

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Manusia diciptakan oleh Allah SWT masing-masing saling berhubungan antara orang lain agar mereka saling tolong-menolong dan tukar-menukar keperluan dalam segala urusan kepentingan hidup, baik dalam dalam urusan pribadi maupun untuk kepentingan masyarakat. Allah SWT menciptakan manusia dalam keadaan lemah, dimana masing-masing tidak dapat hidup sendiri-sendiri mereka saling terkait dan saling membutuhkan antara satu dengan yang lain. Akan tetapi sifat tamak dan sifat egois yang ada pada diri manusia yaitu suka mementingkan diri sendiri, maka untuk menjaga hak masing-masing dan kemaslahatan umum, Islam memberikan petunjuk dan peraturan yang diciptakan Allah SWT untuk mengatur hubungan manusia dalam hidup dan kehidupan yang disebut muamalah.<sup>1</sup> Dalam hal ini manusia akan terjamin dari segala kesalahan dan kekeliruan terhadap diri manusia.

Dalam agama tidak ada satu pembatasan untuk memiliki harta dan tidak ada larangan untuk mencari karunia Allah SWT yang sebanyak-banyaknya. Asal jelas penyalurannya dan pemanfaatannya. Sebagaimana firman Allah SWT:

---

<sup>1</sup> Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, h. 2

( ١٩٨: )

Artinya: *"Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rizki hasil perniagaan dari tuhanmu)". (Q.S. Al-Baqarah:198)<sup>2</sup>*

Sebaliknya Allah SWT secara langsung atau tidak langsung, memerintahkan hamba-hambanya ini menjadi orang yang berada (kaya). Sebab bagaimana mungkin membangun masjid, sekolahan, mushollah dan sarana-sarana lainnya tanpa ada dana yang diperlukan dalam jumlah yang amat besar. Dalam Al-qur'an terdapat 82 ayat yang mengkaitkan shalat (hubungan vertikal dengan Allah SWT). Semua ayat itu mengisyaratkan supaya orang menjadi kaya, sehingga manusia dapat mengeluarkan zakat dan kewajiban-kewajiban lainnya.

Dengan demikian manusia harus saling berhubungan, saling bertukar keperluan. Bahkan tidak hanya terbatas dalam soal materi saja, tetapi juga jasa dan keahlian. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT:

□:

Artinya: *"Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kabajikan dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran ". (Q.S. Al-Maidah:2)<sup>3</sup>*

Pada dasarnya objek Muamalah dalam Islam mempunyai bidang yang luas, sehingga Al-Qur'an dan As-Sunnah secara mayoritas banyak membicarakan persoalan Muamalah dalam bentuk yang global maupun yang umum. Hal ini jelas

---

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, h. 48

<sup>3</sup> *Ibid*, h. 157

bahwa Islam membuka peluang bagi manusia untuk melakukan inovasi berbagai bentuk Muamalah hasil inovasi tidak keluar dari prinsip-prinsip yang telah ditentukan dalam Islam.

Pertimbangan jenis dan bentuk Muamalah yang dilaksanakan manusia. Sejak zaman dahulu sampai sekarang, sejalan dengan perkembangan kebutuhan dan pengetahuan manusia itu sendiri dalam memenuhi kebutuhan masing-masing, Allah SWT berfirman:

□□:

Artinya: “*Katakanlah, tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing*”. (Q.S. Al-Isro’: 84)<sup>4</sup>

Adapun cara dalam penjualan itu bermacam-macam, salah satunya dengan menggunakan sistem promosi. Dalam hal ini menggunakan jasa *sales promotion girls* (SPG), hal ini terdapat unsur ketidak etisan dari segi pakaian yang telah dilakukan oleh *sales promotin girls* (SPG), Sebab dengan cara tersebut pihak pembeli sulit untuk mengelak dari pembelian, sehingga dia membeli rokok dengan terpaksa. Adapun tujuan dari promosi adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk tersebut cocok dengan pembeli dan terjual dengan sendirinya, sedangkan proses penjualan terdiri dari analisa

---

<sup>4</sup> *Ibid*, h. 437

peluang pasar, merancang strategi penjualan produk, merancang program dan mengorganisir.<sup>5</sup>

Pada kenyataannya penjualan rokok oleh *sales promotion girls* (SPG) adalah dengan menggunakan strategi penjualan rokok dengan memperlihatkan sebagian dari tubuhnya (aurat) kepada pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan.

