan Rokok oleh *sales promotion girls* (SPG) yang dilakukan dalam sistem pemasaran yang dilakukan oleh Pabrik rokok Surabaya dalam konteks pemasaran dengan menggunakan *sales promotion girl* (SPG) diperbolehkan karena sudah sesuai dengan konsep penawaran yang dilakukan oleh Rosulullah SAW yaitu *Taqwa*, *Siddiq*, Memiliki kecerdasan (*Fathanah*), Komunikatif (*Tablig*), Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*), Jujur dan bertanggung jawab (*Al-Amanah*), Tidak Suka *Su'uzh-zhann*, Tidak Suka Menjelek-jelekkan (*Ghibah*), Tidak Melakukan Sogok/Suap (*Risywah*). Jadi sistem pemasaran tidak diperbolehkan dalam konteks penawaran Islam karena proses yang dilakukan dalam sistem ini dilakukan dengan cara lebih menonjolkan dari segi pakian yang dikenakan *sales promotion girls* (SPG) yang memperlihatkan auratnya bukan karena kualitas barang yang diperjual dalam penawaran tersebut sesuai dengan ketentuan penawaran dalam Islam.

Kepada para pelaku pemasaran khususnya *sales promotion girls* (SPG) yang di lapangan, diharapkan untuk memperhatikan etika dalam mempromosikan produk. Yang paling utama hendaknya para pelaku usaha, staf-staf dan para karyawan selalu bertumpu pada Al-Qur'an dan As-Sunnah dan sesuai dengan aturan hukum Islam.