

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian *sales promotion girls* (SPG), penulis menyimpulkan sebagai berikut :

1. 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.
2. 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 Takwa, Siddiq, Memiliki kecerdasan

(*Fathonah*), Komunikatif (*Tablig*), Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*), Jujur dan bertanggung jawab (*Al-Amanah*), Tidak Suka Su'uzh-zhann, Tidak Suka Menjelek-jelekkkan (*Ghibah*), Tidak Melakukan Sogok/Suap (*Risywah*). Jadi sistem pemasaran tidak perbolehkan dalam konteks penawaran Islam karena proses yang dilakukan dalam sistem ini dilakukan dengan cara lebih menonjolkan dari segi pakaian yang dikenakan *sales promotion girls* (SPG) yang memperlihatkan auratnya bukan karena kualitas barang yang diperjual dalam penawaran tersebut sesuai dengan ketentuan penawaran dalam Islam.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil kesimpulan yang telah dikemukakan penulis di atas, kemudian penulis memberikan saran-saran yang disampaikan pada obyek penelitian. Adapun saran-saran tersebut adalah :

1. Kepada produsen dan seluruh jajarannya untuk terus mengembangkan produksinya dengan menggunakan strategi promosi, karena mengingat sudah banyaknya para pesaing yang berkecimpung di dunia bisnis. Dan juga karena mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam yang lebih cenderung ingin melakukan mekanisme dibidang promosi dengan unsur yang terhindar dari kemaslahatan duniawi.
2. Kepada para pelaku pemasaran khususnya *sales promotion girls* (SPG) yang di lapangan, diharapkan untuk memperhatikan etika dalam mempromosikan produk yang sesuai dengan aturan hukum Islam.