Untuk mengetahui gambaran lebih jauh tentang praktek penjualan rokok dengan sistem promosi oleh *sales promotion girls* (SPG), serta faktor-faktor yang melatar belakangi dan bagaimana pandangan Islam terhadap permasalahan tersebut, maka perlu dilakukan penelitian, sehingga memperoleh jawaban secara spesifik mengenai permasalahan tersebut dalam judul penelitian, yaitu: **“Prespektif Hukum Islam Terhadap Penjualan Rokok Dengan Cara Promosi Oleh *Sales Promotion Girls* (SPG)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berpijak pada pada latar belakang masalah dan judul diatas, maka sebagai berikut:

1. Bagaimana penjualan rokok dengan cara romosi oleh *sales promotion girls* (SPG) ?

---

<sup>5</sup> <http://one.indoskripsi.com/node/4731> August 22nd, 2008

2. Bagaimana perspektif hukum Islam terhadap sistem penjualan rokok oleh *sales promotion girls* (SPG) ?

### C. Kajian Pustaka

Dalam karya ilmiah ini (Skripsi) yang penulis lakukan adalah membahas “**Perspektif Hukum Islam Tentang Penjualan Rokok Dengan Cara Promosi Oleh *Sales Promotion Girls* (SPG)**” penelitian ini merupakan penelitian yang pertama kali dan belum dikaji dalam bentuk Skripsi, yang mana dalam skripsi ini penulis mencoba mengkaji lebih dalam tentang penjualan rokok dengan cara promosi oleh *sales promotion girls* (SPG).

### D. Tujuan Penelitian

1. Mendiskripsikan pelaksanaan sistem penjualan rokok oleh *sales promotion girls* (SPG).
2. Mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap penjualan rokok dengan sistem promosi oleh *sales promotion girls* (SPG).

## E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna untuk :

1. Memperkaya khasanah ilmu pengetahuan di bidang hukum Islam, khusus di bidang fiqh muamalah dan dapat di gunakan sebagai acuan bagi pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya.
2. Sebagai bahan penyusun hepotesis dan penelitian berikutnya.
3. Dapat di jadikan bahan pertimbangan untuk kegiatan bermuamalah yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dengan subjek penelitian.

## F. Definisi Operasional

Agar memperoleh gambaran yang jelas memahami dari judul penelitian ini penulis akan mendefinisikan kata-kata penting sebagai berikut :

1. Hukum Islam adalah peraturan-peraturan yang berkenaan dengan kehidupan bersumber dari Al-Qur'an, Hadist, Ijma', Qiyas dan pendapat Ulama (para ahli fiqh).<sup>6</sup>
2. Penjualan adalah seni dan ilmu menciptakan nilai bagi pelanggan dan menangkap nilai dari pelanggan sebagai timbal-baliknya.
3. Promosi adalah suatu pesan yang yang dikomunikasikan kepada calon pembeli melalui berbagai unsur yang terdapat dalam progam.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Abbuddin Nata, *Masail Al-Fiqhiyah*, h.1

<sup>7</sup>Rewoldt, Scott, Warshaw, *Strategi Promosi Pemasaran*, h.1

4. *Sales Promotion Girls (SPG)* adalah seorang yang menjualkan sebuah produk dari suatu produksi kepada konsumen (pembeli)

Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan judul Skripsi ini adalah suatu kajian, yang dimaksudkan untuk menganalisis suatu permasalahan mengenai penjualan rokok dengan sistem promosi oleh *sales promotion girls* (SPG).

## **G. Metode Penelitian**

1. Data yang dikumpulkan.

Untuk menjawab masalah-masalah yang ada dalam penelitian ini, maka diperlukan data sebagai berikut:

- a. Data mengenai penjualan dengan sistem promosi
  - 1) Menawarkan rokok
  - 2) Menentukan harga rokok
- b. Data tentang faktor yang melatar belakangi penjualan dengan sistem promosi.
- c. Data tentang dasar hukum Islam.

