

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan bermuamalah, Islam telah memberikan garis kebijakan yang jelas, salah satu contoh kegiatan bermuamalah adalah profesi atau bekerja. Profesi atau bekerja adalah merupakan hal yang sangat diperhatikan dan dimuliakan dalam Islam, karena bekerja merupakan suatu ibadah dan merupakan suatu hal yang sangat disukai oleh Allah SWT dan memberi rahmat bagi orang-orang yang berbuat demikian.¹

Hukum asal dalam bentuk muamalah ialah diperbolehkan, kecuali ada dalil yang tidak diperbolehkan atau mengharamkannya, dalam aturan-aturan syari'at Islam menuntut dan mengarahkan kaum muslimin untuk melakukan perbuatan yang diperbolehkan dan menyinggalkan perbuatan yang tidak diperbolehkan oleh Allah SWT. Dalam kegiatan tersebutlah manusia sebagai khalifah fi al ardh dituntut untuk kreatif,

¹ Asafri Jaya Bakri, *Konsep Maqashid Syariah menurut Al-Asyatibi*, (Jakarta; Akbar Media Khasanah Buku Islam Rujukan), h.406.

inovatif, bekerja keras dan berjuang. Karena hidup ini adalah perjuangan untuk melaksanakan amanat Allah tersebut yang pada hakikatnya untuk kemaslahatan manusia itu juga.²

Profesi merupakan pekerjaan yang membutuhkan pelatihan dan keahlian khusus dalam praktek profesi tersebut. Profesi juga merupakan hal pokok yang wajib dilakukan untuk mencari nafkah demi memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, seseorang yang memiliki suatu profesi tertentu disebut profesional, yakni orang yang memiliki keahlian khusus dan mempraktekannya dengan mengandalkan keahlian yang tinggi. Profesionalisme seseorang akan tercerminkan dalam kerjanya ketika melakukan suatu pekerjaan.

Fenomena tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut menimbulkan berbagai persoalan yang memengaruhi setiap aspek kehidupan khususnya dalam

² A.Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih; Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyesuaikan Masalah-masalah yang praktis*, (Jakarta: Kencana 2006), Cetakan keempat, h. 129.

melaksanakan perintah bermuamalah. Kurangnya aplikasi pada metode jual beli menurut hukum Islam yang akan berdampak pada kenyamanan masyarakat, faktor pendidikan yang rendah dan terbatas juga tidak menutup kemungkinan sulitnya mendapatkan lapangan pekerjaan berbasis syariah.

Tidak terkecuali pada aktivitas jual beli yang membutuhkan sebuah konsep dan strategi pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Pemasaran dianggap sebagai proses perencanaan konsep, harga, promosi, dan pendistribusian ide-ide barang maupun jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu dan tujuan organisasi. Pemasaran juga merupakan fungsi organisasi dan satu set proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan dan untuk membangun hubungan pelanggan yang memberikan keuntungan bagi organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. Pemasaran juga merupakan sekumpulan aktivitas dan fungsi manajemen di mana bisnis dan organisasi lainnya menciptakan pertukaran nilai di

antara bisnis dan perusahaan itu sendiri dan para pelanggannya.³

Akhirnya suatu perusahaan dan pesaingnya akan menggunakan berbagai macam strategi dan taktik dalam memenangkan hati dan pilihan pelanggan, beberapa strategi dan taktik persaingan yang digunakan perusahaan mulai dari melalui harga barang.

Persaingan ini ditandai dengan perusahaan saling menjatuhkan harga satu barang dengan yang lainnya. Produk perusahaan dijual lebih murah dibandingkan dengan produk yang dihasilkan oleh pesaing. Ada juga dengan persaingan melalui kualitas barang, persaingan ini ditandai perusahaan menghasilkan produk dengan lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. Dan persaingan melalui strategi dan teknik pemasaran, persaingan ini ditandai dengan keterampilan perusahaan untuk mengembangkan strategi dan taktik yang jitu dalam mendapatkan perhatian pelanggan, seperti dengan menggunakan jasa *Sales Promotion Girl* (SPG).

