ABSTRAK

Elen Nadilah Indah Sari, 126101212117, "Analisis Minat Beli Konsumen Pada Produk Deterjen Berhadiah Perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan dan Hifdz al-mal (Studi Kasus Kios Sembako Pasar Tamanan Kabupaten Tulungagung)", Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2024, Pembimbing Dr. Dian Ferricha. S.H. MH

Kata Kunci: Pembelian Produk Deterjen Berhadiah, Peraturan Pemerintah, *Hifdz al mal*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perilaku konsumen yang sering kali tergiur pada iming-iming hadiah yang didapatkan pada pembelian suatu produk sebagai bentuk promosi perdagangan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk deterjen berhadiah karena harganya yang terjangkau beli deterjen gratis mangkok/ piring keramik, sedangkan perilaku konsumsi harus dilakukan sesuai dengan kebutuhan tanpa menimbulkan sikap tabdzir atau pemborosan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1)Bagaimana praktik pembelian produk deterjen berhadiah terhadap minat beli konsumen di Kios Sembako Pasar Tamanan Kabupaten Tulungagung?, 2)Bagaimana pemberian hadiah dalam proses penjualan produk deterjen terhadap minat beli konsumen perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan di Kios Sembako Pasar Tamanan Kabupaten Tulungagung?3)Bagaimana pemberian hadiah dalam proses penjualan produk deterjen terhadap minat beli konsumen perspektif hifdz al-mal di Kios Sembako Pasar Tamanan Kabupaten Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan jenis penelitian yuridis empiris. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Sedangkan pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi.

penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Praktik penjualan deterjen berhadiah dilakukan penjual dengan menawarkan hadiah kepada konsumen atas pembelian produk deterjen terlebih dahulu, kemudian hadiah yang didapatkan berupa piring atau mangkok keramik dengan tujuan untuk menarik minat konsumen. Praktik pembelian produk deterjen berhadiah di Kios Sembako Pasar Tamanan merupakan perbuatan yang sah karena dalam tidak ada tambahan harga yang dilakukan penjual pada pemberian hadiah, hadiah yang diberikan sesuai dengan perjanjian lisan antara penjual dan pihak agen. 2) Dari Perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan sebagai turunan dari Undang-

Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Pelaku usaha deterjen berhadiah berbentuk Perseroan Terbatas telah mematuhi ketentuan sebagaimana pada pasal 51 huruf (a), akan tetapi terdapat tantangan dilapangan yang dilakukan oleh pedagang di Kios Sembako Pasar Tamanan kurangnya memberikan informasi yang memadai dan promosi berbasis hadiah kepada konsumen. Pada pasal tersebut hanya mengatur secara umum saja, apabila terdapat janji yang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya perlunya penambahan aturan yang lebih kongkrit lagi mengenai bentuk promosi penjualan dengan iming-iming hadiah. 3) Dari perspektif *hifdz al-mal*, apabila dilihat dari 3 (tiga) tingkatan secara umum pembelian produk deterjen berhadiah merupakan kebutuhan dharuriyat dalam tingkatan kebutuhan yang harus ada atau disebut dengan kebutuhan primer. Dikarenakan deterjen sebagai kebutuhan pokok dalam rumah tangga untuk menjaga kebersihan pakaian, membersihkan najis pada pakaian, meninggalkan bau tidak sedap, warna dan bentuk kotoran yang melekat pada benda seperti pakaian. Islam sangat menekankan pentingnya kebersihan, karena kebersihan dianggap sebagian dari iman. Pakaian yang bersih dan suci merupakan syarat sahnya shalat, mencuci pakaian dengan air adalah cara utama untuk menghilangkan najis, namun deterjen digunakan sebagai alat bantu membersihkan najis sehinga penggunaan deterjen menjadi kebutuhan pokok dalam rumah tangga.

