

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam islam dikenal dengan dua macam hubungan dalam kehidupan antar manusia, hubungan pertama adalah hubungan manusia kepada penciptanya (*Hablumminallah*) dan yang kedua adalah hubungan manusia kepada manusia (*Habluminannas*). Manusia diciptakan untuk saling membutuhkan pertolongan satu sama lain, karena pada hakikatnya manusia disebut sebagai makhluk sosial yang tidak pernah lepas dari pertolongan orang lain untuk kelangsungan hidupnya. Manusia ditakdirkan Allah Swt sebagai makhluk yang bermasyarakat, berbangsa, bersuku, dan bergolongan yang memiliki hati nurani untuk saling tolong menolong, oleh karena itu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia tidak mungkin dapat memenuhi kebutuhannya dengan sendiri melainkan membutuhkan bantuan orang lain.² Hubungan manusia sebagai makhluk sosial tersebut dikenal dengan istilah muamalah. Muamalah dalam arti luas dapat diartikan sebagai hukum-hukum Allah untuk mengatur manusia dalam kaitannya dengan urusan duniawi dan pergaulan sosial tentang cara berhubungan sesama manusia baik berhubungan secara kebendaan untuk memenuhi kebutan hidup mereka maupun dalam bentuk perjanjian perikatan.³

Dalam menciptakan kebutuhan hidupnya, manusia memiliki berbagai macam kebutuhan yang dibagi menjadi beberapa tingkatan-tingkatan yang secara umum terbagi menjadi tiga yaitu kebutuhan primer (*daruriyat*), sekunder (*hajiyyat*), tersier (*tahsiniyyat*). Dari semua tingkatan tersebut, kebutuhan tingkat kedua dan ketiga semua orang tidak sama. Akan tetapi menurut M. Quraish Shihab setiap kebutuhan manusia dapat dikatakan sama yaitu sandang, pangan, dan papan. Apabila tidak terpenuhinya

² Raihanun Nisa, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Kupon Undian Berhadiah Pada Jalan Santai Blang Padang Banda Aceh : Skripsi* (Universitas Negeri Islam Ar-Raniry Banda Aceh, 2021). hal. 1

³ Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah* (Depok: Pt Raja Grafindopersada, 2021). hal. 9

kewajiban primer manusia seperti makan, minum, tempat tinggal, keamanan, dan kenyamanan dapat dipastikan tidak mampu memenuhi kewajiban spiritual (ruhiyah) dan material (maliyah). Kebutuhan tersebut merupakan elemen terpenting dalam kehidupan setiap manusia. Pada dasarnya setiap kebutuhan manusia beraneka macam, apabila kebutuhan seseorang telah terpenuhi maka akan timbul kebutuhan lainnya.⁴

Setiap manusia dalam proses pemenuhan hidupnya tidak bisa terlepas dari jual beli. Maka dengan hukum syariah tentang jual beli menjadi penengah atau wasilah untuk mendapatkan keinginan tersebut. Pada masa perkembangannya agama islam datang dengan aturan umum yang mengatur praktik muamalah yang kemudian aturan tersebut dijadikan acuan sebagian besar transaksi ekonomi seperti jual beli, sewa-menyewa, pengadaan, penanaman modal dan lain sebagainya untuk kemaslahatan dan kebaikan semua umat manusia. Hal tersebut dilakukan untuk tidak terjadi pelanggaran atau keserakahan dalam pemenuhan hidupnya dalam prinsip muamalah yang sudah diatur oleh al-Qur'an, as-Sunnah, Ijma', dan Qiyas.⁵

Jual beli adalah kegiatan menukar barang dengan barang (barter), atau barang dengan uang untuk saling memiliki yang sesuai dengan kebutuhan, adapun hukum jual beli adalah mubah atau boleh, akan tetapi ada beberapa keadaan tertentu hukum jual beli berubah menjadi wajib, sunah, makruh, bahkan haram tergantung bagaimana situasi dan kondisi berdasarkan maslahat jual beli itu sendiri. Jual beli bisa berubah menjadi haram apabila dalam transaksinya mengandung riba, gharar, maysir, penimbunan, zalim, batil, dan nilai lainnya yang merugikan orang lain dalam kegiatan ekonomi