³ Buchari Alma, dkk, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Cetakan Kedua, h. 341

Industri rokok di Indonesia yang setiap tahunnya mengalami angka peningkatan. Setiap tahunnya produk rokok baru yang terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan para konsumen membuat perusahaan rokok wajib memiliki konsep strategi pemasaran. Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai salah satu tujuan pokok.⁴

Dalam melaksanakan tugasnya, *Seles Promotion Girl* (SPG) terdapat unsur ketidak etisan dalam hal berpakain yang melanggar syariat Islam. Pakain seksi yang memperlihatkan sebagian dari lekuk tubuh (aurat) dan juga menggoda konsumen membuat *Sales Promotion Girl* (SPG) sukses dalam menjual rokok. Sebab strategi untuk menarik perhatian konsumen dengan cara tersebut, *Seles Promotion Gril* (SPG) mampu membuat konsumen sulit untuk menghindar dari pembelian dan konsumen akan membeli rokok dengan terpaksa. Tuntutan target penjualan

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Penerbit, 2015), cetakan keempat, h. 75

yang tinggi juga menjadi faktor *Sales Promotion Girl* (SPG) untuk memaksa konsumen membeli produk yang ditawarkannya. Padahal tujuan dari promosi adalah menunjukkan kelebihan dan keistimewaan produk, serta manfaat dari barang yang akan dijual untuk mengenalkan kepada konsumen, sehingga produk yang ditawarkan cocok dengan konsumen dan terjual dengan sendirinya.

Tujuan utama promosi ialah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan. Selain memberikan pengaruh terhadap konsumen, tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan. Promosi dapat membawa keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen.⁵

Keuntungan bagi konsumen ialah konsumen dapat mengatur pengeluarannya jauh lebih baik, misalnya konsumen yang membaca iklan, ia dapat membeli barang yang lebih murah. Sebagai kerugiannya, konsumen dibujuk untuk membeli barang yang kadang-kadang barang tersebut belum dibutuhkan. Dan

⁵ Buchari Alma, *Management Pemasaran dan Jasa*,.... h.180.

keuntungan bagi produsen ialah promosi dapat menghindarkan persaingan berdasarkan harga, karena terkadang konsumen membeli barang karena tertarik akan mereknya.

Kegiatan promosi menciptakan *goodwill* terhadap suatu brand. Promosi bukan saja meningkatkan penjualan tapi juga dapat menstabiliskan angka produksi. Keuntungan selanjutnya ialah perusahaan dengan *goodwill* yang besar akan dapat memperoleh modal dengan mudah.⁶

Untuk dapat bersaing dan tetap eksis didalam dunia perindustrian, perusahaan rokok membutuhkan tenaga muda yang memiliki kemampuan khusus dibidang promosi untuk menarik perhatian para konsumennya agar tetap mempertahankan angka produksinya.

Seorang *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok diyakini mampu menjadi magnet tersendiri bagi para konsumen rokok yang kurang lebih adalah pria. Produsen rokok dapat melihat peluang dari hal tersebut menjadikan salah satu strategi promosi yang melibatkan tenaga *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok untuk

⁶ Buchari Alma; *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, ..., ... h. 181.

menjual dan memperkenalkan rokok secara langsung kepada konsumen, memanfaatkannya demi pencapaian angka penjualan yang tinggi dan produsen rokok akan tetap eksis ditengah persaingan industri rokok.⁷

Sales Promotion Girl (SPG) rokok adalah profesi pekerjaan seorang wanita yang mempromosikan sekaligus menjual rokok dengan karakteristik tertentu. Mereka dituntut untuk memiliki wajah cantik dan berpenampilan yang menarik. Salah satunya dengan menggunakan pakaian seksi yang memperlihatkan sebagian lekuk tubuhnya atau auratnya, dimana hal tersebut bertentangan dalam syari'at Islam.

Seorang wanita adalah aurat, maka dari itu ketika ia keluar rumah, para wanita diwajibkan untuk menutup auratnya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat al-Ahzab ayat 59 yang berbunyi:⁸

Selanjutnya untuk mengetahui bagaimana praktik penjualan rokok oleh *Sales Promotion Girl (SPG)*, dan

⁷ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa...*, h. 185.

⁸ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*, h...

bagaimana pandangan hukum Islam terhadap permasalahan tersebut. Maka perlu dilakukan penelitian, sehingga dapat memperoleh jawaban secara spesifik mengenai permasalahan tersebut, maka dalam judul penelitian, yaitu: “*Strategi Sales Promotion Girl (SPG) Rokok (Prespektif Hukum Islam) (Studi Kasus di Kota Serang)*”.