ABSTRACT

Elen Nadilah Indah Sari, 126101212117, “"Analysis of Consumer Purchase Interest in Detergent Products with Prizes from the Perspective of Government Regulation Number 29 of 2021 concerning the Implementation of the Trade Sector and Hifdz al-mal (Case Study of Staple Food Kiosks at Tamanan Market, Tulungagung Regency)",”, Law Study Program Sharia Economics, Faculty of Sharia and Legal Sciences, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2024, Supervisor Dr. Dian Ferricha

Keywords: Purchasing Detergent Products with Prizes, Government Regulations, Hifdz al-mal

This research is motivated by the behavior of consumers who are often tempted by the lure of prizes obtained when purchasing a product as a form of trade promotion. The factors that influence the decision to purchase detergent products with prizes are because the price is affordable, buy detergent for free ceramic bowls/plates, while consumption behavior must be carried out according to needs without causing an attitude of tabdzir or waste.

The formulation of the problem in this research is: 1) How does the practice of purchasing detergent products with prizes affect consumer buying interest at the Staple Food Kiosk Tamanan Market, Tulungagung Regency?, 2) How does giving gifts in the process of selling detergent products affect consumer buying interest from the perspective of Government Regulation Number 29 of 2021 concerning Organizing the Trading Sector at the Staple Food Kiosk at Tamanan Market, Tulungagung Regency? 3) How does giving gifts in the process of selling detergent products affect consumer buying interest from the perspective of hifdz al-mal at the Kiosk Groceries at Tamanan Market, Tulungagung Regency?

This research uses a qualitative research method with a case study approach and empirical juridical research. The data collection techniques used in this research are observation, interviews and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verification. Meanwhile, checking the validity of the data uses triangulation.

The results of this research show that: 1) The practice of selling detergents with prizes is carried out by sellers by offering prizes to consumers for purchasing the product first. The prizes obtained are in the form of ceramic plates or bowls which aim to attract consumer interest. The practice of purchasing detergent products with prizes at Tamanan Market's basic food kiosk is a legal act because the seller does not add any additional price to the gift, the gift is given in accordance with the verbal agreement between the seller and the agent. 2) From the perspective of Government Regulation Number 29 of 2021 concerning the Implementation of the Trade Sector as a derivative of Law Number 7 of 2014 concerning Trade. The detergent business with prizes in the form of a Limited Liability Company has complied with the provisions as in article 51 letter (a), however there are challenges in the field faced by traders at Tamanan Market's basic food stalls who lack

adequate information and prize-based promotions to consumers. This article only regulates in general, if there are promises that are not in accordance with the actual situation, it is necessary to add more concrete rules regarding the form of sales promotion with the lure of prizes. 3) From the perspective of hifdz al-mal, when viewed from 3 (three) levels in general, purchasing detergent products with prizes is a dharuriyat need at the level of needs that must exist or is called a primary need. Because detergent is a basic need in the household to maintain cleanliness. clothes, cleaning impurities on clothes, leaving behind an unpleasant odor, color and shape of dirt that sticks to objects such as clothes. Islam places great emphasis on the importance of cleanliness, because cleanliness is considered part of faith. Clean and holy clothes are a condition for valid prayer, washing clothes with water is the main way to remove impurity, but detergent is used as a tool to help clean impurities so the use of detergent is important.

الملخص

إلين ناديلا إنداه ساري، ١٢٦١٠١٢١٢١١٧، "تحليل اهتمام المستهلك بشراء منتجات المنظفات مع الجوائز من منظور اللائحة الحكومية رقم ٢٩لعام ٢٠٢١بشأن تنفيذ قطاعات التجارة وحفظ المال (دراسة حالة لأكشاك المواد الغذائية الأساسية في سوق تامانان، مقاطعة تولونج أجونج)"، برنامج دراسة القانون الاقتصادي الشرعي، كلية الشريعة والعلوم القانون جامعة السيد علي رحمة الله الإسلامية الحكومية تولونج أجونج ٢٠٢٤ المشرف د. ديان فريشا. ش. م.هـ

الكلمات المفتاحية: شراء منتجات المنظفات بالجوائز، الأنظمة الحكومية، حفظ المال

الدافع وراء هذا البحث هو سلوك المستهلكين الذين غالبًا ما يميلون إلى إغراء الجوائز التي يتم الحصول عليها عند شراء منتج ما كشكل من أشكال الترويج التجاري. العوامل التي تؤثر على قرار شراء منتجات المنظفات بجوائز هي أن السعر في المتناول، وشراء المنظفات للأوعية / الأطباق الخزفية مجانًا، بينما يجب أن يتم سلوك الاستهلاك وفقًا للاحتياجات دون التسبب في موقف تبدير أو هدر.