⁴ Zainal Sm, *Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Terhadap Pemilihan Handphone (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Parepare)* : Skripsi (Institut Agama Islam Neger (Iain) Parepare, 2023). hal. 1

⁵ Rahmat Hidayat, *Fiqih Muamalah* (Medan: Cv. Tungga Esti, 2022). hal. 14-15

serta bertentangan dengan kaidah islam.⁶ Hal tersebut sebagaimana firman Allah pada QS. Ali Imran ayat 130:⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.

Ayat tersebut menjelaskan tentang dasar kehalalan (kebolehan) hukum jual beli dan keharaman (menolak) riba. Ketika melakukan jual beli, pastinya sebagai seorang muslim diwajibkan mempertimbangkan jenis transaksi yang digunakan apakah sudah sesuai dengan prinsip yang disyariatkan oleh ajaran islam. Maka oleh karena itu jual beli harus didasari atas dasar kerelaan, didasari rasa suka sama suka antar masing-masing pihak, serta keridhan dalam bermuamalah. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29:⁸

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu

Ayat diatas menunjukan keabsahan tentang kehalalan (kebolehan) hukum jual beli dan keharaman (menolak) cara yang batil, yang didasari oleh keridhoan antar sesama dan suka sama suka tanpa adanya paksaan.

Sering kali dalam jual beli kita temui istilah promosi. Promosi berasal dari kata *promote* yang dapat diartikan sebagai meningkatkan atau

⁶ Lina Mei Tina, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Undian Berhadiah Di Shopee (Studi Kasus Di Akun Olshop Gudang Serbu): Skripsi' (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022). hal. 2

⁷ Hidayat..... hal. 16

⁸ *Ibid.* hal. 14

mengembangkan. Menurut pandangan Habiburahman promosi adalah usaha atau upaya untuk memajukan perdagangan atau meningkatkan penjualannya.⁹ Dari berbagai macam inovasi yang dilakukan produsen salah satunya yaitu praktik pembelian hadiah yang ditawarkan kepada konsumen dengan iming-iming hadiah berupa piring cantik pada pembelian barang dengan ketentuan tertentu. Pembelian produk berhadiah ada banyak bentuknya, ada yang melalui undian kupon berhadiah, ada pembelian hadiah dengan mengumpulkan point, doorprize, beli dua gratis satu, voucher belanja, hingga mendapatkan hadiah jika membeli satu produk, dan lain sebagainya. Segala bentuk promosi terhadap suatu produk diperbolehkan dengan syarat promosi tersebut memang benar adanya sebagaimana yang dijanjikan oleh pelaku usaha.¹⁰

Saat ini fenomena tersebut sering dijumpai di toko kelontong, warung kecil, swalayan, hingga pasar tradisional. Kegiatan jual beli yang paling ramai adalah pasar tradisional, dalam praktik jual beli di pasar terdapat berbagai macam penawaran penjualan dari berbagai kalangan. Adapun fenomena yang menjadi urgensi pada penelitian ini adalah pembelian deterjen berhadiah di Kios Pasar Tamanan Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung. Pada dasarnya pada pembelian deterjen berhadiah merupakan bentuk iming-iming penjualan. Dalam skema hadiah tentunya pembeli tidak perlu mengeluarkan uang tambahan. Karena hadiah yang dijanjikan tercantum pada keterangan kemasan.

Perilaku konsumen ditunjukan untuk mencari, menukar, menggunakan, menilai barang dan jasa yang dianggap bisa memuaskan kebutuhan mereka. Hal tersebut dapat dipahami karena sebab suatu lingkungan konsumen memiliki penilaian kebutuhan, pendapatan, sikap dan selera yang berbeda. Deterjen merupakan kebutuhan pokok dalam kebutuhan

⁹ Nina Indah Febriana, 'Praktik Tebus Murah Di Toko Retail Modern Dalam Perspektif Hukum Islam: Studi Kasus Pada Gerai Alfamart Di Tulungagung', *Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, Vol. 4.No. 1 (2022), hal. 38.

¹⁰ Arisandi. et. al, 'Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pemberian Hadiah Piring Kecap Sedaap Pt. Wings Surya Yang Tidak Sesuai', *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik*, Vol. 1.No. 2 (2023), Hal. 217-218.

rumah tangga, dalam menjalankan kegiatannya, deterjen dinilai penting sebagai sabun pembersih pakaian, piring, membersihkan lantai, karena dinilai lebih hemat. Bagi seorang konsumen dengan pendapatan menengah kebawah menilai deterjen berhadiah dinilai lebih hemat, karena dengan membeli deterjen akan dilengkapi dengan 1 (satu) buah piring atau mangkok cantik dari bahan keramik. Bagi konsumen hal ini dinilai menguntungkan sekaligus karena dapat meringankan pengeluaran biaya ibu rumah tangga, dengan harga yang murah dan kegunaan yang bermanfaat bagi ibu rumah tangga. Sedangkan bagi konsumen dengan pendapatan tinggi kurang berminat membeli produk deterjen berhadiah. Alasan utamanya karena faktor merek, aroma, modal, atau jenis sebagai pertimbangan pembelian deterjen berhadiah, bahkan konsumen seperti ini tidak memperhatikan masalah harga, melainkan kualitas dan kuantitas barang yang dibeli.

Berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan di Kios Sembako Pasar Tamanan Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung bahwa pembeli berbelanja karena tergiur dengan iming-iming hadiah piring dan mangkok cantik karena pembelian deterjen. Sebagai seorang konsumen yang jeli diperlukan kepijatan dalam menakar pembelanjaan sesuai kebutuhan bukan keinginan, agar tidak membeli barang yang tidak perlu sehingga hal tersebut dapat memicu kemubadziran dan keborosan.¹¹

Sebagaimana yang telah dilarang dalam Al-Qur'an dalam surat Al-Isra' ayat 27:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا¹²

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu yaitu saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Pada dasarnya aktivitas konsumsi dalam kaidah agama islam hukumnya boleh, akan tetapi tidak diperbolehkan untuk berlebih-lebihan

¹¹ Observasi di Kios Sembako Pasar Tamanan Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung, pada tanggal 24 November 2024

¹² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an, Tajwid Dan Terjemahannya* (Bandung: Jawa Barat, 2010). Hal. 407

dalam berbelanja karena dianggap mubadzir atau pemborosan. Sebagai seorang produsen muslim pun tidak diperbolehkan melakukan jual beli hanya untuk mendapatkan keuntungan semata tanpa memperhatikan kerugian yang dialami oleh konsumen.

Menjaga harta dalam transaksi jual beli merupakan tujuan utama syariat islam sebagai bentuk *hifdz al-mal* hal tersebut tidak hanya dimaknai dengan menjaga harta dari tindakan pencurian semata, melainkan lebih dari itu. Menjaga harta yang dimaksud ialah memastikan kesucian harta yang dimaknai dengan *dual way*, yakni kesucian dari dan kemana. Oleh karena itu pelaku muamalah tidak hanya memikirkan bagaimana kehalalan sumber harta saja melainkan kebaikan konsumtif dari harta tersebut sebagai ranah perputaran uang bahwa segala bentuk transaksi yang dilakukan tidak berbenturan dengan syariat islam.¹³

Pada dasarnya pemberian hadiah atau hibah sebagai bentuk teknik marketing suatu perusahaan bukanlah hal yang dilarang, asalkan tidak terdapat kebohongan didalam penawaran tersebut, undi-undian nasib, merugikan konsumen, atau menyebabkan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha. Apabila merujuk pada nash Al-Qur'an dan hadis bahwa hibah atau hadiah merupakan perbuatan yang sangat dianjurkan dalam Islam. Dalam islam hadiah atau hibah merupakan akad berdasarkan sukarela yang menjadikan kepemilikan terhadap sesuatu tanpa adanya pengganti atau imbalan ketika masih hidup.¹⁴ Apabila dianalisis dalam unsur pemberian hadiah dalam islam harus memperhatikan mengenai status hadiah tersebut jangan sampai masuk ke dalam hal-hal yang dilarang dalam islam seperti perjudian, maisir, taruhan, lotre, hingga untung-untungan dilarang dalam islam.

Terkait promosi dagang produk deterjen berhadiah tentunya terdapat resiko yang ditanggung oleh kedua belah pihak. Penjual mengeluarkan 2

¹³ Hidayat..... hal. 19

¹⁴ Sobirin, Jual Beli Dalam Pandangan Islam, *Jurnal Bisnis Menejemen*, Vol. 3.No. 2 (2015), Hal. 244.

(dua) barang sedangkan pembeli mengeluarkan uang mendapatkan 2 (dua) barang. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan memberikan landasan hukum untuk mengatur tata kelola perdagangan, distribusi, termasuk dalam aspek promosi mengiklankan secara benar dan tidak bertentangan dengan keadaan yang sebenarnya.¹⁵ Dalam konteks ini, pemerintah melihat sektor perdagangan sebagai penggerak utama dalam pembangunan ekonomi. Pemerintah mendorong pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jangkauan pasar. Promosi penjualan diharapkan dapat membantu pelaku usaha ataupun UMKM dalam bersaing di pasar. Peraturan ini juga memberikan ruang untuk berinovasi dalam metode distribusi dan pemasaran barang yang dilakukan oleh pelaku usaha. Akan tetapi dalam melakukan promosi penjualan dengan pemberian hadiah harus dilakukan secara transparan, tidak melanggar norma hukum, dan memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen. Sehingga peraturan tersebut dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi pelaku usaha saja, tetapi bagi konsumen untuk hak atas produk yang aman dan sesuai dengan yang dijanjikan.

Berdasarkan uraian-uraian masalah tersebut, maka penulis beranggapan permasalahan tersebut perlu dibahas dan diteliti kembali mengenai hukum pembelian produk berhadiah perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 dan *hifdz al-mal*. Bentuk pembelian deterjen hadiah semacam ini merupakan tema yang menarik untuk dikaji oleh peneliti, karena fenomena ini sering dilakukan oleh masyarakat akan tetapi tidak diketahui hukum syariatnya. Maka penulis tertarik untuk meneliti tema dengan judul **“ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK DETERGEN BERHADIAH PERSPEKTIF PERATURAN PEMERINTAH PENYELENGGARAAN BIDANG PERDAGANGAN NOMOR 29 TAHUN 2021 TENTANG PROMOSI DAGANG DAN**

¹⁵ Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan.

HIFDZ AL-MAL (Studi Kasus di Kios Sembako Pasar Tamanan Kabupaten Tulungagung)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

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?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan praktik pembelian produk deterjen berhadiah terhadap minat beli konsumen di Kios Pasar Tamanan, Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk menganalisis Perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan terhadap minat beli konsumen pada pemberian produk deterjen berhadiah di Kios Sembako Pasar Tamanan Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk menganalisis Perspektif *Hifdz al-Mal* terhadap minat beli konsumen pada pemberian produk deterjen berhadiah di Kios Sembako Pasar Tamanan, Kabupaten Tulungagung.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun hasil yang dihadapkan dalam penelitian ini ada 2 (dua) manfaat, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan sumbangan khazanah ilmu pengetahuan dalam perkembangan hukum ekonomi syariah pada umumnya terutama pada masalah yang berkaitan dengan transaksi jual beli, Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2024 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, dan *Hifdz Al-Mal*
- b. Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa pada materi-materi kuliah tentang maqashid syariah serta sebagai rujukan bagi mahasiswa yang ingin mengadakan penelitian selanjutnya.
- c. Sebagai wawasan masyarakat pada umumnya untuk mengetahui analisis Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2024 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, dan *Hifdz Al-Mal* pada jual beli.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi masyarakat

Untuk memperkaya wawasan dan cakrawala masyarakat agar mengetahui bagaimana pandangan maqashid syariah dalam pembelian produk berhadiah.

b. Bagi pelaku usaha

Disamping itu, dengan adanya analisis maqashid syariah mengenai pembelian produk berhadiah dapat dijadikan kontrol bagi para produsen, pelaku usaha, serta konsumen dalam menjalankan jual beli sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

c. Bagi pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan bagi pemerintah untuk sebagai kontrol serta sumbangan pikiran mengenai praktik pembelian produk deterjen berhadiah yang dilakukan oleh pelaku usaha, serta diharapkan dapat membentuk instansi pemerintah yang

lebih baik dalam menghadapi pengaruh informasi, motivasi kerja, dan fasilitas administrasi terhadap presentasi kerja pelayanan masyarakat.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Secara praktis penelitian ini mampu menjadi sumbangan pikiran maupun baha masukan serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian dalam bidang yang sama dimasa yang akan datang.

E. Penegasan Istilah

Penegasan istilah merupakan pengertian istilah-istilah penting dalam judul yang menjadi fokus penelitian bagi seorang peneliti. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi perbedaan penafsiran terhadap pengertian yang digunakan peneliti, sehingga hal yang dimaksudkan lebih jelas. Maka penting bagi peneliti memberikan batasan penelitian terhadap istilah-istilah yang terdapat pada judul penelitian sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

Penegasan konseptual bertujuan untuk memahami agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami proposal skripsi ini terutama terletak pada judul yang peneliti ajukan, yakni Analisis Minat Beli Konsumen Pada Produk Detergen Berhadiah Perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan dan *Hifdz Al-Mal* (Studi Kasus di Kios Sembako Pasar Tamanan Kabupaten Tulungagung). Adapun beberapa penegasan istilah yang perlu dijelaskan penulis diantaranya:

a. Analisis

Analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan atau memecahkan masalah terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenar-benarnya.¹⁶

b. Minat beli

¹⁶ KBBI (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*).

Minat beli konsumen merupakan perilaku yang dilakukan konsumen dengan keinginan memilih, menggunakan, mengkonsumsi, atau menginginkan produk yang ditawarkan.¹⁷

c. Konsumen

Konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁸

d. Deterjen

Deterjen merupakan bahan pembersih pakaian dalam keperluan rumah tangga yang dibuat dari bahan dasar surfaktan, seperti sabun yang tidak dibuat dari lemak dan soda berupa tepung atau cairan.¹⁹

e. Produk Berhadiah

Produk berhadiah adalah salah satu bentuk strategi marketing yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menarik minat konsumen dengan tujuan membeli produk yang dipasarkan. Hadiah merupakan pemberian yang seseorang kepada orang lain sebagai suatu penghargaan, kenang-kenangan atau cenderamata yang bertujuan untuk mengikat, mendekatkan, atau memuliakan tanpa mengharapkan pengganti.²⁰

f. Peraturan Pemerintah No 29 Tahun 2021

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan mengatur aspek kegiatan perdagangan di Indonesia mulai dari ekspor impor, mendistribusikan barang, hingga pengawasan perdagangan. Peraturan ini memiliki

¹⁷ Darmadi, Durianto, et.al, "*Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merk*" (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003). Hal. 112

¹⁸ *Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan.*

¹⁹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta, 2008).

²⁰ Nur Yuliani Ulfah, et.al, Pemberian Hadiah Dan Hukuman Dalam Pendidikan Islam, *Jurnal Prosiding Kajian Islam Dan Integrasi Ilmu Di Era Society 5.0*, Vol. 1 (2022), hal. 225.

peran penting sebagai kepastian hukum bagi pelaku usaha dan melindungi konsumen.

g. *Hifdz Al-Mal*

Hifdz al-mal merupakan bagian dari 5 pokok utama maqashid syariah, *hifdz al mal* merupakan hak seseorang yang dilakukan dengan mendapatkan harta dengan cara yang halal. Dalam penjagaan harta dilakukan dengan jual beli dan mencari rejeki yang halal, sedangkan bentuk pencegahannya dilakukan dengan menghindari hal-hal yang dilarang menurut syara seperti riba, maysir, dll. terdapat 3 tingkatan dalam penjagaan harta yang terdiri dari *dharuhiyat*, *hajjiyat*, dan *tahsaniyat*.²¹

2. Penegasan Operasional

Berdasarkan penegasan istilah diatas, maka yang dimaksud dengan “Analisis Minat Beli Konsumen Pada Pembelian Produk Detergen Berhadiah Perspektif Peraturan Pemerintah Penyelenggaraan Bidang Perdagangan Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Promosi Dagang Dan *Hifdz Al-Mal* (Studi Kasus Di Kios Sembako Pasar Tamanan Kabupaten Tulungagung)” peneliti ingin menganalisis pembelian deterjen berhadiah terhadap pengaruh minat beli konsumen berdasarkan pandangan Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 dan *Hifdz Al-Mal* kepada para penjual dan pembeli di Pasar Tamanan Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai alur pembahasan yang digunakan peneliti menjadi 6 bab, dan setiap bab dirinci lagi menjadi beberapa sub penelitian yang membahas mengenai Analisis Minat Beli Konsumen Pada Produk Deterjen Berhadiah Perspektif

²¹ Ghofar Shidiq, Teori Maqashid Al-Syari'ah Dalam Hukum Islam, Vol. XLIV.No. 118 (2009), hal. 121.

Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan dan *Hifdz al-Mal*, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: Pada bab ini penulis akan memberikan uraian mengenai latar belakang, fokus penulisan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORI: Bab ini terdiri dari kajian teori, dan penelitian terdahulu dari beberapa literatur. Dalam bab ini penulis akan menguraikan sub bab pembahasan sesuai dengan teori yang berkaitan dengan segala sesuatu yang menjadi acuan dalam penulisan mengenai Minat Beli Konsumen Pada Produk Deterjen Berhadiah Perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan Dan *Hifdz Al-Mal*. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan penyajian teori yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian yang akan dilakukan. Untuk memperoleh keaslian peneliti yang dicantumkan dalam penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN : bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari: (a) jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisa data, (g) pengecekan keabsahan temuan, (h) tahap- tahap penelitian.

BAB IV PAPARAN DATA/TEMUAN PENELITIAN: dalam bab ini berisi tentang paparan data hasil penelitian di Kios Sembako Pasar Tamanan Kabupaten Tulungagung yang berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian dan praktik pembelian deterjen berhadiah.

BAB V PEMBAHASAN: Dalam bab ini adalah jawaban dari rumusan masalah yang terdiri dari (a) bagaimana praktik pembelian produk deterjen berhadiah terhadap minat beli konsumen di Kios Sembako Pasar Tamanan Kabupaten Tulungagung? (b) Bagaimana pemberian hadiah dalam proses penjualan produk deterjen terhadap minat beli konsumen perspektif Peraturan Pemerintah Penyelenggaraan Bidang Perdagangan Nomor 29

Tahun 2021 Tentang Promosi Dagang di Kios Sembako Pasar Tamanan Kabupaten Tulungagung? (c) Bagaimana pemberian hadiah dalam proses penjualan produk deterjen terhadap minat beli konsumen perspektif *hifdz al-mal* di Kios Sembako Pasar Tamanan Kabupaten Tulungagung?

BAB VI PENUTUP: dalam bab ini memuat kesimpulan dan saran yang merupakan bagian dari bab akhir. Pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasil yang sudah didapatkan dari penelitian serta saran yang diberikan oleh peneliti terkait penelitian yang sudah dilakukan. Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang diberikan pada bab sebelumnya kemudian ditarik kesimpulan. Berdasarkan saran dari hasil rekomendasi-rekomendasi yang merinci yang perlu dilakukan pihak-pihak terlibat sehubungan dengan temuan-temuan tersebut.