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana praktik promosi *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok terhadap konsumennya?
2. Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap strategi Promosi *Sales Promition Girl* (SPG) Rokok?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui praktik promosi *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok terhadap konsumennya?
2. Untuk mengetahui pandangan hukum Islam terhadap strategi promosi *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok?

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Untuk Mengetahui pandangan hukum Islam tentang praktik promosi *Sales Promotion Girl* (SPG) yang menggunakan pakaian sexi untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik dan membeli rokok yang ditawarkan oleh SPG rokok. Dalam melancarkan penjualannya *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok juga menggoda, merayu dan memaksa konsumen agar membeli rokok yang dijualnya, sehingga konsumen merasa terdesak dan akhirnya terpaksa membeli rokok.

2. Secara Praktis

Sebagai bahan masukan agar dapat memberikan kontribusi pemikiran untuk seluruh masyarakat, agar mencari pekerjaan sesuai ajaran Islam.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebagai bahan perbandingan, penulis mengemukakan penelitian yang relevan yang masih berkaitan dengan judul skripsi ini, yakni:

1. Jamaludin, Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN (Universitas Islam Negeri) Alaudin Makassar, menulis skripsi pada tahun 2016 yang berjudul “Transaksi Jual Beli Rokok dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kota Makassar”.⁹ Tujuan penelitian ini adalah menunjukkan bahwa merokok ditinjau dari ekonomi Islam merupakan perbuatan yang bertentangan dengan konsep *Maqashid Syari’ah Islam* yaitu perlindungan terhadap jiwa, akal dan harta.

Bila merokok sangat membahayakan bagi diri sendiri maupun orang lain. Maka, membuatnya membeli dan menjualnya tergolong sebagai pelaku kerusakan di muka bumi. Sedangkan menimbulkan bahaya sama artinya dengan meniadakan syari’at baik terhadap badan, akal ataupun harta.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah *libray research* atau kajian pustaka, yang mengumpulkan data dari literature dan sumber-

⁹ Nama, Transaksi Jual Beli Rokok dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kota Makassar, (Makassar: UIN 20..).

sumber lain yang mendukung dan mempunyai kaitan dengan pembahasan pada penelitian.

Dan menggunakan metode komperatif, yaitu menganalisi data dengan membandingkan antara suatu pendapat dengan pendapat lainnya kemudian mengambil kesimpulan.

2. Siti Chafidzotul Ummah, Alumni Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten, menulis skripsi pada tahun 2016 yang berjudul “Jual Beli Rokok Dalam Perspektif Hukum Islam”.¹⁰ Pada skripsi tersebut memiliki kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah rokok dalam dunia Islam merupakan fenomena yang baru.

Sehingga ada Ulama yang menghalalkan, memakruhkan bahkan mengharamkan rokok. Maka, dapat disimpulkan rokok itu dilarang dengan tingkatan makruh, maksudnya hal tersebut dianjurkan untuk dihindari.

¹⁰ Nama, Jual Beli Rokok dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kota Serang, (Serang: UIN 20..).

Sedangkan untuk menjualnya dihukumi boleh dengan syarat menjual rokok tersebut kepada orang-orang yang memenuhi kriteria (sehat tidak berpenyakit parah, tidak sedang hamil, dan cukup umur). Pada penelitian skripsi ini menggunakan metode libray research (studi pustaka) yaitu dengan mempelajari dan menelaah buku-buku serta berbagai media informasi lainnya yang berkaitan dengan skripsi ini.

3. Nike Virawati Samsudin, Alumni Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya, menulis skripsi pada tahun 2013 skripsi ini berjudul “Eksplorasi Tubuh Sales Promotion Girl (SPG) Rokok.”¹¹ Pada skripsi tersebut menjelaskan secara umum laki-laki ditempatkan pada sektor domestik dengan sifat feminisnya. Hal itu menjadikan perempuan tidak memiliki kebebasan bekerja pada sektor publik. Akan tetapi beberapa sektor publik membuka kesempatan kerja khusus untuk perempuan.

¹¹ Nama, Jual Beli Rokok dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kota Serang, (Serang: UIN 20..).

