

ABSTRAK

Maslindah NIM 14020102007 “Etika Sales Promosi Kosmetik Wardah Perspektif Hukum Islam Studi Kasus Beauty Kendari” Dibimbing oleh Dr. Ashadi L. Diab, M.Hum sebagai Pembimbing I dan Jabal Nur., S.Ag sebagai Pembimbing II.

Penelitian ini membahas tentang Etika Sales Promosi Kosmetik Wardah Perspektif Hukum Islam di Beauty Kendari. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan etika sales promosi kosmetik wardah di Beauty Kendari dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap sales promosi kosmetik wardah di Beauty Kendari yang bertujuan untuk mengetahui etika sales promosi kosmetik wardah dan untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap etika sales promosi kosmetik wardah di Beauty Kendari.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Subyek penelitian ini adalah sales promosi, pembeli dan staf Beauty Kendari. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu mengumpulkan data yang ada, menyusun secara sistematis, dan mendeskripsikan hasil penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis maka etika sales promosi kosmetik wardah di Beauty Kendari sebagian telah sesuai dengan etika sales dalam Islam yaitu sales promosi yang berlaku baik kepada konsumen, adil, tidak menjual barang yang haram, tidak menggunakan sumpah, dan menetapkan harga dengan transparan. Namun sebagian masih ada etika sales promosi yang belum sesuai dengan etika sales Islami seperti tidak jujurnya sales dalam menyampaikan kualitas barang yang dijualnya. Sedangkan menurut tinjauan hukum Islam sales promosi kosmetik wardah di Beauty Kendari yang belum sesuai dengan etika pemasaran sales Islami yaitu tidak jujurnya sales dalam menyampaikan kualitas barang yang dijualnya kepada konsumen yang disebabkan pemberian target dari perusahaan yang harus dipenuhi. Namun sebagian telah sesuai dengan hukum Islam seperti sales promosi yang berlaku baik kepada konsumen, adil, tidak menjual barang yang haram, tidak menggunakan sumpah, dan menetapkan harga dengan transparan.

Harapan penulis terhadap penelitian ini agar para sales promosi hendaklah mempromosikan barang dagaganya sesuai dengan etika sales dalam Islam.