

ABSTRAK

Rokok sebagai produk khas Indonesia memiliki sejarah panjang sejak abad ke-19 dan terus berkembang hingga menjadi industri rumahan dan nasional. Salah satu bentuk inovasinya adalah distribusi Rokok kretek rempah melalui sistem keanggotaan seperti yang diterapkan oleh CK Manajemen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana metode distribusi Rokok Herbal CK “CIGARSKRUIE” melalui sistem member serta bagaimana kesesuaiannya dengan prinsip akad *murabahah* dalam perspektif Hukum Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *deskriptif*, yang bertujuan memberikan gambaran mendalam mengenai sistem distribusi dan praktik bisnis yang dijalankan oleh para member CK. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap member aktif dan pihak manajemen CK.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem distribusi CK menggunakan skema Multi-level Marketing berbasis komunitas yang memungkinkan setiap member bertindak sebagai konsumen, distributor, sekaligus pemasar. Strategi distribusi dilakukan melalui pendekatan *STTKC* (Saudara, Teman, Tetangga, Kerabat, *Cold Market*) serta sistem “Lebah CK Konsep Berbagi” yang mendorong konsumsi menjadi peluang usaha. Dalam perspektif *murabahah*, sistem distribusi CK dinilai sesuai karena memenuhi prinsip-prinsip *syari’ah* seperti transparansi harga pokok dan margin keuntungan, kerelaan dua belah pihak, adanya objek barang yang jelas dan halal, serta transaksi yang dilakukan secara tunai tanpa riba. Dengan demikian, bisnis rokok herbal CK dapat dikategorikan sebagai praktik *mu’amalah* yang sah secara *syari’ah*.

Kata Kunci: Distribusi, CK Cigarskruie, *Murabahah*, Multi-Level Marketing, Sistem Member, Perspektif *Syari’ah*.