Profesi SPG rokok misalnya, yang diminati sebagian perempuan karena tidak mengeluarkan tenaga yang besar. Penampilan menarik menjadi kreteria utama pekerjaan ini. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana bentuk eksploitasi tubuh yang dialami mereka. Teori yang digunakan ada teori gender, teori eksploitasi Marx, dan teori disiplin tubuh Foucault. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara secara mendalam dan teknik analisisnya menggunakan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan memilih bekerja menjadi SPG rokok karena pendapatannya yang besar.

Penelitian yang dilakukan oleh Nicke sama-sama meneliti tentang SPG rokok, sedangkan penulis lebih kepada tinjauan hukum Islam terhadap cara atau strategi SPG dalam menjual rokok tersebut.

F. Kerangka Pemikiran

Hukum Islam membedakan antara ibadah dan muamalah dalam cara pelaksanaan dan perundangan-undangannya. Lain halnya dalam muamalah, pokok

asalnya adalah merealisasikan kemaslahatan manusia dalam menjalankan perjuangan kehidupan.¹²

Namun yang jelas ibadah pokok asalnya adalah statis, tidak dapat melampaui apa yang telah dibawa oleh syariat Islam dan terkait dengan tata cara yang telah diperintahkan oleh Allah SWT. Perintah tersebut semata-mata hanyalah menghambakan dan mendekatkan diri kepada sang pencipta Allah SWT.

Di dalam Al-Quran telah dijelaskan bahwa setiap manusia diperintahkan untuk bekerja dan mendorong mereka untuk melakukan usaha, serta mengarahkan mereka menjadi orang-orang yang sikap positif dalam menemukan hidup dengan kesungguhan dan kerajinan agar dapat memberikan dan memperoleh manfaat untuk diri sendiri dan orang lain.¹³

¹² A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam AL-Qur'an*, (Jakarta: Amzah, 2013), Cetakan kedua, h.5

¹³ Baqir Sharief Qorashi, *Keringat Buruh: Hak dan Peran Bekerja dalam Islam*, (Jakarta: Al- Huda, 2007), h. 20.

Islam menyuruh manusia untuk berusaha dan bekerja semaksimal mungkin dengan tetap berzikir kepadaNya. Manusia boleh memiliki harta, akan tetapi kepemilikan harta itu jangan hanya untuk kenikmatan pribadi, perhatikan juga lingkungan sekitar yang perlu dibantu, sebagaimana Firman Allah SWT dalam surat At-Taubah ayat 150:

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

*Artinya: Dan katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka dan RasulNya serta orang-orang mu’min akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakanNya kepada kamu yang telah kamu kejakan”.*¹⁴ (QS. At-Taubah: 150).

Pengusaha boleh melakukan ekspansi usahanya, tapi dalam rangka membuka lapangan pekerjaan, dan pemerataan penghasilan dalam masyarakat. Dalam syariah tidak dibenarkan pengusaha membangun usaha untuk memperbesar nilai dan kekayaan pribadi semata. Seorang pembisnis harus selalu berpedoman pada segi tiga abadi

¹⁴ Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah... h.188.

yang menggambarkan antara hubungan Allah SWT, sebagai penguasa tunggal, harta dan manusia.¹⁵

Bekerja dinilai sebagai kebaikan sedangkan kemalasan dinilai sebagai kejahatan. Ibadah yang paling baik adalah bekerja dan pada saat yang sama bekerja merupakan hak dan sekaligus kewajiban.

Dalam kehidupan bermuamalah, Islam memberikan garis kebijakan yang jelas, salah satu contohnya kegiatan bermuamalah adalah profesi atau bekerja. Profesi atau bekerja merupakan hal yang sangat diperintahkan dan dimuliakan dalam Islam, karena bekerja merupakan suatu ibadah dan merupakan suatu hal yang sangat disukai oleh Allah SWT dan memberi rahmat bagi orang-orang yang berbuat demikian.¹⁶

Profesi adalah suatu pekerjaan yang dalam melaksanakan tugasnya memerlukan keahlian (*expertise*), menggunakan teknik-teknik ilmiah serta berdedikasi tinggi. Istilah profesi sesungguhnya menunjuk pada sesuatu.

¹⁵ Buchari Alma dkk; *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai dan Pratik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2014), cetakan kedua, ..., h. 74.

¹⁶ Asafri Jaya Bakri, *Konsep Mawashid Syariah menurut Al-Syatibi*, (Jakarta: Akbar Media Khasanah Buku Islam Rujukan), h. 406.

Mempekerjakan *Sales Promotion Girl* (SPG), perusahaan akan menuntut agar produk yang ditawarkan sukses terjual dan cara promosi yang dilakukan *Sales Promotion Girl* (SPG) berisi tentang strategi penjualan, rencana produk, rencana distribusi, dan rencana pasar sasaran.

Keterlibatan umat muslim dalam berbagai kegiatan bisnis bukan merupakan hal yang baru hal tersebut tidaklah mengejutkan karena Islam sebagai agama yang dianut umat muslim menganjurkan untuk melakukan kegiatan bisnis. Konsep Al-Quran tentang bisnis sangatlah komprehensif, sehingga parameternya tidak hanya menyangkut dunia, tetapi juga menyangkut urusan akhirat.¹⁷

G. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pada metode penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Kualitatif deskriptif

¹⁷ Buchari Alma dkk; *Manajemen Bisnis Syariah*, ... h. 2.

merupakan penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, pertentangan dua keadaan atau lebih, hubungan antar variabel, perbedaan antar fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain. Masalah yang diteliti dan diselidiki oleh penelitian deskriptif kualitatif mengacu pada studi komparatif, setta dapat juga menjadi sebuah studi korelasional unsur bersama unsur lainnya. Biasanya kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data, menganalisis data, menginterpretasi data, dan diakhiri dengan sebuah kesimpulan yang mengacu pada penganalisisan data tersebut.¹⁸

¹⁸ Lexy, J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), h. 114

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada beberapa gudang rokok di Kota Serang, pemilihan lokasi ini didasari atas pertimbangan pengelolaan dan manajemen juga administratif yang baik, sehingga peneliti dapat melaksanakan penelitian dengan mudah dalam penggalan data.

3. Sumber Data

Fokus penelitian ini lebih kepada persoalan mengenai praktik *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok dalam menjual produk, yang meliputi strategi SPG rokok yang digunakannya untuk menarik perhatian calon konsumennya. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu:

a. Sumber Primer

Dalam hal ini sumber primer yang diperoleh penulis bersumber dari hasil observasi dan wawancara kepada para informan, yaitu Kordinator Brand Presenting (Vendor), Farhan Rahmatullah, beberapa *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok dan para konumen.

b. Sumber Sekunder

Dalam hal ini sumber sekunder yang diperoleh penulis bersumber dari bahan-bahan pustaka yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Ayat-ayat tentang Kaidah-kaidah Promosi dan Pemasaran dalam Islam dan Teknik Promosi SPG.
2. Meraih Surga Dengan Berbisnis.
3. Yusuf Qardhawi: Norma dan Etika Ekonomi Islam.
4. Buchari Alma dkk: Manajemen Bisnis Syariah Mengamalkan Nilai dan Pratik Syariah dalam Bisnis Kontemporer.
5. Arief Yulianto: Membangun Kemitraan Bank Syariah dengan Pendekatan Syariah Marketing.
6. Keringat Buruh: Hak dan Peran Pekerja dalam Islam.
7. Fandy Tjiptono: Strategi Pemasaran.
8. Buchari Alma: Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa

9. Strategi Pemasaran

10. Sejumlah kitab dan buku yang masih berkaitan

dengan objek penelitian, baik cetak maupun digital.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian pengumpulan data adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan, atau menghimpun data. Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data, agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.¹⁹

Penyusunan dan pengumpulan data merupakan suatu yang sangat penting. Oleh karena itu, data harus dikumpulkan secara akurat, relevan, dan komprehensif bagi persoalan yang diteliti. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 265.

a. Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan.²⁰

Dalam hal ini, penulis mengadakan pengamatan di beberapa wilayah di Kota Serang. Penelitian dilakukan secara langsung serta penulis mencatat kejadian yang berkaitan dengan objek penelitian. Penelitian dilakukan di sekitar Stadion

Maulana Yusuf, Alun-alun Kota Serang, dan di Tempat Ruang Terbuka di Kota Serang.

b. Wawancara (Interview)

Interview yaitu suatu cara yang dipergunakan seseorang untuk tujuan tertentu guna mendapatkan keterangan secara lisan dari narasumber. Interview perlu dilakukan sebagai upaya penggalan data dari narasumber untuk mendapatkan informasi dan data secara langsung agar lebih akurat. Wawancara dilakukan kepada para responden, yaitu pelaku *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok, Kordinator Brand Presenter (Vendor) di Kota

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta : Alfabeta, 2015), h. 310.

Serang, dan para konsumen rokok. Selanjutnya akan dilihat dari perspektif hukum Islam.

c. Dokumentasi

Dalam melaksanakan metode dokumentasi, penelitian memantau *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok yang ada disekitar Kota Serang, dengan berupa foto-foto yang berkaitan dengan masalah-masalah yang diteliti. Teknik ini juga digunakan dengan harapan dapat melengkapi metode pengumpulan data dan mempermudah penulis dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah Strategi *Sales Promotion Girl* (SPG).

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data ini menggunakan metode deskriptif analisis, yakni digunakan dalam mencari, mengumpulkan data, menyusun, dan menggunakan serta menafsirkan data yang sudah ada.²¹

Pengolahan data dapat diartikan sebagai rangkaian proses mengelola data yang diperoleh kemudian diartikan

²¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,.....h. 103.

dan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan, rancangan, dan sifat penelitian. Metode pengolahan data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

- a. *Identifikasi* data adalah pengenalan dan pengelompokan data sesuai dengan judul skripsi yang memiliki hubungan yang relevan. Data yang diambil adalah data yang berhubungan dengan materi.
- b. *Reduksi* data adalah kegiatan memilih dan memilih data yang relevan dengan pembahasan agar proses penulisan skripsi menjadi efektif dan mudah untuk dipahami oleh para pembaca serta tidak rancu dalam membahas suatu masalah.
- c. *Editing* data yaitu proses pemeriksaan data hasil penelitian yang bertujuan untuk mengetahui *relevansi* (hubungan) dan keabsahan data yang akan dideskripsikan dalam menemukan jawaban pokok permasalahan. Hal ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan data yang berkualitas dan faktual sesuai dengan literatur yang didapatkan dari sumber bacaan.

Metode ini bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti yaitu menggambarkan tentang praktek Sales Promotion Girl.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan kongkrit mengenai skripsi ini, maka dalam penulisannya penulis membagi kedalam lima bab yang setiap babnya terdiri dari sub bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, metode penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II EKSISTENSI SALES PROMOTION GIRL (SPG) ROKOK DI KOTA SERANG, Bab ini berisi tentang sales promotion girl (SPG), meliputi: pengertian *sales promotion girl* (SPG), sejarah *sales promotion girl* (SPG), macam- macam *sales promotion girl* (SPG), karakteristik *sales promotion girl*

(SPG) serta pola rekrutment dan pemasaran jasa sales promotion girl (SPG), pola rekrutment *sales promotion girl* (SPG), pola komunikasi *sales promotion girl* (SPG), dan bagian- bagian promosi *sales promotion girl* (SPG).

BAB III KONDISI OBJEKTIF SALES PROMOTION GIRL (SPG) ROKOK DI KOTA SERANG,

Bab ini berisi tentang Sejarah Kota Serang, meliputi Letak Geografis dan Kondisi Demografis serta Sejarah Berdirinya Pabrik Rokok yakni Sejarah PT. Gudang Garam, Sejarah PT. HM Sampoerna, dan Sejarah PT. Djarum kemudian Gambaran Umum Perusahaan Rokok mengenai Struktur Organisasi Perusahaan dan Sistem Distribusi Rokok.

BAB IV HUKUM ISLAM TENTANG STRATEGI STRATEGI SALES PROMOTION GIRL (SPG) DI KOTA SERANG,

Bab ini berisi tentang praktik promosi *sales promotion girl* (SPG) rokok yakni SPG berpenampilan seksi, SPG rokok menggoda konsumen, SPG rokok memaksa konsumen dan hukum Islam tentang strategi *sales promotion girl* (SPG) rokok di Kota Serang.

BAB V PENUTUP, Bab ini berisi dua sub bab, yakni kesimpulan dan saran.