صياغة المشكلة في هذا البحث هي: ١) كيف تؤثر ممارسة شراء منتجات المنظفات بجوائز على اهتمام المستهلكين بالشراء في سوق تامانان، مقاطعة تولونج أجونج؟ ٢) كيف يؤثر تقديم الهدايا في عملية بيع منتجات المنظفات على اهتمام المستهلك بالشراء من منظور اللائحة الحكومية رقم ٢٩ لعام ٢٠٢١ بشأن تنفيذ قطاع التجارة في أكشاك المواد الغذائية الأساسية في سوق تامانان، منطقة تولونجاجونج – مول في سوق تامانان؟ ٣) كشك البقالة، منطقة تولونج أجونج؟

يستخدم هذا البحث منهج البحث النوعي مع منهج دراسة الحالة والبحث القانوني التجريبي. تقنيات جمع البيانات المستخدمة في هذا البحث هي الملاحظة والمقابلات والوثائق. تستخدم تقنيات تحليل البيانات تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج أو التحقق. وفي الوقت نفسه، التحقق من صحة البيانات يستخدم التثليث

تظهر نتائج هذا البحث ما يلي: ١) تتم ممارسة بيع المنظفات بالجوائز من قبل البائعين من خلال تقديم جوائز للمستهلكين لشراء المنتج أولاً، وتكون الجوائز التي يتم الحصول عليها على شكل أطباق أو أوعية خزفية تهدف إلى جذب المستهلك اهتمام. تعتبر ممارسة شراء منتجات المنظفات بجوائز من كشك المواد الغذائية الأساسية في سوق تمانان إجراءً قانونيًا لأن البائع لا يضيف أي سعر إضافي إلى الهدية، ويتم تقديم الهدية وفقًا للاتفاق الشفهي

بين البائع والوكيل. ٢) من منظور اللائحة الحكومية رقم ٢٩لسنة ٢٠٢١بشأن تنفيذ قطاع التجارة كمشتقة من القانون رقم ٧لسنة ٢٠١٤بشأن التجارة. لقد امتثلت تجارة المنظفات التي لها جوائز في شكل شركة ذات مسؤولية محدودة للأحكام كما هو الحال في المادة ٥١ (أ)، ومع ذلك هناك تحديات في هذا المجال يواجهها التجار في أكشاك المواد الغذائية الأساسية في سوق تامانان الذين يفتقرون إلى المعلومات الكافية والجوائز- الترقيات القائمة على المستهلكين. تنظم هذه المقالة بشكل عام فقط، إذا كانت هناك وعود لا تتوافق مع الوضع الفعلي، فمن الضروري إضافة المزيد من القواعد الملموسة فيما يتعلق بشكل ترويج المبيعات مع إغراء الجوائز.. ٣) من وجهة نظر حفظ المال، عند النظر إليها من ٣(ثلاثة) مستويات بشكل عام، فإن شراء منتجات المنظفات بالجوائز هو حاجة ذروريات على مستوى الحاجات التي لا بد من وجودها أو يسمى حاجة أساسية لأن المنظفات هي حاجة حاجة أساسية في المنزل للحفاظ على نظافة الملابس، وتنظيف الشوائب الموجودة على الملابس، وترك رائحة كريهة ولون وشكل للأوساخ التي تلتصق بالأشياء مثل الملابس. لقد شدد الإسلام بشكل كبير على أهمية النظافة، لأن النظافة من الإيمان. الملابس النظيفة والمقدسة شرط لصحة الصلاة، وغسل الملابس بالماء هو الوسيلة الرئيسية لإزالة النجاسة، ولكن المنظفات تستخدم كأداة تساعد على تنظيف النجاسات لذا فإن استخدام المنظفات مهم.