2. Sumber data

- a. Data primer adalah data yang di peroleh dari sumber-sumber asli yang memberi informasi langsung dalam penelitian dan data tersebut. Dalam hal ini meliputi : pihak yang berwenang dalam pelaksanaan penjualan

rokok dengan sistem promosi yaitu *sales promotion girls* (SPG) dan konsumen (pembeli).

b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang tidak langsung memberi informasi atau data tersebut dalam kajian penelitian lapangan ini data sekunder meliputi :

1. Sayyid Sabiq , Fiqih Sunnah 12
2. Dr. H. Hendi suhendi , Fiqih Muamalah
3. Prof.S.H. Rewoldt , Strategi Promosi Pemasaran
4. Philip Kotler , Prinsip-prinsip Pemasaran
5. Chairuman Pasaribu dan Surahwardi K. Lubis, Hukum Perjanjian Dalam *Islam*
6. Imam Masbukin, *Qawa'id al-Fqhiyah*
7. Harun Nasroen, Fiqh Muamalah
8. Dan lain-lain

3. Lokasi penelitian

Penelitian dilakukan beberapa perusahaan rokok di Surabaya. Pemilihan lokasi ini di dasarkan atas pertimbangan perusahaan rokok di Surabaya yang mempunyai manajemen dan administrasi yang baik, sehingga peneliti dapat melaksanakan penelitian dengan mudah dalam penggalian data.

4. Teknik pengumpulan data

Adapun metode yang dipergunakan dalam pengumpulan data peneliti adalah :

a. Observasi

Dalam penelitian ini observase di lakukan dengan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data yang objektif yaitu pada para *sales promotion girls* (SPG).

b. Interview

Metode yang di gunakan untuk mendapatkan data-data melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terkait yaitu para *sales promotion girls* (SPG) yang menjualkan rokok dengan sistem promosi.

5. Teknik analisis data

Hasil analisis kemudian disimpulkan dengan menggunakan pola pikir deduktif yaitu proses pendekatan yang berangkat dari kebenaran umum mengenai materi suatu teori dan menggeneralisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data tertentu yang berciri sama dengan fenomena yang bersangkutan.<sup>8</sup>

Selanjutnya dilakukan analisa secara induktif yaitu mengemukakan teori-teori atau dalil-dalil yang bersifat khusus terhadap penjualan rokok dengan Sistem Promosi oleh *sales promotion girls* (SPG), selanjutnya ditarik kesimpulan yang bersifat umum tentang memaparkan dalil-dalil Al-Qur'an

---

<sup>8</sup>*Ibid*, h. 239

dan As-Sunnah yang berkaitan dengan sistem penjualan rokok dengan sistem promosi oleh *sales promotion girls* (SPG).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analisis dengan menggunakan pola pikir deduktif yaitu memaparkan dalil-dalil Al-Qur'an dan As-Sunnah yang berkaitan dengan sistem penjualan dalam hukum Islam, lalu dipakai menganalisis data penjualan rokok dengan sistem promosi oleh *sales promotion girls* (SPG) untuk kemudian disimpulkan.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Demi mendapatkan gambaran yang jelas mengenai sistematika pembahasan dalam skripsi ini penulis membagi dalam lima bab yaitu:

Bab I Pendahuluan yang berisi tentang gambaran umum, tentang pola dasar penulisan ini yaitu meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian yang meliputi data yang dikumpulkan, populasi dan sample, sumber data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan di akhiri dengan sistematika pembahasan

Bab II merupakan landasan teori tentang jual beli yang isinya meliputi pengertian promosi dalam Islam, pelaksanaan pemasaran, pengertian *sales promotion*, karakter *sales promotion*, etika dalam fungsi pemasaran.

Bab III memuat tentang laporan hasil penelitian lapangan yang membahas tentang pokok pelaksanaan penjualan rokok dengan cara promosi oleh *sales promotion girls* (SPG) di Surabaya, diantaranya keadaan geografis dan setruktur pemerintahan, kependudukan dan keadaan sosial ekonomi, adat istiadat dan suasana hidup beragama, praktek pelaksanaan penjualan rokok dengan cara promosi oleh *sales promotion girls* (SPG) yang terdiri dari: latar belakang, cara menawarkan barang, cara menentukan harga barang, cara melakukan ijab dan Kabul di Surabaya

Bab V merupakan bagian akhir dari skripsi ini yang memuat penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran.