

**PRAKTIK *MYSTERY SHOPPER* UNTUK MEMPEROLEH KONSUMEN
PERSPEKTIF JUAL BELI DALAM FIKIH MUAMALAH
(Studi di *Outlet Minuman X Mall Olympic Garden Malang*)**

SKRIPSI

oleh :

**Dini Sri Wahyuni
NIM 17220109**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

**PRAKTIK *MYSTERY SHOPPER* UNTUK MEMPEROLEH KONSUMEN
PERSPEKTIF JUAL BELI DALAM FIKIH MUAMALAH
(Studi di *Outlet Minuman X Mall Olympic Garden Malang*)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata Satu
Sarjana Hukum (S.H)

oleh :

**Dini Sri Wahyuni
NIM 17220109**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,

Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PRAKTIK *MYSTERY SHOPPER* UNTUK MEMPEROLEH KONSUMEN
PERSPEKTIF JUAL BELI DALAM FIKIH MUAMALAH (Studi di *Outlet
Minuman X Mall Olympic Garden Malang*)**

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika dikemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 25 Februari 2020
Penulis,



Dini Sri wahyuni
NIM 17220109

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Dini Sri Wahyuni
NIM : 17220109
Program Studi/Fakultas : Hukum Ekonomi syari'ah
Universitas : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
Judul : **PRAKTIK *MYSTERY SHOPPER* UNTUK MEMPEROLEH KONSUMEN PERSPEKTIF JUAL BELI DALAM FIKIH MUAMALAH (Studi di *Outlet Minuman X Mall Olympic Garden Malang*)**

Setelah melihat, membaca, meneliti dan mengoreksi skripsi tersebut, maka pembimbing dengan ini menyatakan bahwa pengajuan skripsi ini sudah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan siap diuji pada Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syari'ah



Dr. Fakhruddin, M.H.I
NIP. 197408192000031002

Malang, 25 Februari 2020
Dosen Pembimbing



Mahbub Ainur Rofiq, S.H.I., M.H.
NIP. 19881130201802011159



**KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARI'AH**
JI. Gajayana 50 Malang Telp. (0341) 551354 Fax. (0341) 572533

BUKTI KONSULTASI

Nama : Dini Sri Wahyuni
Nim : 17220109
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Dosen Pembimbing : Mahbub Ainur Rofiq, S.HI., M.H.
Judul Skripsi : **PRAKTIK *MYSTERY SHOPPER* UNTUK
MEMPEROLEH KONSUMEN PERSPEKTIF JUAL
BELI DALAM FIKIH MUAMALAH (Studi di *Outlet
Minuman X Mall Olympic Garden Malang*)**

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	Rabu, 4 November 2020	Penyerahan proposal	
2.	Senin, 9 November 2020	Revisi Proposal	
3.	Selasa, 10 November 2020	Penyerahan Revisi Proposal dan acc	
4.	Selasa, 8 Desember 2020	Penyampaian revisi setelah sempro	
5.	Selasa, 22 Desember 2020	Bab I, II dan III	
6.	Senin, 28 Desember 2020	Penyerahan revisi Bab I, II dan III.	
7.	Kamis, 31 Desember 2020	Penyampaian hasil pengambilan data	
8.	Selasa, 5 Januari 2021	Penyampaian hasil pengambilan data	
9.	Rabu, 27 Januari 2021	Bab IV dan V	
10.	Senin, 22 Februari 2021	Revisi Bab IV dan V	
11.	Senin, 1 Maret 2021	Acc Skripsi	

Malang, 25 Februari 2021
Mengetahui,
Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah

Dr. Fakhruddin, M.H.I
NIP. 197408192000031002

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudara/i Dini Sri Wahyuni, NIM 17220109, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

PRAKTIK MYSTERY SHOPPER UNTUK MEMPEROLEH KONSUMEN PERSPEKTIF JUAL BELI DALAM FIKIH MUAMALAH (STUDI DI OUTLET MINUMAN X MALL OLYMPICGARDEN MALANG)

Telah dinyatakan lulus dengan nilai: A

Dengan Penguji :

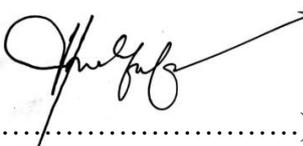
1. Ahmad Sidi Pratomo, MA

NIP : 198404192019031002

()
Ketua

2. Mahbub Ainur Rofiq, S.HI., M.H

NIP : 19881130201802011159

()
Sekretaris

3. Dr. Burhanuddin Susanto, S.HI., M.Hum

NIP : 197801302009121002

()
Penguji Utama

Dekan,



Prof. Dr. H. Saifullah, S.H., M.Hum
NIP. 196512052000031001

Malang, 20 Mei 2021
Scan Untuk Verifikasi



MOTTO

التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

“Seorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan dikumpulkan bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat (di Surga)”

(HR. Ibnu Majah, Al-Hakim dan Ad-Daraquthni)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin, yang telah memberikan rahmat dan pertolongan penulisan proposal skripsi yang berjudul : “Praktik *Mystery Shopper* Untuk Memperoleh Konsumen Perspektif Jual Beli dalam Fikih Muamalah (Studi Kasus di *Outlet Minuman X Mall Olympic Garden Malang*)” dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam kita haturkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan uswatun hasanah kepada kita dalam menjalani kehidupan ini secara syar’i. Dengan mengikuti beliau, semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir kiamat. Amien.

Dengan segala pengajaran, bimbingan/pendengaran, serta bantuan layanan yang telah diberikan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada taranya kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Saifullah, S.H., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Syari’ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhruddin, M.HI, selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Mahbub Ainur Rofiq, S.HI., M.H, selaku dosen pembimbing skripsi. Penulis haturkan terima kasih atas waktu yang telah diluangkan untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga beliau beserta seluruh keluarga diberikan rahmat, barokah,

limpahan rezeki dan dimudahkan segala urusan baik di dunia maupun di akhirat kelak.

5. Dr. Burhanuddin Susanto, S. HI, M. Hum, selaku Dosen wali penulis selama menempuh kuliah di Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Syari'ah, khususnya kepada para dosen Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah yang senantiasa memberikan ilmunya, bimbingan dan juga motivasi kepada penulis selama ini. Semoga Allah membalasnya dengan kebaikan yang berlipat ganda di dunia dan akhirat.
7. Kepada Bapak Subakti dan Ibu Darwati selaku orang tua penulis yang telah berjasa dalam berbagai aspek baik dari segi materi maupun non materi, dengan tulus memberikan kasih sayang, perhatian serta do'a yang selalu mengiringi langkah penulis.
8. Kepada Putri Dwi Suyanti dan Syafira Anggraeni selaku adik penulis yang turut membantu penulis secara tidak langsung dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman Hukum Ekonomi Syari'ah angkatan 2017 yang telah berjuang bersama, kebersamaan setiap proses perkuliahan hingga sampai kepada titik ini. Semoga kita juga bisa sama-sama berdiri tegak menjadi Sarjana Hukum yang mampu mewujudkan hukum yang adil di negeri ini.
10. Teruntuk teman dan sahabat-sahabatku Liza Zahara, Nicky Nihayatun Nisa, Atik Suciati, terimakasih karena telah berkenan meluangkan waktunya dalam membantu menyelesaikan tugas akhir ini. Dan terimakasih juga penulis

ucapkan kepada segenap teman dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak mendukung, memotivasi penulis.

11. Kepada Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek yang telah memberikan naungan jasmani maupun rohani dan terkhusus kepada kamar 26 NU, terima kasih banyak atas pertemanan serta kekeluargaan yang selama ini selalu kebersamai dalam suka maupun duka.
12. Kepada Riau Squad HES 2017 yang telah kompak berjuang bersama menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kita dapat kembali bersama ke kampung halaman dengan membawa perubahan.
13. Kepada Miftah beserta keluarga yang telah memberikan rasa kekeluargaan dan kehangatan kepada penulis.

Terakhir dengan kerendahan hati, sebagai manusia yang tak pernah luput dari kekhilafan, penulis sangat mengharapkan pintu maaf serta kritikan dan saran dari semua pihak demi upaya perbaikan di waktu yang akan datang dan penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya pribadi khususnya dan para pembaca pada umumnya, amien.

Malang, 25 Februari 2020
Penulis,



Dini Sri Wahyuni
NIM : 17220109

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum.

Transliterasi merupakan pemindahalihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini adalah nama Arab dari bahasa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *footnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang berstandart internasional, nasional, maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1998, No. 158/1987 dan 0543.b/1987, sebagaimana tertera dalam pedoman Transliterasi Bahasa Arab (*A Guide Arabic Transliteration*), INIS Fellow 1992.

B. Konsonan.

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa istilah kalimat yang berasal dari bahasa Arab, namun ditulis dalam bahasa lain. Adapun penulisannya adalah sebagai berikut :

Huruf Arab	Huruf Latin	Huruf Arab	Huruf Latin
ا	Tidak dilambangkan	ض	Dl
ب	B	ط	Th
ت	T	ظ	Dh
ث	Ts	ع	' (menghadap ke atas)
ج	J	غ	Gh
ح	H	ف	F
خ	Kh	ق	Q
د	D	ك	K
ذ	Dz	ل	L
ر	R	م	M
ز	Z	ن	N
س	S	و	W
ش	Sy	ه	H
ص	Sh	ي	Y

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan. Namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma di atas ('), berbalik dengan koma (‘) untuk pengganti lambang “ع”.

C. Vokal, Panjang dan Diftong.

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut :

Vokal	Panjang	Diftong
-------	---------	---------

a (<i>fathah</i>)	â	قال menjadi qâla
i (<i>Kasrah</i>)	î	قيل menjadi qîla
u (<i>Dlommah</i>)	û	دون menjadi dûna

Khusus baaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya' nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya' setelah *fathah* ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh di bawah ini :

Diftong	Contoh
Aw (و)	قول menjadi qawlun
Ay (ي)	خير menjadi khayrun

D. Ta' Marbutah (ة)

Ta' marbutah ditransliterasikan dengan “i” jika berada ditengah kalimat, tetapi apabila *ta' marbutah* tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya المدرسة الرسالة menjadi *al-risalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “t” yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya في رحمة الله menjadi *fii rahmatillâh*.

E. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalâh

Kata sandanga berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam *lafdh jalâlah* yang berada di tengah-

tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini :

1. Al-Imâm Bukhâriy mengatakan.....
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan.....
3. *Masyâ' Allâh kâna wa mâ lam yasya' lam yakun.*
4. *Billâah 'azza wa jalla.*

F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Perhatikan contoh berikut :

“..... Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan Ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintensifan salat di berbagai kantor pemerintahan, namun.....”

Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid”, “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekalipun berasal dari bahasa Arab, namun ia berupa nama orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “ Abd al-Rahmân Wahîd”, Amîn Râis”, dan bukan ditulis dengan “shalât”.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
BUKTI KONSULTASI	v
PENGESAHAN SKRIPSI.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
المخلص.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.	1
B. Rumusan Masalah.	6
C. Tujuan Penelitian.....	6

D. Manfaat Penelitian.	7
E. Definisi Operasional.	7
F. Sistematika Penulisan.	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Penelitian Terdahulu.	11
B. Kajian Pustaka.	15
1. Definisi Jual Beli.	15
2. Dasar Hukum Jual Beli.	16
3. Rukun dan Syarat Jual Beli.	18
4. Prinsip-prinsip Syari'ah dalam Muamalah.	21
5. Jual Beli yang Dilarang (Batil).	25
6. Pengertian <i>Bai' Najasy</i>	27
7. Bentuk-Bentuk Praktik <i>Najasy</i>	32
8. Larangan Praktik <i>Najasy</i>	34
9. Hukum Praktik <i>Najasy</i>	40
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian.	43
B. Pendekatan Penelitian.	43
C. Lokasi Penelitian.	43
D. Sumber Data.	43

E. Teknik Pengumpulan Data.	45
F. Teknik Pengolahan Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Sejarah Perusahaan <i>Mall Olympic Garden</i> Malang.	49
B. Gambaran Umum <i>Mall Olympic Garden</i> Malang.....	51
C. Visi dan Misi <i>Mall Olympic Garden</i> Malang.....	53
D. Mekanisme Praktik <i>Mystery Shopper</i> di <i>outlet</i> minuman X <i>Mall Olympic Garden</i> Malang.	54
E. Analisis Praktik <i>Mystery Shopper</i> Untuk Memperoleh Konsumen di <i>Outlet</i> Minuman X <i>Mall Olympic Garden</i> Malang.	58
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbedaan Penelitian Terdahulu

Tabel 2. *Outlet-Outlet* yang Ada di *Mall Olympic Garden* Malang

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Foto bagian depan *Mall Olympic Garden* Malang.
- Lampiran 2 : Foto kondisi *Outlet* Minuman X *Mall Olympic Garden* Malang.
- Lampiran 3 : Foto wawancara dengan penjual (penjaga *outlet*).
- Lampiran 4 : Foto wawancara dengan *mystery shopper* 1 dan 2.
- Lampiran 5 : Foto wawancara online dengan *mystery shopper* 3 dan 4.
- Lampiran 6 : Foto bukti bahwa mereka benar menjadi *mystery shopper*.
- Lampiran 7 : Foto *mystery shopper* bertemu dengan koordinator.
- Lampiran 8 : Foto wawancara online dengan *supervisor Outlet* Minuman X
Mall Olympic Garden Malang.

ABSTRAK

Dini Sri Wahyuni, 17220109, *Praktik Mystery Shopper Untuk Memperoleh Konsumen Perspektif Jual Beli dalam Fikih Muamalah (Studi di Outlet Minuman X Mall Olympic Garden Malang)*. Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah, Fakultas Syari'ah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing : Mahbub Ainur Rofiq, S.HI., M.H.

KATA KUNCI : *Mystery Shopper*, Konsumen, Jual Beli, Fikih Muamalah.

Dunia usaha yang semakin berat akan persaingan mendorong pelaku bisnis untuk melakukan segala cara demi memenangkan hati para konsumen. Salah satu caranya adalah dengan menerapkan praktik *mystery shopper*. Praktik *mystery shopper* yang dilakukan oleh *outlet* minuman X Mall Olympic Garden Malang merupakan upaya marketing untuk memancing konsumen agar tertarik membeli di *outlet* minuman X tersebut dengan melakukan rekayasa permintaan. Penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk mengetahui bagaimana bentuk dan legalitas dari praktik *mystery shopper* yang dilakukan oleh *outlet* minuman X Mall Olympic Garden Malang perspektif jual beli dalam fikih mumalah.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian yuridis empiris dengan pendekatan kualitatif. Sumber data penelitian adalah sumber data primer yang diperoleh melalui wawancara dan sumber data skunder yang didapatkan dari bahan hukum primer dan bahan hukum skunder. Adapun teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *mystery shopper* tersebut dilakukan dengan cara mengumpulkan sejumlah orang melalui postingan facebook, kemudian mereka *dibriefing* dan diberi uang oleh seorang koordinator untuk membeli dan mengantri di *outlet* minuman X Mall Olympic Garden Malang. Setelah itu, para *mystery shopper* diberi upah berupa uang sejumlah Rp.15.000 dan minuman yang telah diorder sebelumnya. Mengenai kelegalitasannya, praktik *mystery shopper* tidak diperbolehkan dan dapat digolongkan pada bentuk *bai' najasy* di masa modern apabila di dalamnya terindikasi adanya rekayasa permintaan berupa produk dan sesungguhnya orang yang melakukan praktik tersebut tidak mempunyai keinginan yang muncul dari dalam hati untuk membeli produk tersebut. Sebaliknya, praktik *mystery shopper* ini diperbolehkan jika digunakan hanya untuk mengukur daya minat ataupun respon dari konsumen. Adapun orang yang melakukan praktik *mystery shopper* yang di dalamnya mengandung unsur *bai najasy*, dapat dihukumi sebagai orang yang telah berbuat maksiat (berdosa besar) jika ia mengetahui tentang pelarangan ini dan tidak berlaku bagi orang yang tidak mengetahuinya.

ABSTRACT

Dini Sri Wahyuni, 17220109, *Mystery Shopper Practices To Get Consumers Perspective Buying and Selling in Fikih Muamalah (Study at Beverage Outlet X Mall Olympic Garden Malang)*. Thesis, Shari'ah Economic Law Study Program, Faculty of Syari'ah, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang, Advisor: Mahbub Ainur Rofiq, S.HI., M.H.

KEY WORDS: Mystery Shopper, Consumer, Buying and Selling, Jurisprudence Muamalah.

The business world, which is getting tougher with competition, encourages business people to do everything they can to win the hearts of consumers. One way to do this is by implementing the mystery shopper practice. The mystery shopper practice carried out by the beverage outlet X Mall Olympic Garden Malang is a marketing effort to lure consumers to be interested in buying at the X beverage outlet by engineering demand. This research was conducted in order to determine the form and legality of the mystery shopper practice carried out by the beverage outlet X Mall Olympic Garden Malang with the perspective of buying and selling in jurisprudence.

This type of research is an empirical juridical research with a qualitative approach. Sources of research data are primary data sources obtained through interviews and secondary data sources obtained from primary legal materials and secondary legal materials. The data collection techniques used interview, observation and documentation techniques

The results of this study indicate that the mystery shopper practice is carried out by gathering a number of people through Facebook posts, then they are briefed and given money by a coordinator to buy and queue at the X Mall Olympic Garden Malang beverage outlet. After that, mystery shoppers are given a fee of Rp. 15,000 and a drink that has been ordered previously. Regarding its legality, the practice of mystery shopper is not allowed and can be classified as bai 'najasy in modern times if it indicates that there is an engineering demand in the form of a product and actually the person carrying out this practice does not have a desire that arises from within to buy the product. On the other hand, mystery shopper practice is allowed if it is used only to measure consumer interest or response. As for people who practice mystery shopper which contains elements of bai najasy, can be punished as a person who has committed immoral (major sin) if he knows about this prohibition and does not apply to people who do not know it.

الملخص

ديني سري وحيوني، 17220109، تطبيق المتسوق السري لاجتلاب المستهلكين في نظرة الشراء من فقه المعاملة (دراسة في متجر مشرب X في مركز أوليمفيق غاردن التجاري مالانج).
بحث جامعي، قسم الحقوق الاقتصادية الإسلامي، كلية الشريعة، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف: محبوب عين الرفيق، الماجستير.

الكلمات المفتاحية: المتسوق السري، المستهلك، الشراء، فقه المعاملة

تعتبر المنافسة في عالم التجارة تزداد ضخمة يوما بعد يوم، وذلك يحث رجال الأعمال لتجربة أية الطرق للحصول على رغبة المستهلكين نحو إنتاجهم. ومن إحي الطرق التي ينطوي بها رجال الأعمال هي استخدام المتسوق السري. يتم قيام هذا التطبيق من قبل متجر مشرب X في مركز أوليمفيق غاردن التجاري مالانج كإحدى المحاولات التسويقية لاجتلاب المستهلكين ليشتروا منتج ذلك المتجر بشكل التلاعب بالمطالبة. يهدف هذا البحث إلى معرفة أشكال المتسوق السري وصحته من قبل متجر مشرب X في مركز أوليمفيق غاردن التجاري مالانج من نظرة فقه المعاملة.
هذا البحث يعتبر بحثا قضائيا واقعيا ويستوعب المدخل الكيفي. فمصدر هذا البحث مكون من المصدر الرئيسي الذي تم حصوله عبر المقابلة والمصدر الثانوي الذي تم حصوله من المطبوعات وهي الكتب الفقه والجرانيل. أما طريقة جمع البيانات فيتم قيمها بالمقابلة، الملاحظة، والتوثيق.
عطفا على نتائج البحث، تم تطبيق المتسوق بجمع المتسوقين عبر الفيسبوك ثم قاموا باطلاع ومنحوا بالنقود بقدر خمسة عشر ألف روبية من شخص معين لشراء ذلك النتاج بعد الاصطفاف أمام المتجر. أما صحة هذا التطبيق فإما ممنوع ويعتبر من نوع بيع النجش إذا كان فيه الاحتيال من مطالبة المشرب مع عدم الرغبة من قبل المتسوقين. وإما مسموح به إن يستهدف إلى معرفة نسبة الاحتمال من المستهلكين. أما الأول فقائمه مرتكب الكبائر إن يعرف هذا النهي، وإلا فلا.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.

Islam merupakan agama yang sangat sempurna, karena ia mengatur berbagai lini kehidupan manusia. Tak hanya hubungan dengan Allah (*Hablum minallah*), tetapi hubungan antar sesama manusia (*Hablum minannas*) juga tak luput dari aturannya, termasuk didalamnya urusan sosial dan ekonomi.

Dalam urusan sosial dan ekonomi, baik disadari atau tidak pastinya manusia membutuhkan orang lain untuk kelangsungan hidupnya. Inilah alasan mengapa manusia masing-masing dijadikan oleh Allah SWT untuk berhajat pada orang lain, agar mereka saling tolong-menolong, tukar-menukar keperluan baik untuk kepentingan pribadi ataupun kemaslahatan umum.

Untuk mencapai kebutuhan hidup yang semakin hari semakin bertambah dan beraneka ragam, maka dalam pemenuhannya itu ditempuh dengan bermacam-macam cara, diantaranya adalah dengan transaksi jual beli yang merupakan bentuk mu'amalah yang sangat fenomenal sejak zaman dahulu sampai sekarang.

Secara bahasa jual beli dimaknai sebagai pertukaran antara sesuatu dengan sesuatu yang lain.¹ Jual beli merupakan lepasnya hak milik seseorang kepada orang lain yang berdasarkan pada saling suka atau ridho dengan melakukan kegiatan tukar menukar barang dengan barang atau barang dengan

¹ Dimayuddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015), h. 69.

uang.² Ulama' syafi'i mendefinisikan jual beli sebagai suatu aqad untuk memperoleh kepemilikan atas benda atau manfaat untuk waktu yang lama dengan cara tukar menukar harta dengan harta dengan syarat tertentu.³

Menurut penulis, jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar barang antara pihak yang satu dengan pihak lainnya atas dasar suka sama suka (*Ridho*). Islam juga sangat menganjurkan transaksi jual beli sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah yang berbunyi :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

*“Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.*⁴

Hal ini menunjukkan bahwa jual beli merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang dihalalkan oleh Allah, baik jual beli barang dagangan ataupun jual beli dalam bentuk jasa.

Dalam membangun sebuah bisnis, ada hal yang perlu diperhatikan yaitu bersihnya sebuah bisnis dari penipuan, baik mengenai kualitas, kuantitas barang yang diperjualbelikan maupun cara untuk mencari pelanggan. Dunia usaha yang semakin berkembang tentunya mendorong adanya persaingan usaha yang semakin ketat dan memaksa para pelaku usaha untuk berfikir keras demi kelancaran usahanya tersebut. Maka dalam hal ini, ada beberapa prinsip-prinsip syari'ah yang harus diperhatikan dalam bermuamalah.

² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 67.

³ Ahmad Wardi Muslih, *Fikih Muamalah*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2017), h. 170.

⁴ Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Almahira, 2017), 34.

Pertama, prinsip *ilahiyyah* yang berarti bahwa dalam kehidupannya segala perilaku manusia tidak pernah lepas dari pertanggungjawaban kepada Allah.⁵ **Kedua**, prinsip keadilan artinya harus memberikan haknya sesuai dengan hak masing-masing atau berlaku adil dalam melakukan transaksi. **Ketiga**, prinsip kerelaan yaitu sebuah transaksi yang dilakukan harus saling ridho antara kedua belah pihak tanpa ada yang merasa keberatan.⁶

Adapun prinsip yang **Keempat**, prinsip kebebasan maksudnya ialah kebebasan yang Islam berikan kepada para pihak untuk melakukan suatu transaksi dengan segala kebebasannya. Namun, kebebasan di sini bersifat tidak mutlak. Artinya kebebasan bisa diterapkan apabila tidak bertentangan dengan syari'ah Islam. Dan yang **Kelima**, prinsip kebenaran dan kejujuran yaitu hal yang wajib manusia lakukan dalam melakukan sebuah transaksi, sehingga tidak menimbulkan kerugian pada orang lain.⁷

Dalam Undang-undang No. 21 Tahun 2008 Pasal 2 tentang Perbankan Syari'ah, dijelaskan bahwa kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip syari'ah merupakan kegiatan usaha yang di dalamnya tidak mengandung unsur : a) Riba, adalah transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kauntitas dan waktu penyerahan (*fadhl*) dengan melakukan penambahan pendapatan secara tidak sah (batil). b) Judi (*maisyir*), adalah transaksi yang bersifat untung-untungan dan menggantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti. c) Penipuan (*Gharar*), merupakan transaksi objeknya tidak dimiliki, tidak jelas,

⁵ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2012), h. 13.

⁶ Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik*, h. 15-16.

⁷ Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik*, h. 14-16

tidak diketahui keberadaannya, atau tidak bias diserahkan pada saat transaksi di lakukan kecuali diatur lain dalam syari'ah. d) Haram, adalah unsur materi-materi pada objek tidak dilarang dalam syari'ah. e) Dzalim, adalah transaksi yang ditimbulkan adanya ketidakadilan bagi pihak lain.⁸

Di samping itu, terdapat transaksi yang sesuai dengan prinsip syari'ah antara lain: a) Tidak ada unsur kedzaliman di dalamnya. b) Tidak merupakan transaksi yang mengandung unsur ribawi. c) Tidak berbahaya bagi diri sendiri atau orang lain. d) Tidak terdapat materi-materi yang syari'at haramkan. e) Tidak terdapat: *Ikhtikar* (monopoli atau penimbunan), *Istighlal* (mengeksplorasi), *Jahalah* (pura-pura tidak tahu), *Tadlis* (menutup-nutupi), *Najasy* (merekayasa seakan banyak pembeli), *Taljiah* (merekayasa pembeli tidak mempunyai pilihan), dan *Ghubun* (memanfaatkan ketidaktahuan informasi tentang harga si konsumen).⁹

Berkaitan dengan beberapa ketentuan di atas, terdapat sebuah praktik transaksi yang cukup unik yang peneliti temukan di lapangan. Keunikannya adalah bahwa ada sebuah *outlet* X yang menjual produk minuman sejenis kopi di *Mall Olympic Garden* Malang dengan menerapkan sistem marketing yang berbeda dari biasanya. Di mana mereka menggunakan *mystery shopper* untuk memancing konsumen lain agar tertarik membeli minuman di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang tersebut.

⁸ Pasal 2 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah.

⁹ Binti Ni'matul Khoiriyah, "Transaksi Jual Beli Mobil di Showroom Melalui Lembaga Pembiayaan dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Perspektif Hukum Islam," (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018) <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>.

Salah satu dari oknum menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya *job mystery shopper* tersebut melalui akun media sosial media *Facebook*, kemudian menghubungi nomor *Whatsapp* yang tertera di postingan *Facebook* tersebut dan mengajak kedua temannya untuk ikut serta menjadi *mystery shopper* di *outlet* tersebut.¹⁰

Pada praktiknya, para *mystery shopper* dikumpulkan di suatu tempat khusus yang telah ditentukan oleh *outlet* minuman X tersebut untuk memperoleh *briefing*. Dalam hal ini, koordinator membagi mereka menjadi beberapa kelompok *mystery shopper*. Kemudian memberikan sejumlah uang kepada tiap kelompok *mystery shopper* tadi untuk membeli minuman dan mengikuti antrian di *outlet* minuman tersebut, dengan sudah ditentukan jenis minuman yang harus mereka beli di *outlet* minuman X.¹¹

Ketika para *mystery shopper* sudah mendapatkan produk minuman yang diorder, mereka kembali ke tempat *briefing* untuk mengembalikan sisa uang pembelian minuman tersebut. Sebagai upahnya, para *mystery shopper* diberi uang dan minuman yang telah diorder sebelumnya.¹²

Lebih lanjut, peneliti juga menemukan sebuah laman *online* yang secara khusus menyediakan jasa *mystery shopper* tersebut dengan memasang tarif RP. 30.000 per 3 jam.¹³ Berangkat dari realita di atas, muncul sebuah pertanyaan besar, apakah model marketing penjualan produk seperti yang di lakukan oleh

¹⁰ Kholilah Fauziah, *Wawancara*, (Malang, 25 September 2020).

¹¹ Addiniyatu Lailidza Fitria, *Wawancara*, (Malang, 25 September 2020).

¹² Mazidatur Rahmah, *Wawancara*, (Malang, 21 September 2020).

¹³ Jasa Pembeli Bayaran <http://fjb.kaskus.co.id> (2018), diakses tanggal 6 November 2020.

outlet minuman X yang ada di *Mall Olympic Garden* Malang tersebut sesuai dengan ketentuan dan prinsip yang ada di dalam fikih muamalah? Ataukah sebaliknya praktik tersebut menyalahi ketentuan yang ada dalam fikih muamalah beserta prinsip-prinsipnya?

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, maka peneliti ingin menelaah lebih dalam tentang sejauh mana legalitas transaksi yang di lakukan oleh *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang dengan mengangkat sebuah judul “**Praktik *Mystery Shopper* Untuk Memperoleh Konsumen Perspektif Jual Beli dalam Fikih Muamalah (Studi di *Outlet* Minuman X *Mall Olympic Garden* Malang)**”.

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis mencoba untuk merumuskan beberapa persoalan dalam bentuk pertanyaan. Adapun rumusan masalah yang berkaitan dengan latar belakang tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana praktik *mystery shopper* yang terdapat di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang?
2. Bagaimana hukum praktik *mystery shopper* yang di lakukan oleh *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang untuk memperoleh konsumen perspektif jual beli dalam fikih muamalah?

C. Tujuan Penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat oleh penulis, maka dapat diketahui bahwa yujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui praktik *mystery shopper* yang terdapat di *outlet* minuman *X Mall Olympic Garden* Malang.
2. Untuk mengetahui hukum dari praktik *mystery shopper* yang di lakukan oleh *outlet* minuman *X Mall Olympic Garden* Malang untuk mencari konsumen perspektif jual beli dalam fikih muamalah.

D. Manfaat Penelitian.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak terkait. Maka berkaitan dengan ini, penulismembagi manfaaat penelitian ini menjadi dua bagian, yaitu : Manfaat Praktis dan Manfaat Teoritis. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis
 - a. Untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar sarjana hukum.
 - b. Menjadi acuan berbgai pihak dalam merumuskan kebijakan strategis terkait.

2. Manfaat Teoritis.

Memberikan konstribusi bagi pengembangan keilmuan Hukum Ekonomi Syariah khususnya dalam aspek terkait Praktik *mystery shopper* Untuk Memperoleh Konsumen Perspektif Jual Beli dalam Fikih Muamalah di *Outlet* Minuman *X Mall Olympic Garden* Malang.

E. Definisi Operasional.

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variable yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variable tersebut yang dapat diamati. Peneliti harus memilih dan menentukan definisi operasional yang

paling relevan bagi variable yang ditelitinya. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Mystery Shopper*, adalah seseorang yang diperintah orang lain untuk mengerjakan sesuatu sesuai dengan kepentingan yang memerintah, berupa menjadi pembeli palsu atau bayaran disalah satu *outlet* minuman yang ada di *Mall Olympic Garden Malang*. Dan apabila pekerjaan tersebut telah selesai dilakukan, maka ia akan dibayar (mendapat upah). Singkatnya, pembeli bayaran adalah seorang pembeli yang dibayar guna menarik konsumen untuk membeli minuman di *outlet* tersebut.
2. Konsumen, adalah mereka yang membeli produk yang ada di dalam *outlet* minuman di *Mall Olympic Garden Malang*.
3. Fikih Muamalah, adalah semua hal yang berkaitan dengan fikih menyangkut transaksi ekonomi, termasuk juga prinsip-prinsip yang ada di dalamnya.

F. Sistematika Penulisan.

Sistematika penulisan ini berfungsi sebagai gambaran umum dari penelitian yang dilakukan oleh penulis. Adapun penelitian ini terdiri atas lima bab sebagai berikut :

Bab I menjelaskan mengenai pendahuluan dalam penelitian tersebut yang terdiri dari latar belakang, yakni bagian yang menjelaskan mengenai alasan-alasan penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Praktik *Mystery Shopper* Untuk Memperoleh Konsumen di *Outlet* Minuman X *Mall Olympic Garden Malang* Perspektif Jual Beli dalam Fikih Muamalah. Selain itu, pada

bab ini juga dijelaskan mengenai dua rumusan yang ingin diangkat oleh penulis yaitu mengenai bagaimana mekanisme praktik *mystery shopper* di *outlet* minuman x *Mall Olympic Garden* Malang dan juga mengenai bagaimana tinjauan fikih muamalah terhadap praktik yang dilakuka oleh *Outlet* Minuman X *Mall Olympic Garden* Malang tersebut. Dijelaskan juga mengenai tujuan, manfaat penelitian dan definisi operasional yang berisi tentang penjelasan istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab II berisi tentang tinjauan pustaka yang memuat penelitian terdahulu, yakni penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis baik dalam bentuk jurnal, artikel maupun berupa skripsi, tesis atau disertasi. Di samping itu, bab ini juga memuat kajian pustaka mengenai teori jual beli dan *ba'i najasy*, yang terdiri dari beberapa sub bab pembahasan guna memperkuat argumentasi pembahasan.

Bab III membahas tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yang memuat beberapa sub, yakni pertama, jenis penelitian yaitu penelitian empiris. Kedua, pendekatan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif. Ketiga, lokasi penelitian yang berlokasi di *Mall Olympic Garden* Malang jalan Kawi No. 24, Kauman, Kec. Klojen, Kota Malang. Keempat, sumber data yaitu data primer dan data skunder. Kelima, mengenai teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Keenam, teknis pengolahan data berupa *edting*, *classifying*, *Verifying*, *analyzing*, dan *conluding*.

Bab IV berisi tentang pembahasan yang akan menjelaskan tentang mekanisme praktik *mystery shopper* dilakukan oleh *outlet* minuman x *Mall Olympic Garden* Malang tersebut beserta tinjauan fikih muamalahnya.

Bab V merupakan bab terakhir yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan menguraikan secara umum mengenai jawaban atas rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Sedangkan saran merupakan masukan dari peneliti mengenai rambu-rambu yang harus diperhatikan dalam melakukan transaksi terkhusus jual beli.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu.

Untuk menghindari penelitian terhadap objek yang sama atau terdapat pengulangan satu penelitian yang sama, serta menghindari anggapan plagiasi terhadap penelitian terdahulu, maka perlu dilakukan tinjauan kajian terdahulu.

Judul yang penulis angkat dalam penelitian ini yaitu “Praktik *Misterry Shopper* Untuk Mencari Konsumen Perspektif Jual Beli dalam Fikih Muamalah (Studi Kasus di *Outlet Minuman X Mall Olympic Garden* Malang). Berikut ini paparan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis :

1. Nur Utama Putri. Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2010 berjudul “Kasus di Pasar Cik Puan Pekanbaru dan Relevansinya dengan Pemikiran Ibnu Qudamah.”.

Penelitian ini membahas tentang banyaknya kecurangan yang terjadi di pasar Cik Puan Pekanbaru seperti merekayasa (*najasy*) harga barang, kualitas, yang dilakukan oleh para pedagang guna mempercepat lakunya barang dan untuk meraih keuntungan sebanyak mungkin.¹⁴

Perbedaan penelitian ini terdapat pada perspektif dan objeknya. Di mana objek dari penelitian ini adalah pasar Cik Puan Pekanbaru dengan perspektif pemikiran Ibnu Qudamah, sedangkan objek penelitian penulis

¹⁴ Nur Utama Putri, “Kasus di Pasar Cik Puan Pekanbaru dan Relevansinya dengan Pemikiran Ibnu Qudamah,” (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010), <http://repository.uin-suska.ac.id>.

adalah salah satu *outlet* minuman yang ada di *Mall Olympic Garden* Malang dengan perspektif jual beli dalam fikih muamalah.

2. Herdi Syam. Jurnal Universitas Puangrimaggalatung tahun 2019 berjudul “Mystery Shopping : Metode Untuk Mengevaluasi Layanan Alfamart.”

Penelitian ini membahas tentang sebuah metode *mystery shopping* yang digunakan untuk mengevaluasi dan menganalisa perilaku karyawan Alfamart dari sisi layanan dan gaya komunikasi. Dengan adanya evaluasi ini, dapat mengidentifikasi kelemahan dan menemukan cara untuk meningkatkan kinerja karyawan di masa depan dan menegah kesalahan pelayanan terhadap pelanggan.¹⁵

Perbedaanya, penelitian ini menggunakan *mystery shopper* sebagai alat untuk mengevaluasi pelayanan dan komunikasi karyawan terhadap pelanggan Alfamart. Sedangkan penelitian penulis, *mystery shopper* digunakan sebagai pancingan untuk menarik minat konsumen lain membeli di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang.

3. Maya Risma Amalia dan Ganjar Mohammad Disastra. Jurnal Universitas Telkom tahun 2013 berjudul “Tinjauan Pelaksanaan Kegiatan *Mystery Shopping* di KFC Indonesia Tahun 2013.”

Penelitian ini membahas tentang *mystery shopping* yang digunakan sebagai media *controlling* perusahaan agar kinerja kasir dapat terus

¹⁵ Herdi Syam, “Mystery Shopping : Metode Untuk Mengevaluasi Layanan Alfamart”, *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Bisnis*, no. 1 (2019) : 3 <https://ojs.Ippmuniprima.org/index.php/jiapb>

meningkat dan standarisasi pelayanan dapat dijalankan oleh kasir sesuai dengan prosedur yang ditetapkan. Penilaian ini dilakukan oleh *mystery shopper* yang berperan sebagai pelanggan yang akan mengunjungi *outlet* untuk menilai suatu proses layanan yang diterimanya. *Mystery shopper* akan melakukan beberapa tindakan yang telah disepakatinya agar dapat menilai kualitas layanan kemudian dia akan melaporkan penilaian dan pengamatannya dengan rinci dan objektif kepada pemilik usaha.¹⁶

Perbedaannya, penelitian ini menggunakan *mystery shopper* untuk menilai kualitas layanan kasir KFC yang kemudian akan melaporkan penilaian dan pengamatannya dengan rinci dan objektif kepada pemilik usaha. Sedangkan penelitian penulis, menggunakan *mystery shopper* untuk memancing konsumen lain agar tertarik membeli minuman di *outlet* minuman X Mall Olympic Garden Malang.

Tabel 1

Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis/Judul /Universitas/Tahun	Material	Perbedaan
1	Nur Utama Putri, Kasus di Pasar Cik Puan Pekanbaru dan Relevansinya dengan Pemikiran Ibnu Qudamah, Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2010.	Penelitian ini membahas tentang banyaknya kecurangan yang terjadi di pasar Cik Puan Pekanbaru seperti merekayasa (<i>najasy</i>) harga barang, kualitas, yang dilakukan oleh beberapa pedagang untuk	objek dari penelitian ini adalah pasar Cik Puan Pekanbaru dengan perspektif pemikiran Ibnu Qudamah, sedangkan objek penelitian penulis adalah salah satu <i>outlet</i> minuman yang ada di Mall Olympic Garden Malang dengan

¹⁶ Maya Risma Amalia dan Ganjar Mohammad Disastra, "Tinjauan Pelaksanaan Kegiatan Mystery Shopping di KFC Indonesia Pada Tahun 2013", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, (2013) : 9 <https://repository.ac.id>

		melariskan barang dagangan agar mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin	perspektif jual beli dalam fikih muamalah
2	Herdi Syam, <i>Mystery Shopping : Metode Untuk Mengevaluasi Layanan Alfamart.</i> Jurnal Universitas Puangrimaggalatung, 2019	Penelitian ini membahas tentang sebuah metode <i>mystery shopping</i> yang digunakan untuk mengevaluasi dan menganalisa perilaku karyawan Alfamart dari sisi layanan dan gaya komunikasi. Dengan adanya evaluasi ini, dapat mengidentifikasi kelemahan dan menemukan cara untuk meningkatkan kinerja karyawan di masa depan dan menegah kesalahan pelayanan terhadap pelanggan	penelitian ini menggunakan <i>mystery shopper</i> sebagai alat untuk mengevaluasi pelayanan dan komunikasi karyawan terhadap pelanggan Alfamart. Sedangkan penelitian penulis, <i>mystery shopper</i> digunakan sebagai pancingan untuk menarik minat konsumen lain membeli di <i>outlet</i> minuman <i>X Mall Olympic Garden</i> Malang.
3	Maya Risma Amalia dan Ganjar Mohammad Disastra, <i>Tinjauan Pelaksanaan Kegiatan Mystery Shopping di KFC Indonesia Tahun 2013.</i> Jurnal Universitas Telkom, 2013	Penelitian ini membahas tentang <i>mystery shopping</i> yang digunakan sebagai media <i>controlling</i> perusahaan agar kinerja kasir dapat terus meningkat dan standarisasi pelayanan dapat dijalankan oleh kasir sesuai dengan prosedur yang ditetapkan.	penelitian ini menggunakan <i>mystery shopper</i> untuk menilai kualitas layanan kasir KFC yang kemudian akan melaporkan penilaian dan pengamatannya dengan rinci dan objektif kepada pemilik usaha. Sedangkan penelitian penulis, menggunakan <i>mystery shopper</i> untuk memancing konsumen lain agar tertarik membeli minuman di <i>outlet</i> minuman <i>X Mall Olympic Garden</i> Malang.

B. Kajian Pustaka.

1. Definisi Jual Beli.

Al-bai' menurut bahasa diartikan sebagai pertukaran antara sesuatu dengan sesuatu yang lain.¹⁷ Menurut terminologi, jual beli adalah lepasnya hak milik seseorang kepada orang lain yang berdasarkan pada saling suka atau ridho dengan melakukan kegiatan tukar menukar barang dengan barang atau barang dengan uang.¹⁸

Menurut syafi'iyah memberikan definisi jual beli sebagai berikut :

وَشَرْعًا عَقْدٌ يَتَضَمَّنُ مُقَابَلَةَ مَالٍ بِمَالٍ بِشَرْطِهِ الْأَيُّ لِاسْتِنْفَادَةِ مِلْكٍ عَيْنٍ أَوْ مَنْفَعَةٍ مُؤَبَّدَةً.

“Jual beli menurut syara' adalah suatu aqad untuk memperoleh kepemilikan atas benda atau manfaat untuk waktu yang lama dengan cara tukar menukar harta dengan harta dengan syarat tertentu.¹⁹

Jual beli menurut ulama' Hanafi adalah tukar-menukar *maal* (barang atau harta) yang dilakukan dengan cara tertentu. Atau tukar-menuksr barang yng bernilai dengan semacamnya dengan cara yang sah dan khusus, yakni ijab qobul.²⁰

Pada akad jual beli, para pihak tidak bisa membatalkan perjanjian jual beli tanpa adanya persetujuan pihak lainnya, karena jual beli merupakan akad yang saling mengikat (*al-aqd al'lazim*).²¹ Hemat penulis, jual beli

¹⁷ Dimayuddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015), h. 69

¹⁸ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 67.

¹⁹ Ahmad Wardi Muslih, *Fikih Muamalah*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2017), h. 170.

²⁰ Wahbah Az-Zuhaili, *al- Fiqh al-Islam wa Adillatuhu, Juz IV*, (Damaskus : Dar al-fikr, 1985), h.344-345.

²¹ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syari'ah, Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 80.

merupakan suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak.

Dalam KUH Perdata Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540 tentang perjanjian jual beli menyebutkan bahwa dimaksud dengan jual beli merupakan perjanjian antara pihak satu sebagai orang yang menyerahkan suatu barang dengan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan (Pasal 1457 KUH Perdata).²² Puncak dari tercapainya suatu perjanjian jual beli adalah “sepakat” mengenai barang dan harga. Ketika barang dan harga telah disetujui oleh kedua belah pihak, maka berlakulah perjanjian jual beli yang tersebut.²³

Berdasarkan pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa perjanjian jual beli adalah persetujuan di mana penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan kepada pembeli suatu barang sebagai milik dan menjaminnya pembeli mengikat diri untuk membayar barang yang diperjanjikan.

2. Dasar Hukum Jual Beli.

Adapun dasar hukum yang disyari'atkannya jual beli dalam Islam terdapat dalam Q.S An-Nisa ayat 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

²² Bismar Siregar, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2016) h. 356.

²³ Siregar, *Kitab Undang-undang*, h. 329.

*“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. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*²⁴

Ayat ini memberikan kesan bahwa dalam kehidupan, Allah memelarang atas mereka untuk memakan harta benda orang lain dengan sembarangan, mencakup segala cara untuk mendapatkan harta yang tidak diperbolehkan atau yang diperbolehkan oleh Allah SWT. Yang dilarang olehnya diantaranya adalah dengan cara menipu, suap, perjudian, menimbun barang-barang kebutuhan pokok untuk menaikkan harganya, serta sebagai pemukanya adalah riba.

Dasar hukum jual beli berdasarkan sunnah Rasulullah antara lain adalah hadis yang diriwayatkan oleh Rifa'ah ibn Rafi' :

سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ فَقَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رواه ابن زُرَّارَ والحَاكِم).

“Rasulullah Saw ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik? Rasulullah menjawab : Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati”(HR. Al-Bazzar dan Al-Hakim).²⁵

Hadist tersebut mengandung arti bahwa jual beli yang jujur, tanpa diiringi kekurangan-kekurangan, akan mendapat berkah dari Allah SWT.

²⁴ Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Almahira, 2017), 84.

²⁵ Abdul Rahman Ghazaly, Ghufon Ihsan dan Sapiudin Shidiq, *Fiqih Muamalat*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 69.

Prinsip dasar ekonomi syari'ah berdasarkan kajian fikih, terdapat kaidah paling dasar dan paling utama yang disepakati oleh para ulama empat mazhab, yaitu :

الأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“*Hukum dasar mu'amalah adalah diperbolehkan, sampai ada dalil yang melarangnya*”.²⁶

Berdasarkan landasan hukum di atas, maka jual beli tersebut adalah diperbolehkan. Artinya, selama ushaa jual beli tersebut memenuhi syarat yang ditentukan dalam jual beli dan ketentuan yang telah disesuaikan dalam syariat islam maka jual beli boleh dilakukan.

3. Rukun dan Syarat Jual Beli.

Ulama Hanafiyah dengan jumhur ulama' berbeda pendapat dalam menentukan rukun jual beli. Menurut ulama' Hanafiyah, rukun jual beli hanya satu yaitu ijab yang berarti ungkapan membeli dari pembeli dan kabul yang merupakan ungkapa menjual dari penjual. Menurut golongan ini, yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kemauan atau ridha kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli.²⁷

Akan tetapi, jumhur ulama' mengatakan bahwa rukun jual beli ada empat, yaitu :²⁸

a. Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli).

²⁶ Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen, Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syari'ah*, (Yogyakarta : PT. Pustaka Baru, 2018), h. 108

²⁷ Abdul Rahman Ghazaly, Ghufroon Ihsan dan Sapiudin Shidiq, *Fiqih Muamalat*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 70-71.

²⁸ Ghazaly dkk, *Fiqih Muamalat*, h. 71.

- b. Ada *sighat* (lafal ijab dan Kabul).
- c. Ada barang yang dibeli.
- d. Ada nilai tukar pengganti barang.

Adapun syarat-syarat jual beli dibagi menjadi beberapa kelompok, yaitu:

- a. Syarat-syarat orang yang berakad.

Menurut ulama' fikih akad jual beli yang dilakukan seseorang harus memenuhi syarat:²⁹

- 1) Berakal. Karenanya, jual beli yang di lakukan oleh anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah.
- 2) Dilakukan dengan orang yang berbeda. Maksudnya, seseorang tidak dapat bertindak sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli dalam satu waktu bersamaan.

- b. Syarat-syarat yang terkait dengan ijab kabul.

Para ualam' fikih sepakat bahwa unsur utama dari jual beli yaitu kerelaan kedua belah pihak. Kerelaan kedua belah pihak dapat dilihat dari ijab dan kabul yang dilangsungkan. Adapun syarat ijab kabul sebagai berikut :³⁰

- 1) Diucapkan oleh orang yang telah baligh dan berakal.
- 2) Adanya kesesuaian antara ijab dengan Kabul.
- 3) Ijab dan kabul dilakuakan dalam satu majelis.

²⁹ Ghazaly dkk, , *Fiqih Muamalat*, h. 71-72

³⁰ Ghazaly dkk , *Fiqih Muamalat*, h. 72-74.

c. Syarat-syarat barang yang diperjual belikan.

Syarat-syarat barang yang diperjual belikan adalah sebagai berikut :³¹

- 1) Penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan tersebut, baik barang itu ada ataupun tidak ada di tempat.
- 2) Bermanfaat bagi manusia dan dapat dimanfaatkan.
- 3) Hak milik seseorang, barang tidak boleh diperjualbelikan apabila secara sifatnya belum dimiliki oleh seseorang, seperti memperjualbelikan ikan di laut.
- 4) Ketika akad berlangsung, boleh menyerahkan barang pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

d. Syarat-syarat nilai tukar (Harga barang).

Syarat-syarat nilai tukar adalah sebagai berikut :³²

- 1) Jumlah harga yang disepakati oleh kedua belah pihak harus jelas
- 2) Dapat diserahkan ketika akad, walaupun pembayaran seperti dengan cek dan kartu kredit dan waktu pembayarannya harus jelas jika harga barang itu dibayar kemudian (berutang).
- 3) Barang yang dijadikan nilai tukar barang harus dibolehkan oleh *syara'* apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang,

³¹ Ghazaly dkk , *Fiqih Muamalat*, h. 75-76.

³² Ghazaly dkk , *Fiqih Muamalat*, h. 76-77.

4. Prinsip-prinsip Syari'ah dalam Muamalah.

Syari'ah merupakan istilah dari bahasa Arab yang berarti jalan menuju sumber kehidupan. Dalam hukum Islam, syari'ah yaitu peraturan atau hukum sebagaimana terkandung dalam Al-Qur'an dan sunnah yang Allah SWT tentukan untuk hamba-Nya.³³

Undang-undang No. 10 Tahun 1998 menyebutkan pengertian syari'ah adalah perjanjian yang dikeluarkan oleh Lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syari'ah yang berdasarkan fatwa DSN-MUI. Prinsip syari'ah berarti prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan yang dikeluarkan oleh Lembaga yang memiliki kewenangan dalam fatwa dibidang syari'ah berdasarkan fatwa DSN-MUI.³⁴ Adapun prinsip-prinsipnya adalah sebagai berikut :

- a. prinsip *ilahiyyah*, prinsip *ilahiyyah* yang berarti bahwa dalam kehidupannya segala perilaku manusia tidak pernah lepas dari pertanggungjawaban kepada Allah.³⁵ ***Kelima***, prinsip kebenaran dan kejujuran.³⁶

³³ Binti Ni'matul Khoiriyah, "Transaksi Jual Beli Mobil di Showroom Melalui Lembaga Pembiayaan dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Perspektif Hukum Islam,"(Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018), h. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>.

³⁴ Pasal 1 ayat 13 Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

³⁵ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2012), h. 13.

³⁶ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2012), h. 13.

- b. Prinsip keadilan, artinya artinya harus memberikan haknya sesuai dengan hak masing-masing atau berlaku adil dalam melakukan transaksi.
- c. Prinsip kerelaan, yaitu yaitu sebuah transaksi yang dilakukan harus saling ridho antara kedua belah pihak tanpa ada yang merasa keberatan.³⁷
- d. Prinsip kebebasan, maksudnya ialah kebebasan yang Islam berikan kepada para pihak untuk melakukan suatu transaksi dengan segala kebebasannya. Namun, kebebasan di sini bersifat tidak mutlak. Artinya kebebasan bisa diterapkan apabila tidak bertentangan dengan syari'ah Islam.
- e. Prinsip kejujuran dan kebenaran, yaitu hal yang wajib manusia lakukan dalam melakukan sebuah transaksi, sehingga tidak menimbulkan kerugian pada orang lain.³⁸
- f. Prinsip amanah, diantara nilai-nilai yang berkaitan dengan kejujuran serta yang melengkapinya adalah amanah. Adapun konsekuensi dari prinsip ini adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya baik sedikit maupun banyak dari yang menjadi haknya, tidak mengurangi hak orang lain baik berupa hasil penjualan ataupun jumlah barang dagangannya.

³⁷ Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik*, h. 15-16.

³⁸ Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik*, h. 14-16

- g. Prinsip '*adamul gharar*, bahwa setiap bentuk muamalah tidak boleh ada *gharar*, yaitu tipu daya atau sesuatu yang menyebabkan salah satu pihak merasa dirugikan oleh pihak lain.³⁹
- h. Prinsip *al-birr wa at-taqwa*, yaitu prinsip muamalah yang termasuk dalam kategori suka sama suka dalam rangka pelaksanaan tolong menolong dan ketaqwaan apapun bentuknya. Dengan kata lain, muamalah tidak dapat dibenarkan bila bertentangan dengan hukum Islam.⁴⁰

Dalam Undang-undang No. 21 Tahun 2008 Pasal 2 tentang Perbankan Syari'ah, dijelaskan bahwa kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip syari'ah merupakan kegiatan usaha yang di dalamnya tidak mengandung unsur.⁴¹:

- a. Riba, adalah transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kauntitas dan waktu penyerahan (*fadhl*) dengan melakukan penambahan pendapatan secara tidak sah (batil).
- b. Judi (*maisyir*), adalah transaksi yang bersifat untung-untungan dan menggantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti
- c. Penipuan (*Gharar*), merupakan transaksi yang objeknya tidak dimiliki, tidak jelas, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak bias diserahkan pada saat transaksi di lakukan kecuali diatur lain dalam syari'ah Haram,

³⁹ Hasbi Shiddiqi, *Filsafat Hukum Islam*, (Jakarta : Bulan Bintang, 1990), h. 428.

⁴⁰ Juhata S. Praja, *Filsafat Hukum Islam*, (Bandung : Unisba, 1995), h.114.

⁴¹ Pasal 2 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah.

yaitu yang tidak mengandung unsur materi-materi mengenai objek yang dilarang dalam syari'ah.

- d. Haram, adalah unsur materi-materi pada objek tidak dilarang dalam syari'ah.
- e. Dzalim, adalah transaksi yang ditimbulkan adanya ketidakadilan bagi pihak lain

Di samping itu, terdapat transaksi yang sesuai dengan prinsip syari'ah antara lain:⁴²

- a. Tidak ada unsur kedzaliman di dalamnya.
- b. Tidak merupakan transaksi yang mengandung unsur ribawi.
- c. Tidak berbahaya bagi diri sendiri atau orang lain.
- d. Tidak terdapat materi-materi yang syari'at haramkan
- e. Tidak terdapat:
 - 1) *Ikhtikar* (monopoli atau penimbunan).
 - 2) *Istighlal* (mengeksplorasi).
 - 3) *Jahalah* (pura-pura tidak tahu).
 - 4) *Tadlis* (menutup-nutupi).
 - 5) *Najasy* (merekayasa seakan banyak pembeli).
 - 6) *Taljiah* (merekayasa pembeli tidak mempunyai pilihan).
 - 7) *Ghubun* (memanfaatkan ketidaktahuan informasi tentang harga si konsumen)

⁴² Binti Ni'matul Khoiriyah, "Transaksi Jual Beli Mobil di Showroom Melalui Lembaga Pembiayaan dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Perspektif Hukum Islam,"(Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>.

5. Jual Beli yang Dilarang (Batil).

Jual beli diperbolehkan dalam syari'at islam, karena pada dasarnya hukum jual beli itu sah selagi tidak ada dalil yang menunjukkan keharamannya. Sedangkan mengenai keharaman beberapa bentuk jual beli telah dijelaskan dengan jelas dalam Teks-teks Al-Qur'an dan.⁴³ Adapun bentuk jual beli yang dilarang tersebut adalah sebagai berikut:

Pertama, jual beli *gharar* yaitu sesuatu yang bahayanya tidak diketahui di kemudian hari serta tidak diketahui pula hakikat barangnya misalnya, memperjual belikan ikan yang masih di laut, atau menjual bulu yang masih melekat ditubuh kambing.⁴⁴ **Kedua**, jual beli *muzabanah* yaitu menjual kurma yang masih berada di pohon dengan kurma yang telah dipetik. Maksudnya adalah jika buah kurma yang masih segar di atas pohon dijual dengan perkiraan nilai buah kurma kering.⁴⁵

Ketiga, jual beli *'urbun* (DP atau uang muka) adalah jual beli yang mana seseorang membeli barang dengan membayar sebagian harganya kepada penjual (uang muka). Namun ia wajib melunasi harga barang tersebut jika barang dagangan itu jadi ia ambil (beli). Dan barang itu menjadi milik penjual jika ia tidak mengambilnya.⁴⁶ **Keempat**, larangan jual beli makanan sebelum ditakar maksudnya adalah apabila seseorang ingin

⁴³ Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar, Abdullah bin Muhammad Al-Muthlaq dan Muhammad bin Ibrahim, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah, Dalam Pandangan 4 Madzhab*, (Yogyakarta : Maktabah Al-Hanif, 2004), h. 33.

⁴⁴ Ismail Nawawi, *Fiqih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2012), h. 79.

⁴⁵ Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar, Abdullah bin Muhammad Al-Muthlaq dan Muhammad bin Ibrahim, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah, Dalam Pandangan 4 Madzhab*, (Yogyakarta : Maktabah Al-Hanif, 2004), h.39-41.

⁴⁶ Ath-Thayyar dkk, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah*, h. 42.

menjual barang yang ia beli dengan ditakar, maka ia harus menyerahkannya (menjual) dengan takaran yang baru di hadapan pembelinya.⁴⁷

Kelima, menjual sesuatu yang belum diterima (*Qabdih*), yaitu tidak boleh membeli sesuatu barang kemudian menjualnya, padahal ia belum menerima barang tersebut.⁴⁸ **Keenam**, jual beli *ahlul hadhar* (orang kota) dengan *al-badi'* (orang desa). Praktik secara konkritnya adalah orang-orang pelosok desa yang membawa barang dagangan untuk dijual dihadang oleh seorang penduduk kota, kemudian menyebutkan harga di bawah harga pasaran dan ia membelinya dengan harga itu.⁴⁹

Ketujuh, jual beli *talaqqi ar-rukban* (menghadang kafilah yang menuju pasar) yaitu menghadang seorang penjual sebelum penjual tersebut sampai kepasar. Karena penjual tidak tahu harga standar, maka pembeli membeli barang dagangannya dengan harga di bawah standar pasar.⁵⁰

Kedelapan, menjual kepada pembeli orang lain adalah apabila ada penjual lain yang mendatangi seorang pembeli yang sedang melakukan transaksi dengan penjual mengenai suatu barang, untuk menawarkan barang yang sama dengan harga yang lebih murah, atau dengan barang sama dengan kualitas barang yang lebih baik. Dan akhirnya pembeli itu membeli barang dagangan dari penjual kedua dan membatalkan transaksinya dengan penjual pertama.⁵¹

⁴⁷ Ath-Thayyar dkk, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah*, h. 44.

⁴⁸ Nawawi, *Fiqih Muamalah Klasik*, h. 78.

⁴⁹ Ath-Thayyar dkk, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah*, h.50-51.

⁵⁰ Ath-Thayyar dkk, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah*, h. 52.

⁵¹ Ath-Thayyar dkk, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah*, h. 53.

Kesembilan, jual beli *talji'ah* yaitu apabila penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli dengan berpura-pura, tetapi sesungguhnya ia tidak ingin melakukan itu melainkan hanya karena takut kepada orang yang zalim dan lain sebagainya dalam rangka menghindarkan diri dari kezalimannya. Singkatnya, jual beli ini merupakan jual beli yang tidak ada unsur suka sama suka (terpaksa).⁵² **Kesepuluh**, jual beli *najasy* merupakan jual beli yang maksudnya berusaha untuk ditutupi. Mengenai jual beli *najasy*, akan dibahas lebih lanjut berikut ini.

6. Pengertian *bai' najasy*.

Najasy adalah kata dalam bentuk mashdar yang artinya *istitar* (berusaha menutupi) karena *najisy* (pelaku *najasy*) berusaha menutupi maknanya.

Adapun definisi *najasy* secara terminologis yaitu apabila harga dari suatu barang ditambah oleh seorang penjual dengan tujuan agar calon pembeli yang ditawari barang tersebut menyangka harganya benar seperti itu dan mengikutinya. Dan tanpa disadari, si pembeli telah masuk ke dalam perangkap penipuan.⁵³

Dalam literatur lain menyebutkan istilah *tanajusy*, yaitu kesepakatan antara pemilik barang dengan orang lain yang bertujuan untuk menunjukkan (pamer) kelebihan produknya agar orang lain tertarik untuk membelinya dengan harga yang tinggi. Padahal sebenarnya orang tersebut tidak ingin

⁵² Ath-Thayyar dkk, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah*, h. 60.

⁵³ Ath-Thayyar dkk, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah*, h. 54.

membelinya. Tetapi karena ditunjukkan (pamer) kelebihanannya, ia jadi ingin membelinya.⁵⁴

Selain pengertian di atas, terdapat berbagai pendapat yang berbeda mengenai *najasy* yaitu sebagai berikut:⁵⁵

- a. *Najasy* adalah apabila seseorang tidak membutuhkan barang tersebut dan tidak ingin membelinya, namun ia menambah harga pada suatu barang yang akan menguntungkan pemilik barang.
- b. Imam Al-Bukhari mengatakan bahwa *najasy* mengacu pada kenaikan harga ketika seseorang tidak berniat membeli produknya, semata-mata untuk menipu orang lain agar mau membeli produk tersebut.
- c. Muhammad Nashiruddin Al-Albani menyebutkan bahwa *an-najasy* merupakan penambahan harga suatu barang untuk menipu (pembeli) yang lain/menawar suatu barang dengan harga tinggi, namun dirinya tidak bermaksud membelinya, melainkan agar orang lain menawarnya dengan tawaran yang lebih tinggi.
- d. Menurut Hamzah Ya'qub *najasy* yaitu salah satu teknik pemasaran yang pebisnis lakukan dalam rangka melariskan dagangannya melalui promosi, reklame, atau iklan yang berlebih-lebihan, agar orang-orang menjadi tertarik untuk membeli.

⁵⁴ Mustafa Ahmad Al-Zarqa', *Madkhal al-Fiqhi al-'Am, Juz 1*, (Damaskus : Dar al-Qolam, 1967), h. 461-462.

⁵⁵ Nur Utama Putri, "Kasus Najasy Di Pasar Cik Puan Pekanbaru Dan Relevansinya Dengan Pemikiran Ibnu Qudamah", 2010, ," (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010), <http://repository.uin-suska.ac.id>.

- e. Menurut Muhammad Syakir Sula *najasy* merupakan bentuk perbuatan yang orang jahiliyah sering melakukannya untuk melariskan dagangannya.
- f. Menurut Ibnu Rusyd *najasy* yaitu orang yang menetapkan harga barang lebih tinggi, dan dia tidak berniat untuk membeli dalam hatinya. Dia hanya ingin menguntungkan penjual (jadi, ada beberapa pembeli yang harganya melebihi harga mereka) dan merugikan pembeli.⁵⁶
- g. Menurut Yusuf Al-Qardhawi *najasy* yaitu seseorang mendatangi seorang penjual yang sedang berurusan dengan orang lain yang ingin membeli barang tersebut, dan kemudian dia menawarkannya dengan harga yang lebih tinggi, sekalipun ia tidak berniat untuk membeli. Itu semata-mata ingin menggerakkan kemauan si pembeli kepada barang tersebut.⁵⁷
- h. Menurut Imam Malik Ibnu Anas *an-najasy* yaitu jika seseorang tidak berniat untuk membelinya, namun menawar suatu barang dagangan dengan harga yang lebih tinggi dari harga jual, karena ia hanya ingin menguntungkan pihak penjual.⁵⁸
- i. Menurut Imam As-Syafi'i *najasy* adalah orang yang menawarkan harga berlian dengan harga tinggi, dan dia tidak berniat membeli berlian itu.

⁵⁶ Ibnu Ruysd, *Bidayah Al-Mujtahid Wa Nihayah Al-Muqtashid*, (Riyadh : Bait al-Afkar Al-Duwaliah, 2007), hlm. 694.

⁵⁷ Yusuf Al-Qardhawi, *Fatwa-fatwa Kontemporer* jilid 2, (Jakarta : Gema Insani Press, 1995), h. 609-610.

⁵⁸ Nur Utama Putri, "Kasus Najasy Di Pasar Cik Puan Pekanbaru Dan Relevansinya Dengan Pemikiran Ibnu Qudamah", 2010, ,” (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010), <http://repository.uin-suska.ac.id>

Tujuannya agar orang lain berfikir bahwa berlian itu memiliki nilai yang tinggi, dan mereka akan membelinya dengan harga yang lebih tinggi pula. *Najasy* pada asalnya bermaksud menyembunyikan kerana perbuatan orang ini menyembunyikan niatnya.⁵⁹

- j. Al-Baghawi berkata dalam kitab Syarhus Sunnah (VTII/120-121), *najasy* adalah seorang laki-laki melihat ada barang yang hendak dijual, kemudian ia tanpa ada niatan untuk membelinya, datang menawar barang tersebut dengan tawaran yang tinggi. Hal tersebut dilakukan hanya semata-mata untuk memprovokasi para pembeli untuk membelinya dengan harga yang lebih tinggi.⁶⁰

Dari berbagai definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa *bai' najasy* bisa disebut juga dengan jual beli yang direkayasa dengan menciptakan permintaan palsu. Artinya, dalam hal ini penjual melakukan kerjasama dengan pihak lain untuk melakukan penawaran, dengan harapan pembeli akan membeli dengan harga yang lebih tinggi. Singkatnya, *bai' najasy* diartikan sebagai rekayasa untuk menaikkan harga dengan menciptakan permintaan palsu.

Rasul SAW telah melarang *tanajusy* karena ia termasuk dalam tipu daya (*khilabah*). *Khilabah* merupakan suatu perbuatan tipu daya yang dilakukan oleh salah satu pihak yang bertransaksi melalui sarana yang

⁵⁹ Nur Utama Putri, "Kasus Najasy Di Pasar Cik Puan Pekanbaru Dan Relevansinya Dengan Pemikiran Ibnu Qudamah", 2010, ,” (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010), <http://repository.uin-suska.ac.id>

⁶⁰ Nur Utama Putri, "Kasus Najasy Di Pasar Cik Puan Pekanbaru Dan Relevansinya Dengan Pemikiran Ibnu Qudamah", 2010, ,” (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010), <http://repository.uin-suska.ac.id>

menipu.⁶¹ Selain *bai' najasy*, ada beberapa macam *khilabah* yang lainnya yaitu :

a. *Khiyanat*.

Fuqoha' menggambarkan istilah khiyanat dengan misal ada seorang penjual yang mengatakan ia membeli barang dagangan (modal) dengan harga Rp. 10.000, padahal sebenarnya ia hanya membeli dengan harga Rp. 6.000. Penjual tersebut dihukumi khiyant karena dia telah berbohong kepada calon pembeli guna mendapatkan untung yang lebih besar. Menurut sebagian ulama' orang yang membeli tersebut mempunyai hak untuk membatalkan akadnya. Tetapi dalam pendapat lain, menyatakan bahwa boleh mendapatkan penurunan harga yaitu seukuran dengan khianatnya.⁶²

b. *Tahgrir*.

Menurut Bahasa *tahgrir* adalah irama seseorang menyampaikan sesuatu dalam kebohongan. Secara istilah, *tahgrir* yaitu berbohong dengan perkataan atau perbuatannya agar orang lain tertarik untuk bertransaksi dengannya.⁶³ *Tahgrir* dibagi menjadi 2 macam:

- 1) *Tahgrir qouliyah*, maksudnya adalah tipu daya dalam hal ucapan (harga) dari penjual kepada pembeli atau ucapan orang yang menyewakan kepada penyewa. Contoh : Seseorang mengatakan “Ayo kemari beli buah jeruk ini seharga Rp.10.000. Di sini paling

⁶¹ Mustafa Ahmad Al-Zarqa', *Madkhal al-Fiqhi al-'Am, Juz 1*, (Damaskus : Dar al-Qolam, 1967), h. 459

⁶² Al-Zarqa', *Madkhal al-Fiqhi al-'Am*, h. 461.

⁶³ Al-Zarqa', *Madkhal al-Fiqhi al-'Am*, h. 463.

murah, tidak akan kamu jumpai di tempat lain yang seperti ini (di tempat lain lebih mahal)”. Menurut fuqoha’ orang yang dibohongi tersebut mempunyai hak untuk membatalkan akad.⁶⁴

- 2) Tipu daya *fi’liyah*, yaitu tipu daya dalam hal deskripsi untuk mengunggul-unggulkan barang yang dijualnya agar seseorang tertarik untuk membeli. Contohnya : Seseorang menjual sapi perah dengan mengatakan bahwa sapi itu memiliki susu yang banyak, tetapi pada kenyatannya hanya sedikit.⁶⁵

c. *Tadlis ‘Aib*.

Adalah penjual menyembunyikan cacat barang dagangannya (yang sudah diketahuinya) dari pengetahuan pembeli agar pembeli tetap mau membeli barang dagangan itu dengan harga tinggi.⁶⁶

7. Bentuk-bentuk praktik *najasy*.

Dalam dunia perdagangan komoditas tertentu, pemilik komoditas dapat menggunakan seseorang atau sekelompok orang untuk berpura-berpura menawar komoditas mereka dengan harga tinggi untuk merangsang keingin pembeli lain, sehingga menghasilkan keuntungan. Dimana barang-barang ini ditawarkan dengan harga lebih tinggi, bahkan lebih tinggi dari nilai tawar barangnya. Hal ini disebut juga dengan nama *najasy*.⁶⁷

⁶⁴ Al-Zarqa’, *Madkhal al-Fiqhi al-‘Am*, h. 463-464.

⁶⁵ Al-Zarqa’, *Madkhal al-Fiqhi al-‘Am*, h. 464-465.

⁶⁶ Al-Zarqa’, *Madkhal al-Fiqhi al-‘Am*, h. 466.

⁶⁷ Nur Utama Putri, “Kasus Najasy Di Pasar Cik Puan Pekanbaru Dan Relevansinya Dengan Pemikiran Ibnu Qudamah”, 2010, ” (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010), <http://repository.uin-suska.ac.id>.

Islam jelas melarang jual beli dengan cara ini karena akan merugikan pembeli. Tentu saja, dalam hal *najasy*, membedakan antara promosi yang benar serta jujur dengan promosi yang berlebihan (bohong) menjadi suatu keharusan, karena tak jarang promosi bisnis yang dianggap tidak obyektif, pujian terhadap produknya dlebih-lebihkan. Selain itu juga promosi iklan yang palsu dan bohong, sehingga ini diklasifikasikan ke dalam *bai' najasy*.

Adapun pemberian informasi (promosi) keadaan suatu barang yang benar dan jujur bukanlah termasuk dalam kategori *najasy*. Di bawah ini merupakan beberapa bentuk praktik *najasy*, yaitu :⁶⁸

- a. Seseorang yang tidak berniat untuk membeli, ia diperintahkan untuk mendatangi penjual lalu menawar barang tersebut dengan harga yang lebih tinggi dari biasanya dihadapan pembeli. Hal ini bertujuan untuk memperdaya si pembeli. Maka ini termasuk bentuk penipuan.
- b. Seorang penjual menyatakan “si A telah membelinya dengan harga sekian, atau kemarin kulepas dengan harga ini”, namun sesungguhnya ia tidak berniat untuk membeli. bentuk seperti itu juga merupakan kategori *najasy*.
- c. Dr. Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa perilaku yang termasuk dalam kategori *najasy* adalah memuji produk sendiri dan berkolusi dengan teman yang berpura-pura menawar produk dengan harga tinggi agar

⁶⁸Nur Utama Putri, “Kasus Najasy Di Pasar Cik Puan Pekanbaru Dan Relevansinya Dengan Pemikiran Ibnu Qudamah”, 2010, ” (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010), <http://repository.uin-suska.ac.id>.

orang lain tidak merasa kemahalan dan kemudian terpengaruh untuk membeli produk tersebut.

- d. Promosi yang berlebihan dan tak jarang mengada-ada yang sebenarnya tidak ada, seperti iklan yang ada di media elektronik (TV dan Radio), iklan dalam koran dan majalah, dan juga iklan di dunia maya (internet).

8. Larangan Praktik *Najasy*.

Jika ingin mempelajari aturan agama tentang masalah jual beli, maka setiap pedagang dapat dengan mudah mempelajarinya dari bab tentang berdagang di kitab-kitab, seperti Bukhari, Muslim dan lainnya. Dengan cara ini, mereka akan memiliki pemahaman yang jelas tentang jenis perdagangan yang berbahaya dan dilarang, seperti jual beli *najasy*. Pelarangan ini menjadi semakin kuat dengan adanya dalil-dalil yang mendukung seperti hadist nabi Saw berikut :⁶⁹

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : لَا تَنَاجَشُوا. مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ.

“Dari Abu Hurairoh bahwa Rasulullah SAW bersabda : Jangan kalian berjualan dengan cara *tanajasyu*. (HR. Bukhori Muslim).⁷⁰

Pada praktik *najasy* ini, unsur penipuan terjadi pada saat akad. Hal tersebut dikarenakan adanya tipu muslihat seperti misalnya ada seorang pembeli yang sedang menawar barang, kemudian si penjual menyuruh

⁶⁹ Nur Utama Putri, “Kasus *Najasy* Di Pasar Cik Puan Pekanbaru Dan Relevansinya Dengan Pemikiran Ibnu Qudamah”, 2010, ” (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010), <http://repository.uin-suska.ac.id>

⁷⁰ Al-Imam Muhyiddin Yahya Bin Sharaf An-Nawawi, *Riyad As-Sholihin*, (Beirut : Dar Al-Kotob Al-ilmiyah, 1971), h. 330.

seseorang untuk datang bersamaan dan menawarkan barang tersebut dengan harga yang lebih tinggi. Pada akhirnya, orang tersebut terpedaya dan mau membeli barang bersangkutan dengan harga lebih tinggi dari pada biasanya. Jika ini terjadi, menurut pendapat para fuqaha mazhab Maliki, Syafi’I dan Hambali, pembeli yang tertipu berhak atas *fasakh*.

Sebuah hadist yang telah diriwayatkan oleh Tirmidzi juga menyebutkan bahwa Rasulullah SAW bersabda : “*Janganlah kamu sekalian melakukan penawaran barang tanpa maksud untuk membeli.*” (HR. Tirmidzi).⁷¹

Mengenai praktik jual beli *najasy* ini, terjadi *khilafiyah* dikalangan para ulama. Imam Bukhari mengutip pernyataan Ibnu Abi Aufa “*Orang yang berbuat najasy adalah pemakan riba dan penghianat.*”⁷² Hal ini berarti segelintir orang yang berada dalam praktik *najasy* sama dengan orang pemakan riba, karena dia tergolong pada penipuan yang tidak dihalalkan.

Ar-Rafi’i berpendapat bahwa *najisy* (pelaku *najasy*) dihukumi sebagai seseorang yang telah berbuat maksiat secara mutlak. Namun, bila si pelaku tidak mengetahui tentang pelarangan ini, maka hukum tersebut tidak berlaku. Pelarangan ini hanya berlaku bagi mengetahui larangan itu.⁷³

⁷¹ Lukmanul Hakim, “Distorsi Pasar dalam Pandangan Ekonomi Islam” *Journal of Islamic and Social*, no. 1 (2017) : 10 <http://core.ac.uk>.

⁷² Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar, Abdullah bin Muhammad Al-Muthlaq dan Muhammad bin Ibrahim, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah, Dalam Pandangan 4 Madzhab*, (Yogyakarta : Maktabah Al-Hanif, 2004), h. 54.

⁷³ Al-Imam Al-Hafiz Ahmad Ibnu ‘Ali Ibnu Hajar Al-Asqolani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al-Bukhari, Juz 4*, (Riyadh : Maktabah Darussalam, 1997), h. 355.

عَنِ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنِ النَّجَشِ ش. مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ.

“Dari Ibnu ‘Umar r.a. : Bahwasanya Rasulullah saw melarang jual-beli dengan cara Najasy. (HR. Bukhari Muslim).⁷⁴

Rasulullah Saw pada prinsipnya melarang *bai’ an-najasy*. *Najasy* yang dimaksud dalam hadist adalah jual beli dalam bentuk sebagai berikut : seseorang yang ditugasi menawar barang mendatangi penjual dan kemudian menawar barang tersebut dengan harga yang lebih tinggi dari biasanya. Ini dilakukan di depan pembeli, dan tujuannya untuk menipu pembeli. Meskipun ia tidak berniat untuk membeli produk tersebut, karena tujuannya hanya untuk mengelabui pembeli dengan cara menawar. Ini merupakan salah satu bentuk penipuan, sehingga disebut jual beli yang dilarang.

Orang yang mempraktikkan *najasy* dianggap orang yang berdosa dan durhaka, sebagaimana dalam hadist di bawah ini :

وَقَالَ ابْنُ أَبِي أَوْفَى : أَلْتَأَجِّشُ أَكِيلُ رَبًّا حَائِنًا. وَهُوَ خِدَاعٌ بَاطِلٌ لَا يَجِلُّ.

“Abdullah bin Abi Aufa r.a, ia berkata : Orang yang melakukan najasy adalah pemakan riba dan pengkhianat. Ia adalah tipu muslihat yang batil dan tidak dihalalkan”.⁷⁵

Malikiyah dan Hanabilah berpendapat bahwa jual beli seperti ini adalah sah dengan syarat adanya *khiyar ghibn* (jual belinya batal apabila

⁷⁴ Al-Imam Muhyiddin Yahya Bin Sharaf An-Nawawi, *Riyad As-Sholihin*, (Beirut : Dar Al-Kotob Al-ilmiah, 1971), h. 331

⁷⁵ Al-Imam Al-Hafiz Ahmad Ibnu ‘Ali Ibnu Hajar Al-Asqolani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al-Bukhari, Juz 4*, (Riyadh : Maktabah Darussalam, 1997), h. 355

penipuan yang dilakukan melebihi kewajaran). Jika harga yang disepakati melebihi dari nilai barang yang sebenarnya, maka menurut Hanafiyah dan Syafi'iyah jual belinya sah tetapi terdapat dosa besar didalamnya (*makruh tahrim*).⁷⁶

Kalangan Hanabilah menjelaskan lebih rinci dengan dalil-dalil sebagai berikut :⁷⁷

- a. Pelarangan *bai' najasy* dalam hadist-hadist Rasulullah itu merujuk kepada *najisy*, yaitu orang yang melakukan najasy (penjual atau yang bersekongkol dengan penjual). Bukan merujuk kepada akadnya dan juga bukan orang yang mengikutinya (orang yang membeli). Tetapi *bai' najasy* ini tetap mempengaruhi pada jual belinya, karena pelarangan ini bukanlah terletak pada akad dan syarat-syaratnya melainkan terdapat pada luar akadnya (unsur ekstrinsik). Dan jual beli najasy ini juga bisa disebut dengan penipuan dan dilarang meskipun jual belinya sah.
- b. Pelarangan dalam hadis-hadist tentang najasy masih berupa kemungkinan. Hal ini dilarang jika barang itu melebihi harga yang semestinya.
- c. Seorang yang membeli barang dengan *bai' najasy* (orang tersebut tidak tahu bahwasannya ia ditipu), kemudian ia ceroboh dalam membeli suatu barang. Artinya, pembeli itu tidak bertanya dahulu mengenai harga tetapi langsung membelinya dikarenakan yang ia tahu adalah barang

⁷⁶ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015), h. 95

⁷⁷ Muslim al-Yusuf, *Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami*, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

tersebut banyak diminati orang, padahal itu hanyalah tipu daya. Maka dalam hal ini, pembeli tidak memiliki hak untuk memfasakh akad tersebut karena kecerobohnya.

Ibnu Hazm berpendapat bahwa *bai' najasy* ini tidak halal karena orang yang membeli itu adalah pembeli suruhan yang sebenarnya tidak memiliki keinginan untuk membelinya. Hal ini dilakukan semata-mata untuk menipu orang lain, yang mana dengannya orang lain mau membeli dengan harga lebih tinggi. Meskipun demikian, tetap saja orang yang membeli itu tetap memiliki hak *khiyar*.⁷⁸

Pengarang kitab *al-muhalla* yaitu Ibnu hazm menetapkan bahwa jual beli *najasy* adalah haram dan harus memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut.⁷⁹

- a. Seorang penjual menyuruh seseorang (sebagai penawar) untuk membayar lebih dari harga asli suatu barang, tetapi sebenarnya ia tidak ingin membelinya (hanya disuruh). Tujuannya adalah untuk menyenangkan hati si pembeli bahwa ia sudah berhasil membeli barang yang diinginkan semua orang, padahal itu hanyalah rekayasa atau tipu daya.

⁷⁸ Muslim al-Yusuf, Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

⁷⁹ Muslim al-Yusuf, Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

- b. Tujuan dari praktik ini tak lain adalah untuk menipu pembeli dan juga membuat pembeli menjadi tertarik untuk membel barang yang ditawarkan.
- c. Hasil dari pada penawaran gharar ini adalah terwujudnya tambahan harga yang dikehendaki oleh penjual atas barang dagangan yang ditawarkan.

Apabila syarat-syarat di atas sudah terpenuhi, maka boleh bagi pembeli untuk melakukan hak khiyar (antara meneruskan jual belinya atau mengembalikan barang dagangan kepada pemiliknya). Namun ketika ada saja satu dari tiga syarat yang terlewat atau tidak terpenuhi, maka akadnya menjadi sah dan tidak menerima untuk *difasakh*. Ini dikarenakan akadnya menjadi sempurna seperti halnya akad jual beli asli yang hukumnya halal dan sah.

Melihat dalil-dalil yang disampaikan oleh Ibnu Hazm, Syekh Dr. Muslim al-Yusuf berpendapat bahwa sebenarnya dalil-dalil tersebut tidak mensyaratkan syarat-syarat yang telah diajukan oleh Ibnu Hazm. Akan tetapi syarat-syarat tersebut antara lain :⁸⁰

- a. Terpenuhinya tujuan penambahan harga dengan atatan dengan tidak adanya keinginan penawar untuk membeli
- b. Tujuan dari praktik ini adalaah tak lain untuk menipu daya pembeli.

⁸⁰ Muslim al-Yusuf, Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

Syekh Dr. Muslim al-Yusuf memberikan catatan mengenai syarat yang ke-3 yaitu memiliki hasil berupa terwujudnya tambahan harga yang dikehendaki oleh penjual itu tidak tersurat melalui dalil. Berdasarkan ketentuan di atas, maka syarat ini tidak diharuskan ada dalam jual beli *najasy*, karena dalam hal ini pasarlah yang menentukan harga barang berdasarkan adanya penawaran dan permintaan. Namun faktanya, penawaran lebih banyak.⁸¹

Mayoritas fuqaha' berpendapat bahwa jual beli dengan *najasy* adalah sah karena *najasy* itu dilakukan dengan orang lain (*najisy*), bukan penjual yang melakukan transaksi langsung, maka tidak memengaruhi keabsahan jual beli. Hal ini seperti halnya jual beli *talaqqi ar-rukban* dan transaksi jual beli barang yang mengandung cacat. Namun demikian, transaksi seperti ini mengandung dosa bagi penjual dan *najisy* (orang yang berbuat *najasy*).⁸²

9. Hukum praktik *najasy*.

Hukum praktik *najasy* ini disesuaikan dengan kondisi dan bentuk praktiknya dilapangan. Adapun hukumnya adalah sebagai berikut :

- a. Jika praktik ini dilakukan atas kerja sama antara penjual dan *najisy* (pelaku *najasy*) dan pembeli bisa membuktikannya, maka hukumnya haram serta keduanya mendapat dosa. Dalam hal ini, pembeli bias

⁸¹ Muslim al-Yusuf, Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

⁸² Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar, Abdullah bin Muhammad Al-Muthlaq dan Muhammad bin Ibrahim, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah, Dalam Pandangan 4 Madzhab*, (Yogyakarta : Maktabah Al-Hanif, 2004), h. 55.

dianggap ditipu oleh penjual, maka itu pembeli berhak menuntut hak *khiyar* kepada penjual. Namun apabila pembeli tidak mempunyai bukti bahwa si penjual dan *najisy* telah bekerjasama melakukan perbuatan tersebut, maka pembeli tidak berhak menuntut *khiyar* karena penelitian yang dilakukannya sangat tidak objektif.

- b. Jika perbuatan ini terjadi tanpa sepengetahuan penjual, maka dosa tersebut akan ditanggung oleh yang melakukan.
- c. Jika seseorang mengatakan bahwa dia membeli barang tersebut dengan harga yang lebih tinggi dari yang seharusnya, maka penjual akan menanggung dosanya sendiri karena telah memperdaya orang lain.⁸³

Kalangan Hanabilah mengharamkan *najasy* dengan syarat-syarat sebagai berikut :⁸⁴

- a. Adanya ketidakadilan di luar dari kebiasaan. Tetapi jika ketidakadilan itu ringan, maka tidak ada hak baginya (si pembeli) hak *khiyar*.
- b. Mempunyai niat untuk menaikkan harganya, sedangkan ia tidak berniat untuk memebelinya.
- c. Si pembeli tidak mengetahui tentang *bai' najasy*. Namun apabila dia mengetahuinya, maka sesungguhnya dia harus mengungkapkan bahwa ia ridho dengan *bai' najasy* tersebut. Apabila demikian, ia tidak memiliki hak untuk membatalkan akad itu.

⁸³ Nur Utama Putri, "Kasus Najasy Di Pasar Cik Puan Pekanbaru Dan Relevansinya Dengan Pemikiran Ibnu Qudamah", 2010, ," (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010), <http://repository.uin-suska.ac.id>

⁸⁴ Muslim al-Yusuf, Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

- d. Sebelumnya ada kesepakatan antara si penjual dengan si *najisy* (pelaku *najasy*). Dan apabila si *najisy* melakukan dengan spontan atas kemauan dirinya sendiri tanpa sepengetahuan dan perintah dari penjual (penjual tidak mengetahui tentang hal itu, maka si pembeli tidak memiliki hak untuk membatalkan akad tersebut.

Ibnu ‘Abidin berkata bahwa larangan itu berlaku apabila barang itu melebihi dari harga yang seharusnya, apabila tidak melebihi dari harga yang semestinya maka diperrbolehkan.

Keharaman tersebut dibatasi dengan 2 syarat, yaitu :⁸⁵

- a. Bahwasannya barang tersebut telah melebihi dari harga barang yang seharusnya.
- b. Adanya ketidakadilan. Dan jika di sana tidak ada ketidakadilan, maka jual beli *najasy* tersebut tidaklah diharamkan, sesuai dengan pendapatnya Hanafiyah.

Dengan ini Ibnu Hajar Al-Makki menetapkan *najasy* ini bagian dari dosa-dosa besar karena di dalamnya terdapat kemudhorotan yang besar. Dan orang-orang yang bekerja di dalamnya termasuk orang yang dilemahkan dengan cara tidak adil, penipuan dan lain sebagainya.⁸⁶

⁸⁵ Muslim al-Yusuf, Bai’ al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

⁸⁶ Muslim al-Yusuf, Bai’ al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis empiris,⁸⁷ Di mana peneliti terjun langsung ke lokasi kejadian untuk mengumpulkan data-data yang terkait dengan praktik *mystery shopper* di *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang.

B. Pendekatan Penelitian.

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif.⁸⁸ Dalam hal ini peneliti akan menjelaskan dan menguraikan data-data yang diperoleh tentang praktik *mystery shopper* di *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang menggunakan kata-kata atau kalimat.

C. Lokasi Penelitian.

Lokasi penelitian yang dipilih yaitu *Mall Olympic Garden* Malang yang beralamat di jalan Kawi No. 24, Kauman, Kec. Klojen, Kota Malang.

D. Sumber Data.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis data , yaitu data primer dan data skunder, Adapun penjelasannya sebagai berikut :

⁸⁷ Pendekatan yuridis empiris yaitu suatu pendekatan yang meneliti data skunder terlebih dahulu dan kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian data primer dilapangan. Lihat Septiawan Syaifin Nuha, Henny Juliani, dan Nabitatus Saadah “Implementasi Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Keuangan dan Aset Desa Dalam Mewujudkan Pembangunan Desa pada Desa Punjulharjo Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang,” *Diponegoro Law Journal*, no. 1 (2017) : 6 <http://www.ejournal-S1.undip.ac.id/index.php/dir/>.

⁸⁸ Pendekatan kualitatif adalah suatu cara analisis hasil penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yang dinyatakan informan secara lisan maupun tertulis dan juga perilaku nyata dari suatu objek yang ditelitinya. Lihat Suryono Sukamto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta : Press Jakarta, 1986), h. 2.

1. Data Primer.⁸⁹

Diperoleh dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan praktik *mystery shopper* di *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang. Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh dari beberapa informen sebagai berikut :

- a. Para *mystery shopper*, yaitu :
 - 1) Kholila Fauziah.
 - 2) Addiniyatu Lailidza Fitria.
 - 3) Nurisma Izza.
 - 4) Rizki Amilina Laili A.
 - 5) Mazidatur Rohmah.
- b. Bapak DY sebagai *Supervisor* di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang.
- c. Saudara RY sebagai penjual atau penjaga di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang.

2. Data Sekunder.⁹⁰

Diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti berkaitan dengan literatur-literatur kepustakaan seperti buku, kitab-kitab fikih, dan juga jurnal yang memiliki relevansi dengan praktik *mystery shopper* di *outlet* minuman X di

⁸⁹ Data primer yaitu data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama dilapangan. Lihat Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Format-format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 128.

⁹⁰. Data skunder yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber skunder yang membantu memberi keterangan, atau data pelengkap. Lihat Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Format-format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 129.

Mall Olympic Garden Malang. Adapun beberapa kitab atau buku yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. *Riyad As-Sholihin* oleh Al-Imam Muhyiddin Yahya Bin Sharaf An-Nawawi.
- b. *Madkhal al-Fiqhi al-'Am* Juz 1 oleh Mustafa Ahmad Al-Zarqa'.
- c. *Fathul Baari Syarah Shahih Al-Bukhari* Juz 4 oleh Al-Imam Al-Hafiz Ahmad Ibnu 'Ali Ibnu Hajar Al-Asqolani.
- d. *Al-Fiqh Al-Islam Wa Adillatuhu*, Juz IV oleh Wahbah Az-Zuhaili.
- e. Fatwa-fatwa Kontemporer jilid 2 oleh Yusuf Al-Qardhawi.
- f. *Bidayah Al-Mujtahid* oleh Ibnu Ruysd.
- g. Hukum Perjanjian Syari'ah, Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat oleh Syamsul Anwar.
- h. Pengantar Fiqh Muamalah oleh Dimyauddin Djuwaini.
- i. Fiqh Muamalat oleh Abdul Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan dan Sapiudin Shidiq.
- j. Fiqh Muamalah Perbandingan oleh Siah Khosyi'ah.
- k. Fikih Muamalah oleh Ahmad Wardi Muslih.
- l. Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer oleh Ismail Nawawi.

E. Teknik Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi :

1. Wawancara.⁹¹

Dilakukan dengan para informen yang terlibat dengan praktik *mystery shopper* yang dilakukan di *outlet* minuman X Mall Olympic Garden Malang. Berhubung pihak *outlet* tidak bersedia untuk disebutkan nama *outlet* dan pihak-pihak terkait (*supervisor* dan penjaga *outlet*) tersebut, maka dalam hal ini penulis menganonimkan dan hanya menggunakan nama inisialnya saja. Berikut ini adalah pengolahan data yang dilakukan melalui wawancara kepada :

a. Para *mystery shopper*, yaitu :

- 1) Kholila Fauziah.
- 2) Addiniyatu Lailidza Fitria.
- 3) Nurisma Izza.
- 4) Rizki Amilina Laili A.
- 5) Mazidatur Rohmah.

b. Bapak DY sebagai *Supervisor* di *outlet* minuman X Mall Olympic Garden Malang.

c. Saudara RY sebagai penjual atau penjaga *Supervisor* di *outlet* minuman X Mall Olympic Garden Malang.

2. Observasi.⁹²

⁹¹ Teknik wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai. Lihat Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, h. 133.

⁹² Teknik observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Lihat Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, h. 142.

Penulis turun langsung kelapangan untuk mengamati aktivitas praktik *mystery shopper* di *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang, faktor pendorong dan pengaruhnya pada masyarakat.

3. Dokumentasi.⁹³

Penulis mencari sumber tertulis ataupun gambar yang berbentuk dokumen resmi, arsip, buku, dan foto yang terkait dan berhubungan dengan masalah praktik *mystery shopper* di *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang.

F. Teknik Pengolahan Data.

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini ada beberapa Teknik yaitu :

1. Pemeriksaan data (*editing*).⁹⁴

Pada tahap ini peneliti akan meneliti kembali data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara berupa kejelasan makna dan relevansinya dengan tema penelitian yaitu praktik *mystery shopper*.

2. Klasifikasi (*classifying*).⁹⁵

Peneliti mengklasifikasikan data wawancara sesuai pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah, sehingga data yang diperoleh mengandung

⁹³ Teknik Dokumentasi yaitu digunakan untuk menelusuri data historis. Lihat Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, h. 153.

⁹⁴ Pemeriksaan data (*editing*) merupakan data yang perlu diedit dengan membaca kembali dan memperbaikinya bila masih ada yang kurang jelas atau meragukan. Lihat Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian*, (Malang : UIN-Malang Press, 2008), h. 132.

⁹⁵ Klasifikasi data adalah proses pengelompokan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subyek penelitian, pengamatan dengan pencatatan langsung di lapangan atau observasi. Lihat Lexy J. Moloeng, *Metode Penilitin Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), h. 104-105.

informasi yang sangat dibutuhkan dalam penelitian tentang praktik *mystery shopper*.

3. Verifikasi (*verifying*).⁹⁶

Dalam hal ini peneliti akan mendengarkan rekaman tersebut dan mencocokkannya dengan tulisan dari wawancara sebelumnya. Kemudian menemui informan dan memberikan hasil wawancara untuk ditanggapi apakah sudah sesuai dengan yang diinformasikan olehnya atau tidak.

4. Analisis (*analyzing*).

Data-data yang telah peneliti peroleh melalui observasi dan wawancara dari informen yang berkaitan dengan praktik *mystery shopper* di *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang dideskripsikan sedemikian rupa. Kemudian data tersebut dianalisa atau diinterpretasikan melalui data-data dengan tinjauan fikih muamalah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data kualitatif.⁹⁷

5. Kesimpulan (*concluding*).⁹⁸

Pada tahap ini peneliti membuat kesimpulan dari semua data-data yang telah diperoleh dari kegiatan penelitian yang sudah dianalisis kemudian menuliskannya pada bab V.

⁹⁶ Verifikasi data adalah mengecek kembali dari data-data yang sudah terkumpul guna mengetahui keabsahannya apakah sudah valid dan sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Lihat Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), h. 104.

⁹⁷ Analisis data kualitatif adalah suatu Teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan data-data yang telah terkumpul, sehingga diperoleh gambaran menyeluruh tentang keadaan sesungguhnya. . Lihat Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), h. 248.

⁹⁸ Kesimpulan merupakan penyajian pokok-pokok temuan penelitian serta yang dianggap penting dari analisis temuan peneliti. Lihat Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian*, (Malang : UIN-Malang Press, 2008), h. 148.

BAB IV

PRAKTIK *MYSTERY SHOPPER* DI *MALL OLYMPIC GARDEN* MALANG PERSPEKTIF JUAL BELI DALAM FIKIH MUAMALAH

A. Sejarah Perusahaan *Mall Olympic Garden* Malang.

Mall Olympic Garden merupakan pusat perbelanjaan atau kawasan komersial, jasa dan hiburan (*one stop shopping, one stop servis* dan *one stop entertainment*). Konsolidasi antara pertokoan, *Hypermart, Departement store, Food court, Entertainment*, pusat jasa, arena bermain atau *game center* dan hotel serta kawasan pusat olahraga (*mixed used plan*). Terletak di pusat Kota Malang, kawasan ini menjadi kawasan yang sangat strategis untuk membangun sebuah bisnis karena terletak di pusat Kota Malang, yaitu di area jalan utama (diantara jalan Semeru, Kawi dan Tennes).

Head Office (HO) *Mall Olympic Garden* yaitu PT Mustika Taman *Olympic* yang berkantor pusat di Jakarta dan beralamat di Plaza Mutiara Lt. 15 Jl. Lingkar Mega Kuningan Kav El no 1-2 Jakarta Selatan (sebelumnya berlokasi di Wisma Nugra Santana lantai 12, Jl. Jendral Sudirman Kav 7-8, Jakarta).

PT Mustika Taman *Olympic*, sesuai dengan perjanjian kerjasama antara Pemerintah Kota Malang dan PT Mustika Taman *Olympic* telah memperoleh hak penggunaan sebagian tanah di kawasan Stadion Gajayana Malang di Desa Kauman, Kecamatan Klojen, Kota Malang, tanggal 29 September 2006. Dalam perjanjian kerjasama tersebut, dijelaskan isi pokok perjanjian kerjasama

pembangunan dan renovasi Stadion Gajayana Malang yang ditandatangani Pemerintah Kota Malang pada Desember 2005.⁹⁹

Sesuai kesepakatan kerjasama antara Pemerintah Kota Malang dan PT Mustika Taman *Olympic*, PT Mustika Taman *Olympic* berhak menggunakan sebagian tanah di kawasan Stadion Gajayana, Kota Malang, untuk pembangunan gedung pertokoan, Hotel, dan Kanko sebagai fasilitas parkir dan akses dukung lainnya. PT Mustika Taman *Olympic* sudah mendapatkan jaminan dan kepastian dari Pemerintah Kota Malang, diantaranya :¹⁰⁰

2. Memperoleh Izin Mendirikan Bangunan (IMB) atas nama PT Mustika Taman *Olympic* untuk melaksanakan pembangunan gedung komersial milik PT Mustika Taman *Olympic*.
3. Mendapatkan izin dan bantuan dari otoritas yang kompeten (berwenang).
4. Dalam proses pengajuan status Hak Pakai (HP) kepada Hak Pengelolaan (HPL) harus diperoleh jaminan dan kepastian dari Pemerintah Kota Malang.
5. Menerima rekomendasi atau persetujuan dari Pemerintahan Kota Malang atas pemberian Hak Guna Bangunan (HGB) di atas Hak Pengelolaan (HPL) atas nama PT Mustika Taman *Olympic*
6. Memanfaatkan, mengelola, menyewakan, maupun mengalihkan Hak Guna Bangunan (HGB) tersebut kepada pihak lain.

⁹⁹ Bahtiar Aziz, “Analisis Sistem Rekrutmen Pada Tenaga Kerja *Outsourcing*, 2012”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2012), <https://etheses.uin-malang.ac.id>.

¹⁰⁰ Bahtiar Aziz, “Analisis Sistem Rekrutmen Pada Tenaga Kerja *Outsourcing*, 2012”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2012), <https://etheses.uin-malang.ac.id>.

PT Mustika Taman *Olympic* (MTO) sendiri didirikan pada tanggal 15 Desember 2005, dengan ditandai adanya Akta pendirian Notaris Kun Hidayat dengan direktur Utama Iskandar Roebiyanto. Pembangunan proyek *Mall Olympic Garden* (MOG) dimulai pada tanggal 26 Januari 2007 dan dibuka pada 30 Mei 2008.

Secara keseluruhan MOG dikelola oleh :

Pengelola : Management Building PT Mustika Taman *Olympic*
Alamat Kantor : Jl. Kawi 24 Malang
Nomor Telepon : (0341) 366366
Nomor Fax : (0341) 336261
Developer : PT Mustika Taman *Olympic*
Alamat Kantor : Plaza Mutiara Lt. 15 Jl. Lingkar Mega Kuningan Kav El no
1-2 Jakarta Selatan.
Nomor Telepon : 021-5706895
Nomor Fax : 021-5706897

B. Gambaran Umum *Mall Olympic Garden* Malang.

Mall Olympic Garden merupakan pusat perbelanjaan keluarga dengan konsep menyediakan segala kebutuhan, baik tempat perbelanjaan, *fashion*, maupun tempat hiburan dalam satu tempat dan dikenal sebagai salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Kota Malang yang berada di Jl. Kawi, No.24.

Lokasi *mall* ini sangat strategis karena berdekatan dengan Hotel Aria Gajayana, kawasan rumah sakit, dan Stadion Gajayana yang dilengkapi dengan

berbagai *tenant* ternama seperti *KFC*, *Giant Hypermarket*, *Hoka-Hoka Bento*, *Ace Hardware* dan masih banyak *stan fast food* lainnya.¹⁰¹

Mall Olympic Garden ini merupakan pusat perbelanjaan termuda di Kota Malang setelah *Transmart* dibuka pada tahun 2008. Awalnya, MOG adalah singkatan dari Malang *Olympic Garden* karena letaknya bersebelahan dengan Stadion Gajayana yang merupakan Stadion sepak bola kebanggaan masyarakat Kota Malang, kemudian diganti menjadi *Mall Olympic Garden*.¹⁰²

Mall Olympic Garden hadir dengan nuansa baru bagi Kota Malang. Adapun *tenant-tenant* yang terdapat di *Mall Olympic Garden* Malang adalah sebagai berikut :

Tabel 2

Outlet-Outlet yang Ada di Mall Olympic Garden Malang

Lantai	Tenant
Basement	Pojok Busana, Inul Vizta
Ground Floor	Hoka-Hoka Beto, Solaria, A&W, KFC, Bodypack, Shaga, Optik, Firstolia, Bread Story, Jungle Juice, Pondok Desa, Center Point, Excelso, Erafone, Optik Internasional, Roti'O, Hammer, Bellagio, Rotelli, Fladeo, The Body Shop, Happy, Lasona, Hoop, Rotiboy, Tong Tji Café, Stroberi, Bateeq, Buccheri, Optik Melawai, Optik Seis, Grace Jewellery, Kafe Box, Yogen Fruz, Pie 33, Peco-Peco Sushi.
First Floor	Giant Ekstra, Payless, Sports Station, Converse, Skehers, Giordano, Fine Time, Gosh, Quiksilver, Eiger, Kids Station, Cool Kids, Planet Kids, Nike, Flamboyan DVD, Adidas, Iwan, Cardinal, H.O.W.R.U, Bfit, Zoya, Batik Keris, Guardian, Carolina Watch, Century, Top Shop, Hot Minimal, Toko Ada, Madonna Pukis, Manzone, ACE

¹⁰¹ www.malang-guidance.com, diakses pada Senin 10 Januari 2021.

¹⁰² Bahtiar Aziz, "Analisis Sistem Rekrutmen Pada Tenaga Kerja *Outsourcing*, 2012", (Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2012), <https://etheses.uin-malang.ac.id>.

	Hardware, Starlet, COLOURS IN, Mississippi, Wacoal, The Brahouse, Goldmart, Julia Jewellery.
Second Floor	Giant Ekstra, Planet Surf, Smartfren, Cellini, Giri Palma, Hardware, Informa, Urban Latte, Pegadaian, Global Teleshop, Jonathan Creative Hair & Make Up, SAMSAT Corner, PESONA, Siro Pager Abadi, Precise, Gramedia Exhibition, Polo Ralph, Usupso.
Third Floor	Amazon Game Center, Dandee's Resto, D'Cost Seafood, Harmoni Resto, House of WOK, X.O. Suki, Mie Kudus, Giri Palma, Porong Wei, Hoka-Hoka Bento, Niki Kopitiam, Kedai Si Mbok, Tong Tji Café, Nasional Fried Chicken, Istana Mie & Es.

C. Visi dan Misi *Mall Olympic Garden* Malang.

1. Visi.¹⁰³

- a. Menjadikan *Mall Olympic Garden* sebagai pusat perbelanjaan yang terbaik, dinamis dan dicintai.
- b. *Mall Olympic Garden* mencanangkan diri untuk lebih melayani masyarakat Kota Malang dan sekitarnya, tekad *to be high, dynamic and loved high* (yang terbaik/tertinggi dikelasnya) menjadi penyemangat tersendiri dalam menyiapkan strategi dan kemampuan untuk menjadi yang terdepan. *Dynamic* mencerminkan kekuatan untuk melahirkan kreatifitas serta inovasi dan mampu beradaptasi terhadap situasi dan *loved* adalah akhir dari pencapaian layanan bahwa *Mall Olympic Garden* mampu memberikan yang terbaik sehingga layak untuk dicintai oleh masyarakat.

2. Misi.¹⁰⁴

¹⁰³ Bahtiar Aziz, "Analisis Sistem Rekrutmen Pada Tenaga Kerja *Outsourcing*, 2012", (Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2012), <https://etheses.uin-malang.ac.id>.

¹⁰⁴ Bahtiar Aziz, "Analisis Sistem Rekrutmen Pada Tenaga Kerja *Outsourcing*, 2012", (Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2012), <https://etheses.uin-malang.ac.id>.

- a. *Mall Olympic Garden* menciptakan kebutuhan yang sangat variative (*multi product*) dengan kekuatan *tenant mix*-nya dan menyediakan segala kebutuhan dalam satu lokasi (*one stop shopping*).
- b. *Mall Olympic Garden* menempatkan pelayanan yang terbaik bagi pengunjung sehingga menjadi tujuan wisata belanja dan rekreasi keluarga dengan beragam hiburan dan wahana bermain.

D. Mekanisme Praktik *Mystery Shopper* di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang.

Dalam membangun sebuah bisnis, ada hal yang perlu diperhatikan yaitu bersihnya sebuah bisnis dari penipuan, baik mengenai kualitas, kuantitas barang yang diperjualbelikan maupun cara untuk mencari pelanggan. Dunia usaha yang semakin berkembang tentunya mendorong adanya persaingan usaha yang semakin ketat dan memaksa para pelaku usaha untuk berfikir keras demi kelancaran usahanya tersebut.

Laba merupakan alasan utama yang diinginkan oleh pelaku bisnis. Karenanya, tidak jarang pelaku bisnis melakukan berbagai cara bahkan melalui kecurangan sekalipun.

Di *Mall Olympic Garden* Malang, terdapat bermacam-macam *outlet* yang tergabung di dalamnya salah satunya adalah *outlet* minuman. Dari sekian banyak *outlet* minuman yang tergabung tersebut, ada satu *outlet* minuman X yang menarik perhatian peneliti.

Outlet ini memakai sebuah teknik marketing yang menurut peneliti tidak biasa yaitu *mystery shopper*. Untuk mengetahui mekanisme praktik marketing

tersebut yang menurut peneliti unik, maka peneliti melakukan wawancara internal dengan orang-orang yang menjadi *mystery shopper*, penjual dan juga *supervisor* di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang tersebut.

Adapun hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap para *mystery shopper*, penjual dan juga *supervisor* di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang adalah sebagai berikut :

1. Para *mystery shopper*.

Berdasarkan informasi yang peneliti himpun dari para *mystery shopper* bernama Kholila Fauziah (24), Addiniyatu Lailidza Fitria (22), Nurisma Izza (22), Rizki Amilina Laili. A (21) dan Mazidatur Rohmah (25) menjelaskan bahwa salah satu dari mereka yaitu Kholila Fauziah mengetahui adanya *job mystery shopper* tersebut melalui akun media sosial *Facebook*, kemudian menghubungi nomor *Whatsapp* yang tertera di postingan *Facebook* tersebut dan mengajak temannya untuk ikut serta menjadi *mystery shopper* di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang.¹⁰⁵

Keterangan yang penulis dapat dari Addiniyatu Lailidza Fitria (22) bahwa penerapan praktik *mystery shopper* ini hanya dilakukan dua hari, yaitu pada hari Sabtu dan Minggu yang bersifat *opsional*, apakah ingin menjadi *mystery shopper* selama dua hari atau satu hari saja. Hal ini

¹⁰⁵ Kholilah Fauziah, *Wawancara*, (Malang, 25 September 2020).

dikarenakan *outlet* minuman X tersebut masih *grand opening* yang bertujuan untuk mencari konsumen.¹⁰⁶

Pada praktiknya, para *mystery shopper* harus *stay* di tempat (*Mall Olympic Garden* Malang) pada pukul 10.00 WIB. Setelah itu, mereka dikumpulkan di suatu tempat khusus yang telah ditentukan oleh *outlet* minuman X tersebut untuk memperoleh *briefing*. Di sini para *mystery shopper* diharuskan menulis nama masing-masing di sebuah buku yang telah disediakan oleh koordinator.

Lebih lanjut Nurisma Izza (22) menerangkan dalam hal ini, koordinator membagi mereka menjadi beberapa kelompok *mystery shopper*. Kemudian koordinator memberikan uang sejumlah Rp. 50.000 kepada tiap kelompok *mystery shopper* tadi (terdiri dari dua orang) untuk membeli minuman dan mengikuti antrian di *outlet* minuman tersebut, dengan sudah ditentukan jenis minuman yang harus mereka beli di *outlet* minuman X.¹⁰⁷

Mazidatur Rohmah (25) juga menyampaikan ketika para *mystery shopper* sudah mendapatkan produk minuman yang diorder, mereka kembali ke tempat *briefing* untuk mengembalikan sisa uang pembelian minuman tersebut. Kemudian setelah itu, para *mystery shopper* membubuhi tanda tangan tepat di sebelah nama masing-masing yang tertulis sebelumnya yang menandakan bahwa *job* sudah selesai. Sebagai upahnya, para *mystery shopper* diberi uang sebesar Rp. 15.000 dan minuman yang telah diorder

¹⁰⁶ Addiniyatu Lailidza Fitria, *Wawancara*, (Malang, 25 September 2020).

¹⁰⁷ Nurisma Izza, *Wawancara*, (Malang, 21 September 2020).

sebelumnya dengan kisaran harga Rp. 18.000 sampai 23.000. Jadi jika ditotal keseluruhannya, perorang dari *mystery shopper* tersebut mendapatkan sekitar Rp. 35.000 sampai dengan Rp. 40.000.¹⁰⁸

2. Penjual.

Peneliti melakukan wawancara dengan penjual atau bagian operasional di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang berinisial RY asal Jember. Beliau sudah bekerja selama 1 tahun lebih sejak pendirian *outlet* X di *Mall Olympic Garden* Malang pada tanggal 18 Oktober 2019 lalu.

RY mengatakan bahwa teknik marketing yang beliau tahu dan biasanya diterapkan oleh *outlet* minuman X ini adalah seperti *buy one get one free member*. RY tidak tahu menahu mengenai praktik dan juga mekanisme dari *mystery shopper* yang dilakukan oleh *outlet* minuman X tempat beliau bekerja. Hal ini dikarenakan ada tim khusus yaitu bagian marketing, sedangkan RY hanya mengurus bidang operasional di *outlet*-nya saja.¹⁰⁹

3. Supervisor.

Selain kepada *mystery shopper* dan penjual di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang, peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak DY selaku *supervisor* di *outlet* minuman X tersebut. Beliau meng-

¹⁰⁸ Mazidatur Rohmah, *Wawancara*, (Malang, 21 September 2020).

¹⁰⁹ Riko Yudhatama, *Wawancara*, (Malang, 23 Desember 2020).

handle outlet minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang sejak *opening* pada tanggal 18 Oktober 2019.

Pernyataan yang dilontarkan bapak DY ini hampir sama dengan pernyataan RY. Teknik marketing yang diterapkan di *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang seperti *buy one get one free member*, *mem-branding* melalui social media (*endors*) dan juga membuat *event-event K-pop*. Lebih lanjut bapak DY menjelaskan, beliau kurang memahami bagaimana sesungguhnya mekanisme *mystery shopper* tersebut dengan alasan ada bagian marketing yang khusus menangani hal tersebut.

Namun bapak DY mengaku bahwa memang benar *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang tempat beliau bekerja menerapkan praktik *mystery shopper* saat *grand opening* berlangsung. Dan praktik tersebut dirasa cukup berhasil dalam menaikkan *income outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang.¹¹⁰

E. Analisis Praktik *Mystery Shopper* Untuk Memperoleh Konsumen di *Outlet* Minuman X *Mall Olympic Garden* Malang.

Jual beli merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia. Karenanya, dasar dari jual beli tersebut adalah diperbolehkan sebagaimana Allah SWT berfirman :

أَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.” (Q.S Al-Baqoroh : 275).¹¹¹

¹¹⁰ Deddy Yuli, *Wawancara*, (Malang, 30 Desember 2020).

¹¹¹ Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Almahira, 2017), h. 47.

Selain itu, kaidah paling dasar yang disepakati oleh para ulama empat mazhab dalam prinsip dasar ekonomi syari'ah mengatakan :

الأصل في المعاملة الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

“*Hukum dasar mu'amalah adalah diperbolehkan, sampai ada dalil yang melarangnya*”.¹¹²

Dalam muamalah, untuk membolehkan suatu aktivitas muamalah tidak butuh dalil yang membolehkan. Cukup tidak adanya dalil yang melarang, maka itu sudah menjadi dalil diperbolehkannya suatu aktivitas muamalah tersebut (*dalil adami*). Berbeda dengan ibadah, adanya dalil yang mengatur, maka itu merupakan dalil kebolehan melakukan (*dalil wujudi*). Artinya, dalam bermuamalah Allah memberikan keleluasaan bagi makhluknya untuk berkreasi dan berinovasi, karena yang tahu permasalahan kita adalah kita sendiri.

Dari kedua dalil tersebut, sesungguhnya telah menjelaskan dengan jelas bahwa jual beli hukumnya adalah boleh, asalkan jual beli tersebut memenuhi ketentuan yang telah ditentukan di dalam jual beli dengan syarat-syarat yang sesuai dengan hukum Islam. Namun jual beli tersebut menjadi terlarang ketika didalamnya terdapat unsur penipuan, menyuap, berjudi, merekayasa, menimbun barang-barang kebutuhan pokok untuk menaikkan harganya dan yang setara dengan itu.

Prinsip-prinsip dalam bermuamalah juga harus dijadikan acuan dalam melakukan sebuah transaksi jual beli. Salah satu prinsip tersebut adalah tidak

¹¹² Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen, Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syari'ah*, (Yogyakarta : PT. Pustaka Baru, 2018), h. 108

boleh mengandung rekayasa dalam hal pembeli (*najasy*).¹¹³ Rekayasa dalam hal pembeli terjadi ketika seseorang bersekongkol dengan pemilik toko atau *outlet* untuk menciptakan permintaan palsu. Praktik seperti ini dalam istilah fikih disebut dengan *najasy*.

Najasy merupakan salah satu bagian kecil dari *khilabah* (tipu daya). *Najasy* biasanya dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan pihak lain untuk melakukan penawaran, dengan harapan pembeli akan membeli dengan harga yang lebih tinggi. Namun ia sendiri tidak berniat untuk membelinya. Di samping itu, *najasy* juga dilakukan dengan merekayasa suatu keadaan agar terlihat ramai dan banyak pembeli, serta memuji-muji barang secara tidak objektif atau berlebih-lebihan. Tujuannya adalah semata-mata ingin memperdaya si pembeli.

Praktik yang terjadi pada kasus ini adalah pada saat *grand opening* tanggal 18 Oktober 2019, *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang sengaja menyewa pembeli (*mystery shopper*) yang bertugas untuk mengantri dan membeli minuman di *outlet* tersebut agar terkesan ramai dan laris, sehingga dapat memicu konsumen agar tertarik untuk membeli juga di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang.

Praktik demikian secara tidak langsung mengakibatkan kerugian terhadap pembeli lain yang dominan beranggapan bahwa ramainya *outlet* minuman X tersebut dikarenakan memiliki rasa yang enak. Namun ketika mereka sudah

¹¹³ Binti Ni'matul Khoiriyah, "Transaksi Jual Beli Mobil di Showroom Melalui Lembaga Pembiayaan dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Perspektif Hukum Islam," (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>.

merasa tertarik karena melihat ramai serta banyaknya permintaan dan ada dorongan untuk membeli minuman di *outlet* minuman X tersebut, ternyata rasa tidak sesuai dengan apa yang diekspektasikan. Terlebih mereka mengetahui bahwa itu hanyalah *mystery shopper* atau permintaan palsu, mereka akan merasa sangat kecewa dan tertipu.

Kalangan Hanabilah mengharamkan praktik *najasy* ini dengan ketentuan sebagai berikut :¹¹⁴

1. Adanya ketidakadilan di luar dari kebiasaan. Tetapi jika ketidakadilan itu ringan, maka tidak ada hak baginya (si pembeli) hak *khiyar*.
2. Mempunyai niat untuk menaikkan harganya, sedangkan ia tidak berniat untuk memebelinya.
3. Si pembeli tidak mengetahui tentang *bai' najasy*. Namun apabila dia mengetahuinya, maka sesungguhnya dia harus mengungkapkan bahwa ia ridho dengan *bai' najasy* tersebut. Apabila demikian, ia tidak memiliki hak untuk membatalkan akad itu.
4. Sebelumnya ada kesepakatan antara si penjual dengan si *najisy* (pelaku *najasy*). Dan apabila si *najisy* melakukan dengan spontan atas kemauan dirinya sendiri tanpa sepengetahuan dan perintah dari penjual (penjual tidak mengetahui tentang hal itu, maka si pembeli tidak memiliki hak untuk membatalkan akad tersebut.

¹¹⁴ Muslim al-Yusuf, Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

Melihat ketentuan di atas, setidaknya ada empat unsur praktik *mystery shopper* yang dilakukan oleh *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang yang memenuhi kategori penyebab dilarangnya praktik *najasy* oleh syari'at, yaitu :

1. Adanya teknik curang atau sebuah konspirasi antara pemilik *outlet* dengan beberapa oknum untuk menciptakan sebuah kondisi yang mana seakan-akan *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang tersebut ramai akan pembeli. Padahal sesungguhnya semua itu hanyalah settingan atau rekayasa.
2. Oknum yang menjadi *mystery shopper* sesungguhnya tidak mempunyai niatan untuk membeli minuman di *outlet* minuman X tersebut. Namun semata-mata hanya melakukan perintah dari *outlet* minuman X.
3. Adanya pihak yang merasa dirugikan dan dikecewakan atas praktik yang dilakukan oleh *outlet* minuman X di *Mall Olympic Garden* Malang.
4. Adanya maksud untuk mendapatkan keuntungan lebih banyak dibandingkan keuntungan sebelum unsur yang pertama dilakukan.

Praktik tersebut merupakan jual beli yang dilarang (batil) dalam islam. Allah SWT berfirman dalam Q.S An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ .
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ . إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا .

“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 diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah maha penyayang kepadamu.”¹¹⁵

Praktik *najasy* dikatakan batil karena termasuk dalam kategori manipulasi pasar yang akan merugikan para pembeli (merasa tertipu). Rasulullah Saw Bersabda :¹¹⁶

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَا بِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنَّ أَلْفَى اللَّهِ وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ. (رواه ابو داود, ابن مجة و الترمذي)

“*Sesungguhnya Allah-lah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorangpun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta.*” (HR. Abu Dawud, Ibnu Majah dan at-Tirmidzi).

Selain itu, banyak hadist Nabi SAW yang tidak memperbolehkan perbuatan *najasy*. Pertama, hadist yang diriwayatkan oleh Bukhari Muslim dari Abu Hurairoh dalam kitab *Riyad As-sholihin*, berbunyi :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : لَا تَنَاجَشُوا. مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ

“*Dari Abu Hurairoh bahwa Rasulullah SAW bersabda : Jangan kalian berjualan dengan cara tanajasyu.* (HR. Bukhori Muslim).¹¹⁷

Kedua, hadist riwayat Bukhori Muslim dari Ibnu ‘Umar r.a. :

¹¹⁵ Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Almahira, 2017), h. 83.

¹¹⁶ Nethania Khalisa dan Natasya Nisaul Alfani, Bai' Najasy (Fake Demand Dalam Kasus Kontemporer), 23 September 2020, Diakses pada 10 Februari 2020, <http://www.ibec-febui.com>.

¹¹⁷ Al-Imam Muhyiddin Yahya Bin Sharaf An-Nawawi, *Riyad As-Sholihin*, (Beirut : Dar Al-Kotob Al-ilmiyah, 1971), h. 330.

عَنِ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنِ النَّجْشِ ش. مُتَّفَقٌ

عَلَيْهِ.

“Dari Ibnu ‘Umar r.a. : Bahwasanya Rasulullah SAW melarang jual-beli dengan cara Najasy. (HR. Bukhari Muslim).¹¹⁸

Ketiga, hadist dari Abdullah bin Abi Aufa r.a :

وَقَالَ ابْنُ أَبِي أَوْفَى : النَّاجِشُ أَكِلٌ رَبًّا حَائِنٌ. وَهُوَ خِدَاعٌ بَاطِلٌ لَا يَحِلُّ.

“Abdullah bin Abi Aufa r.a, ia berkata : Orang yang melakukan najasy adalah pemakan riba dan pengkhianat. Ia adalah tipu muslihat yang batil dan tidak dihalalkan”.¹¹⁹

Dari pengahayatan dalil-dalil di atas, *najasy* merupakan perbuatan yang dilarang. Larangan tersebut karena memiliki modus penipuan dalam bisnis yang dapat merugikan orang lain. Tak hanya itu, hal ini dilarang karena tindakan penjual yang menyuruh orang lain agar melakukan tipu daya dengan permintaan palsu agar menarik konsumen lain. Artinya, permintaan yang dihasilkan bukan tercipta secara alamiah, melainkan karena rekayasa penjual.

Berbicara mengenai dibolehkannya atau tidaknya praktik *najasy* ini, terjadi *khilafiyah* dikalangan para ulama’ :¹²⁰

1. Abu Zahir mengatakan jual beli tersebut rusak.
7. Malik mengatakan jual beli itu cacat dan si pembeli diberi hak untuk memilih, antara mengembalikannya atau mempertahankannya.

¹¹⁸ An-Nawawi, *Riyad As-Sholihin*, h. 331

¹¹⁹ Al-Imam Al-Hafiz Ahmad Ibnu ‘Ali Ibnu Hajar Al-Asqolani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al-Bukhari, Juz 4*, (Riyadh : Maktabah Darussalam, 1997), h. 355

¹²⁰ Ibnu Ruysd, *Bidayah Al-Mujtahid Wa Nihayah Al-Muqtashid*, (Riyadh : Bait al-Afkar Al-Duwaliah, 2007), hlm. 694.

8. Abu Hanifah dan Syafi'i mengatakan jika terjadi maka berdosa dan jual beli tersebut dibolehkan.

Ibnu Munzir dan kalangan ulama' ahli dhahir serta salah satu jalur riwayat kalangan ulama mazhab Maliki menyebutkan bahwa akad jual beli *najasy* itu rusak atau tidak sah. Pendapat ini merupakan pendapat yang masyhur dikalangan Hanabilah. Hal ini mengandung arti bahwa ketiga kalangan ini sepakat bahwa jual belinya batal jika penipuan yang dilakukan melebihi kewajaran.¹²¹

Kalangan Hanabilah menjelaskan lebih rinci dengan dalil-dalil sebagai berikut :¹²²

1. Pelarangan *bai' najasy* dalam hadist-hadist Rasulullah itu merujuk kepada *najisy*, yaitu orang yang melakukan najasy (penjual atau yang bersekongkol dengan penjual). Bukan merujuk kepada akadnya dan juga bukan orang yang mengikutinya (orang yang membeli). Tetapi *bai' najasy* ini tetap mempengaruhi pada jual belinya, karena pelarangan ini bukanlah terletak pada akad dan syarat-syaratnya melainkan terdapat pada luar akadnya (unsur ekstrinsik). Dan jual beli *najasy* ini juga bisa disebut dengan penipuan dan dilarang meskipun jual belinya sah.
2. Pelarangan dalam hadis-hadist tentang *najasy* masih berupa kemungkinan. Hal ini dilarang jika barang itu melebihi harga yang semestinya.

¹²¹ Muhammad Syamsudin, Bai' Najasy, Jual Beli Denga Rekeyasa Permintaan dan Provokasi Harga, Selasa 18 Agustus 2020, Diakses pada 10 Februari 2020, <https://Islam.nu.or.id>.

¹²² Muslim al-Yusuf, Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

3. Seorang yang membeli barang dengan *bai' najasy* (orang tersebut tidak tahu bahwasannya ia ditipu), kemudian ia ceroboh dalam membeli suatu barang. Artinya, pembeli itu tidak bertanya dahulu mengenai harga tetapi langsung membelinya dikarenakan yang ia tahu adalah barang tersebut banyak diminati orang, padahal itu hanyalah tipu daya. Maka dalam hal ini, pembeli tidak memiliki hak untuk mem*fasakh* akad tersebut karena kecerobohnya.

Ibnu Hazm berpendapat bahwa *bai' najasy* ini tidak halal karena orang yang membeli itu adalah pembeli suruhan yang sebenarnya tidak memiliki keinginan untuk membelinya. Hal ini dilakukan semata-mata untuk menipu orang lain, yang mana dengannya orang lain mau membeli dengan harga lebih tinggi. Meskipun demikian, tetap saja orang yang membeli itu tetap memiliki hak khiyar.¹²³

Pengarang kitab *al-muhalla* yaitu Ibnu Hazm menetapkan bahwa jual beli *najasy* adalah haram dan harus memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut:¹²⁴

1. Seorang penjual menyuruh seseorang (sebagai penawar) untuk membayar lebih dari harga asli suatu barang, tetapi sebenarnya ia tidak ingin membelinya (hanya disuruh). Tujuannya adalah untuk menyenangkan hati si pembeli bahwa ia sudah berhasil membeli barang yang diinginkan semua orang, padahal itu hanyalah rekayasa atau tipu daya.

¹²³ Muslim al-Yusuf, Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

¹²⁴ Muslim al-Yusuf, Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

2. Tujuan dari praktik ini tak lain adalah untuk menipu pembeli dan juga membuat pembeli menjadi tertarik untuk membel barang yang ditawarkan.
3. Hasil dari pada penawaran gharar ini adalah terwujudnya tambahan harga yang dikehendaki oleh penjual atas barang dagangan yang ditawarkan.

Apabila syarat-syarat di atas sudah terpenuhi, maka boleh bagi pembeli untuk melakukan hak *khiyar* (antara meneruskan jual belinya atau mengembalikan barang dagangan kepada pemiliknya). Namun ketika ada saja satu dari tiga syarat yang terlewat atau tidak terpenuhi, maka akadnya menjadi sah dan tidak menerima untuk *difasakh*. Ini dikarenakan akadnya menjadi sempurna seperti halnya akad jual beli asli yang hukumnya halal dan sah.

Melihat dalil-dalil yang disampaikan oleh Ibnu Hazm, Syekh Dr. Muslim al-Yusuf dalam penelitiannya berpendapat bahwa sebenarnya dalil-dalil tersebut tidak mensyaratkan syarat-syarat yang telah diajukan oleh Ibnu Hazm. Akan tetapi syarat-syarat tersebut antara lain :¹²⁵

1. Terpenuhinya tujuan penambahan harga dengan catatan dengan tidak adanya keinginan penawar untuk membeli
2. Tujuan dari praktik ini adalah tak lain untuk menipu daya pembeli.

Syekh Dr. Muslim al-Yusuf memberikan catatan mengenai syarat yang ke-3 yaitu memiliki hasil berupa terwujudnya tambahan harga yang dikehendaki oleh penjual itu tidak tersurat melalui dalil. Berdasarkan ketentuan di atas, maka syarat ini tidak diharuskan ada dalam jual beli *najasy*, karena

¹²⁵ Muslim al-Yusuf, Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

dalam hal ini pasarlah yang menentukan harga barang berdasarkan adanya penawaran dan permintaan. Namun faktanya, penawaran lebih banyak.¹²⁶

Menurut Hanafiyah dan Syafi'iyah, jual beli dengan sistem *najasy* adalah sah, tetapi tetap berlaku *khiyar*.¹²⁷ Kalangan ini menegaskan bahwa meskipun jual belinya sah namun pelakunya tetap dianggap telah bermaksiat dan berdosa besar. Pendapat ini merupakan pendapat yang paling shahih.

Pendapat tersebut dikuatkan dengan argumentasi Ibnu Qudamah yang mengatakan bahwa larangan tersebut kembali kepada *najisy* (pelaku *najasy*) yang dalam kasus ini adalah si *mystery shopper*, bukan kembali kepada akad jual beli itu sendiri.¹²⁸

Tak hanya bersinggungan dengan dalil-dalil di atas, praktik *mystery shopper* ini juga bersinggungan dengan beberapa prinsip yang ada dalam muamalah, yaitu prinsip '*adamul gharar* (tipu daya) dan prinsip kebebasan. Orang yang menjadi *mystery shopper* tersebut sebenarnya tidak mempunyai keinginan dalam dirinya untuk membeli minuman di *outlet* minuman X itu, melainkan hal tersebut hanyalah perintah dari *outlet* minuman X dan si *mystery shopper* (adanya perintah dari penjual) melakukannya demi mendapatkan uang.

Secara *dhohir* jual beli tersebut memang benar dilakukan. Namun esensinya adalah tidak, karena uang yang digunakan untuk membeli minuman di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang tersebut berasal dari pihak

¹²⁶ Muslim al-Yusuf, Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

¹²⁷ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015), h. 95

¹²⁸ M. Saifudin Hakim, Larangan Jual Beli Najasy dan Bolehnya Jual Beli Lelang (Muzayadah), 13 Juni 2019, diakses pada 9 Februari 2021, <https://muslim.or.id>.

outlet itu sendiri dan juga ditentukan oleh mereka minuman mana yang harus diorder oleh si *mystery shopper* itu.

Hal tersebut menunjukkan bahwasannya tidak adanya kebebasan bagi *mystery shopper* dalam jual beli ini, padahal jual beli itu seharusnya didasarkan atas dasar suka sama suka (tidak terpaksa). Sebagaimana firman Allah SWT dalam potongan QS. An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi :

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ

“Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.”¹²⁹

Selain itu, Nabi SAW juga bersabda dalam hadist yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah dari Abu Said Al-Khudri :¹³⁰

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ.

“Dari Abu Said Al-Khudri, Rasulullah Saw bersabda “ Yang Namanya jual beli itu hanyalah jika didasari asas saling rela (*ridho*). (HR. Ibnu Majah, no. 2269).

Imam Syafi'i mengatakan dalam kitab *al-Mukhtashar* bahwa pelaku *najasy* telah berbuat maksiat secara mutlak dan termasuk tipu muslihat. Dalam hadist dari Qais bin Sa'ad bin Ubadah mengatakan :

قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : الْخَدِيمَةُ فِي النَّارِ، وَمَنْ عَمِلَ عَمَلًا لَيْسَ عَلَيْهِ أَمْرُنَا.

¹²⁹ Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Almahira, 2017), h. 83.

¹³⁰ Harus saling rela dalam setiap transaksi, <https://pengusahamuslim.com>, Diakses pada tanggal 21 Januari 2021.

“Nabi Saw bersabda : Orang yang melakukan tipu muslihat berada di neraka. Dan barangsiapa mengerjakan suatu amalan yang bukan termasuk urusan kami, maka ia tertolak.”¹³¹

Pengkhususan kemaksiatan pada *najasy* ini menurut Ar-Rafi’i adalah bagi mereka yang mengetahui larangan tersebut. Al-Baihaqi meriwayatkan dalam kitab *al-Ma’rifah* dan *Sunan* dari Asy-Syafi’i bahwa pelaku *najasy* yang dianggap bermaksiat adalah mereka yang telah mengetahui larangan itu. Maka sudah menjadi jelas bahwa maksud dari perkataan Asy-Syafi’i di atas adalah barangsiapa yang melakukan *najasy*, maka dianggap melakukan kemaksiatan jika ia mengetahui larangannya, sementara jual belinya tetap sah.¹³²

Dalam hadist yang diriwayatkan Imam Bukhari dari Ibnu Aufa mengatakan :

أَقَامَ رَجُلٌ سِلْعَتَهُ فَحَلَفَ بِاللَّهِ لَقَدْ أُعْطِيَ فِيهَا مَا مَمَّ يُعْطَى فَنَزَلَتْ. قَالَ ابْنُ أَبِي أَوْفَى : النَّاجِشُ أَكِلٌ رَبًّا حَائِثٌ.

“Seseorang menawarkan barangnya seraya bersumpah atas nama Allah bahwa barang tersebut lebih murah daripada harga sebenarnya, maka turunlah ayat di atas. Ibnu Abi Aufa berkata : Pelaku *najasy* adalah pemakan riba dan pengkhianat.” (HR. Bukhori).¹³³

Ibnu Abi Aufa menjelaskan apabila penjual menyetujui perbuatan pelaku *najasy* dengan memberinya bonus (*fee*), maka dalam tinjauan hukum keduanya sama-sama berbuat khianat. Dalam hal ini, pelaku *mystery shopper* yang terdapat di *outlet* minuman X Mall Olympic Garden Malang tersebut juga

¹³¹ Al-Imam Al-Hafiz Ahmad Ibnu ‘Ali Ibnu Hajar Al-Asqolani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al-Bukhari, Juz 4*, (Riyadh : Maktabah Darussalam, 1997), h. 356.

¹³² Al-Asqolani, *Fathul Baari*, h. 356.

¹³³ Al-Asqolani, *Fathul Baari*, h. 356.

medapatkan *fee* sebesar Rp.15.000 dan minuman yang telah diordernya. Maka jika disesuaikan dengan hadist di atas, pelaku *mystery shopper* itu bisa dihukumi sebagai pengkhianat dan pemakan riba apabila para *mystery shopper* mengetahui larangannya, namun jika tidak demikian maka tidak berlaku.

Mayoritas fuqaha' berpendapat bahwa jual beli dengan *najasy* adalah sah karena *najasy* itu dilakukan dengan orang lain (*najisy*), bukan penjual yang melakukan transaksi langsung, maka tidak memengaruhi keabsahan dari jual beli tersebut. Hanya saja mengandung dosa bagi penjual dan *najisy* (orang yang berbuat *najasy*).¹³⁴

Jika diamati, praktik *najasy* merupakan aturan yang sudah ada dalam literatur-literatur Fikih. Sedangkan *mystery shopper* ini adalah sesuatu yang baru dan bisa digolongkan sebagai bentuk *bai' najasy* di masa modern jika di dalamnya terdapat rekayasa permintaan berupa produk atau lainnya.

Dalam kegiatan muamalah, yang menjadi penting bukanlah format atau namanya, melainkan substansi dari kegiatan itu sendiri. Sebab ibroh dari muamalah itu adalah terletak pada maksud atau maknanya, bukan terletak pada lafadznya. Jadi bisa dikatakan bahwa *mystery shopper* yang di dalamnya mengandung unsur penipuan (permintaan palsu) merupakan *lafdzhon* (lafadz) dan *najasy* adalah *ma'nan* (makna atau isinya).

Dalam rangka mencegah terjadinya sesuatu yang mudhorot, maka menurut mayoritas ulama' praktik *mystery shopper* ini tidak dilegalkan (tidak

¹³⁴ Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar, Abdullah bin Muhammad Al-Muthlaq dan Muhammad bin Ibrahim, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah, Dalam Pandangan 4 Madzhab*, (Yogyakarta : Maktabah Al-Hanif, 2004), h. 55.

diperbolehkan) meskipun jual belinya sah dan dapat digolongkan ke dalam bentuk praktik *najasy* apabila di dalamnya terdapat indikasi berupa :

1. Adanya penipuan atau merekayasa suatu permintaan.
2. Orang yang melakukan praktik *mystery shopper* sesungguhnya di dalam hatinya tiada niatan untuk membeli, melainkan hanya untuk memberi manfaat kepada penjual.

Sebaliknya, praktik *mystery shopper* ini dilegalkan (boleh) apabila tidak mengandung unsur yang telah disebutkan diatas, melainkan untuk mengukur daya minat atau respon dari konsumen. Adapun pelaku praktik *mystery shopper* yang mengandung unsur *bai' najasy*, menurut pendapat yang paling shahih dihukumi sebagai orang yang berkhianat dan berdosa besar jika sebelumnya ia sudah mengetahui larangan itu.

Musabab itu, hendaknya bahwa dalam melakukan praktik muamalah terkhusus jual beli harus memperhatikan prinsip-prinsip dan ketentuan yang ada dalam jual beli itu sendiri. Sehingga praktik yang dilakukan tetap berjalan sesuai koridornya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan.

Berdasarkan fokus penelitian dan uraian analisis yang telah peneliti paparkan di atas, penulis dapat menyimpulkan terkait Praktik *Mystery Shopper* Untuk Memperoleh Konsumen di *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang sebagai berikut :

1. Bentuk dari praktik *mystery shopper* yang dilakukan oleh *outlet* minuman X *Mall Olympic Garden* Malang ini adalah : *Pertama*, mengumpulkan para *mystery shopper* di suatu tempat khusus, yang telah ditentukan oleh *outlet* minuman X tersebut untuk memperoleh *briefing*. *Kedua*, koordinator membagi mereka menjadi beberapa kelompok *mystery shopper*. Kemudian memberikan sejumlah uang kepada tiap kelompok *Mystery Shopper* untuk membeli minuman dan mengikuti antrian di *outlet* minuman tersebut, dengan sudah ditentukan jenis minuman yang harus mereka beli di *outlet* minuman X. *Ketiga*, para *mystery shopper* kembali ke tempat *briefing* untuk mengembalikan sisa uang pembelian minuman tersebut dan kemudian mendapatkan upah.
2. Praktik *mystery shopper* jika ditinjau dari perspektif jual beli dalam fikih muamalah menghasilkan dua hukum yang berbeda. *Pertama*, praktik *mystery shopper* tidak diperbolehkan (*illegal*) meskipun akad jual belinya sah dan tergolong kepada bentuk *bai' najasy* di masa modern apabila didalamnya terindikasi adanya penipuan atau rekayasa permintaan dan tidak

adanya keinginan yang timbul dalam hati untuk membeli suatu produk, melainkan hanya bertujuan untuk memberi manfaat atau keuntungan kepada penjual. Musabab itu, orang yang melakukan praktik *mystery shopper* (*najisy*) yang didalamnya terdapat unsur sebagaimana telah disebutkan di atas dihukumi sebagai orang yang telah berbuat maksiat (berdosa besar) jika sudah mengetahui tentang pelarangan ini. Namun tidak berlaku bagi orang yang tidak mengetahuinya. *Kedua*, praktik *mystery shopper* ini diperbolehkan (*legal*) apabila praktik tersebut dilakukan hanya untuk mengukur minat atau respon dari konsumen.

B. Saran.

Penulis Memberikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan praktik *mystery shopper* sebagai berikut :

1. Kepada pemilik dan pihak marketing outlet minuman X yang berada di Mall Olympic Garden Malang sebaiknya lebih memperhatikan prinsip-prinsip dan ketentuan dalam bermuamalah, terutama pada teknik marketing yang digunakan dalam membangun bisnis itu sendiri. Seperti memperhatikan bersihnya sebuah bisnis dari penipuan, baik mengenai kualitas, kuantitas barang yang diperjualbelikan maupun cara untuk mencari pelanggan. Sehingga praktik yang dilakukan tetap berjalan sesuai prinsip syari'at.
2. Kepada para *mystery shopper* yang menjadi peran utama dalam praktik ini *mystery shopper* untuk lebih berhati-hati dalam memilih dan melakukan sebuah pekerjaan. Carilah pekerjaan yang lebih baik dan halal yang mana di dalamnya tidak mengandung *gharar*.

3. Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, peneliti ingin memberikan peluang kepada peneliti selanjutnya agar bisa menyempurnakan penelitian mengenai *mystery shopper* ini dengan meninjau dari perspektif jual beli dalam KUHPerduta.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Tim Penerjemah. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta : Almahira, 2017.

Perundang-Undangan

Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Buku dan Kitab

Anwar, Syamsul. *Hukum Perjanjian Syariah, Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007.

An-Nawawi, Al-Imam Muhyiddin Yahya Bin Sharaf. *Riyad As-Sholihin*. Beirut : Dar Al-Kotob Al-ilmiah, 1971.

Al-Zarqa', Mustafa Ahmad. *Madkhal al-Fiqhi al-'Am, Juz 1*. Damaskus : Dar al-Qolam, 1967.

Al-Asqolani, Al-Imam Al-Hafiz Ahmad Ibnu 'Ali Ibnu Hajar. *Fathul Baari Syarah Shahih Al-Bukhari, Juz 4*. Riyadh : Maktabah Darussalam, 1997.

Ath-Thayyar, Abdullah bin Muhammad, Abdullah bin Muhammad Al-Muthlaq dan Muhammad bin Ibrahim. *Ensiklopedia Fiqih Muamalah, Dalam Pandangan 4 Madzhab*, (Yogyakarta : Maktabah Al-Hanif, 2004).

Az-Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqh Al-Islam Wa Adillatuhu, Juz IV*. Damaskus : Dar al-fikr, 1985.

- Al-Qardhawi, Yusuf. *Fatwa-fatwa Kontemporer* jilid 2. Jakarta : Gema Insani Press, 1995.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Format-format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015.
- Ghazaly, Abdul Rahman, Ghufron Ihsan dan Sapiudin Shidiq. *Fiqih Muamalat*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Khosyi'ah, Siah . *Fiqih Muamalah Perbandingan*. Bandung : Pustaka Setia, 2014.
- Kasiram, Moh. *Metodologi Penelitian*. Malang : UIN-Malang Press, 2008.
- Muthiah, Aulia. *Hukum Perlindungan Konsumen, Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syari'ah*. Yogyakarta : PT. Pustaka Baru, 2018.
- Muslih, Ahmad Wardi. *Fikih Muamalah*. Jakarta : Sinar Grafika, 2017
- Moloeng, Lexy J. *Metode Penilitin Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002.
- Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2010.
- Praja, Juhata S. *Filsafat Hukum Islam*. Bandung : Unisba, 1995.

Ruysd, Ibnu. *Bidayah Al-Mujtahid Wa Nihayah Al-Muqtashid*. Riyadh : Bait al-Afkar Al-Duwaliah, 2007.

Siregar, Bismar. *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*. Jakarta : Sinar Grafika, 2016.

Sukanto, Suryono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta : Press Jakarta, 1986.

Shiddiqi, Hasbi. *Filsafat Hukum Islam*. Jakarta : Bulan Bintang, 1990.

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013.

Penelitian

Aziz, Bahtiar. “Analisis Sistem Rekrutmen Pada Tenaga Kerja *Outsourcing*, 2012”, Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2012. <https://etheses.uin-malang.ac.id>

Khoiriyah, Binti Ni'matul. “Transaksi Jual Beli Mobil di Showroom Melalui Lembaga Pembiayaan dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Perspektif Hukum Islam,” Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>.

Putri, Nur Utama. “Kasus di Pasar Cik Puan Pekanbaru dan Relevansinya dengan Pemikiran Ibnu Qudamah,” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010. <http://repository.uin-suska.ac.id>.

Jurnal

Hakim, Lukmanul. “Distorsi Pasar dalam Pandangan Ekonomi Islam” *Journal of Islamic and Social*, no. 1 (2017) : 1-15 <http://core.ac.uk>

Syam, Herdi, "Mystery Shopping : Metode Untuk Mengevaluasi Layanan Alfamart", *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Bisnis*, no. 1 (2019) : 3
<https://ojs.Ippmuniprima.org/index.php/jiapb>.

Amalia, Maya Risma dan Ganjar Mohammad Disastra, "Tinjauan Pelaksanaan Kegiatan Mystery Shopping di KFC Indonesia Pada Tahun 2013", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, (2013) : 9 <https://repository.ac.id>.

Nuha, Septiawan Syaifin, Henny Juliani, dan Nabitatus Saadah. "Implementasi Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Keuangan dan Aset Desa Dalam Mewujudkan Pembangunan Desa pada Desa Punjulharjo Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang," *Diponegoro Law Journal*, no. 1 (2017) : 1-22 <http://www.ejournal-S1.undip.ac.id/index.php/dir/>.

Website

al-Yusuf, Muslim, Bai' al-najasy fi al-fiqhi al-Islami, diakses pada 10 Februari 2020, <https://www.imtithal.com>.

Hakim, M. Saifudin, Larangan Jual Beli Najasy dan Bolehnya Jual Beli Lelang (Muzayadah), 13 Juni 2019, diakses pada 9 Februari 2021, <https://muslim.or.id>

"Jasa Pembeli Bayaran", diakses pada 6 November 2020 <http://fjb.kaskus.co.id> (2018), diakses tanggal 6 November 2020.

Khalisa, Nethania dan Natasya Nisaul Alfani, Bai' Najasy (Fake Demand Dalam Kasus Kontemporer), 23 September 2020, Diakses pada 10 Februari 2020, <http://www.ibec-febui.com>.

Syamsudin, Muhammad, Bai' Najasy, Jual Beli Dengan Rekayasa Permintaan dan Provokasi Harga, Selasa 18 Agustus 2020, Diakses pada 10 Februari 2020, <https://Islam.nu.or.id>.

www.malang-guidance.com, diakses Senin 10 Januari 2021.

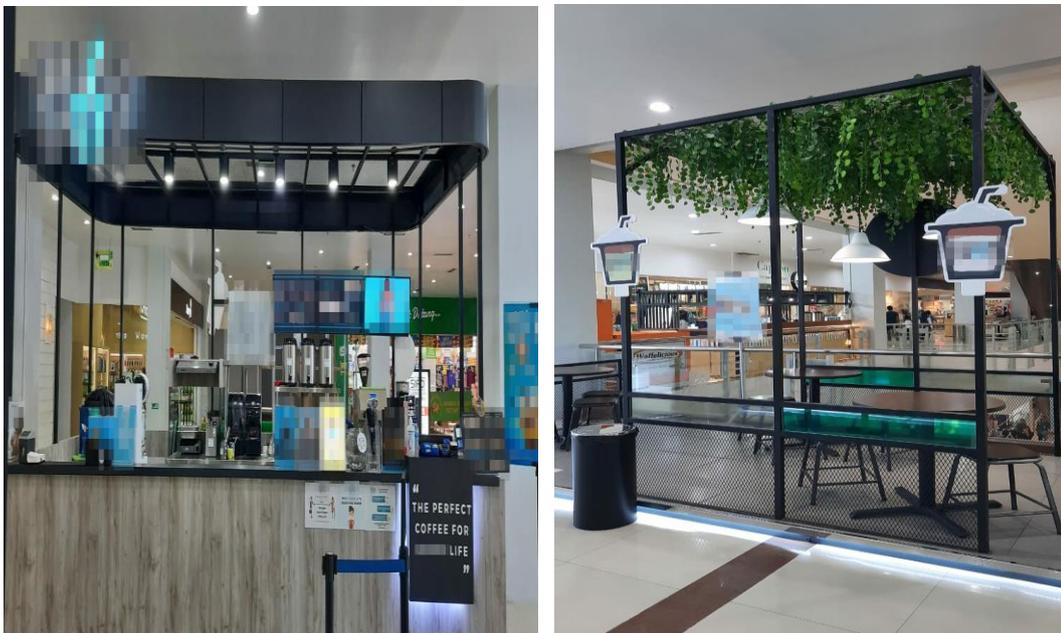
Harus saling rela dalam setiap transaksi, <https://pengusahamuslim.com>, Diakses tanggal 21 Januari 2021.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Foto bagian depan *Mall Olympic Garden* Malang



Lampiran 2 : Foto kondisi *Outlet Minuman X Mall Olympic Garden* Malang



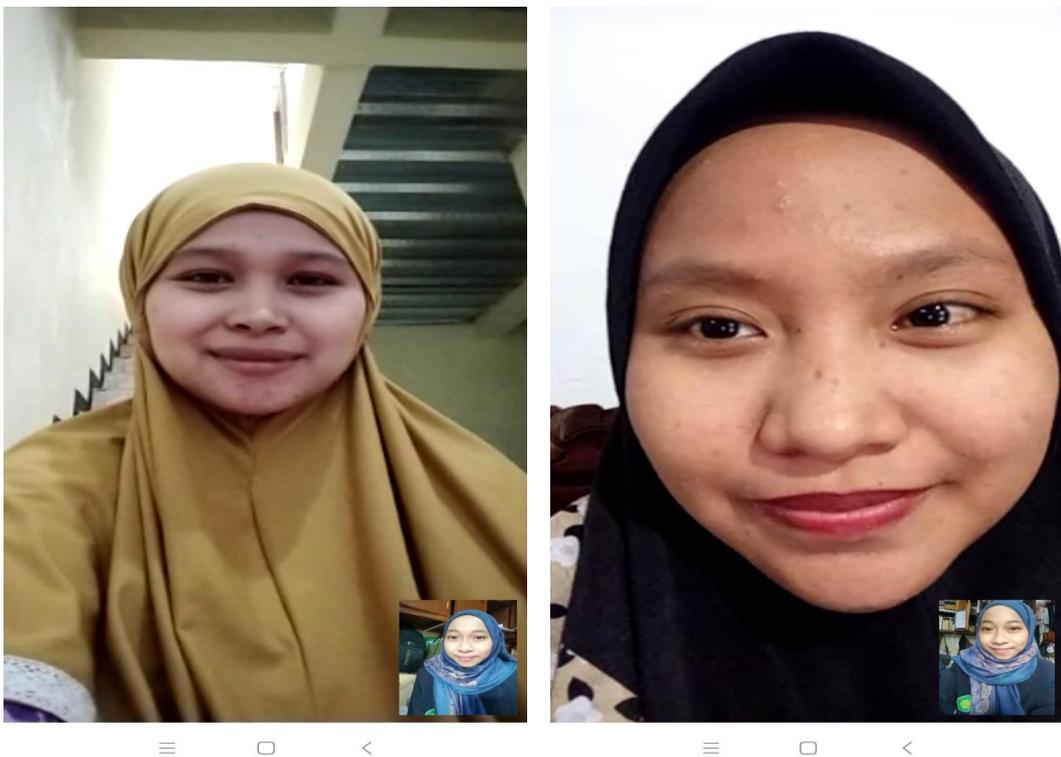
Lampiran 3 : Foto wawancara dengan penjual (penjaga outlet)



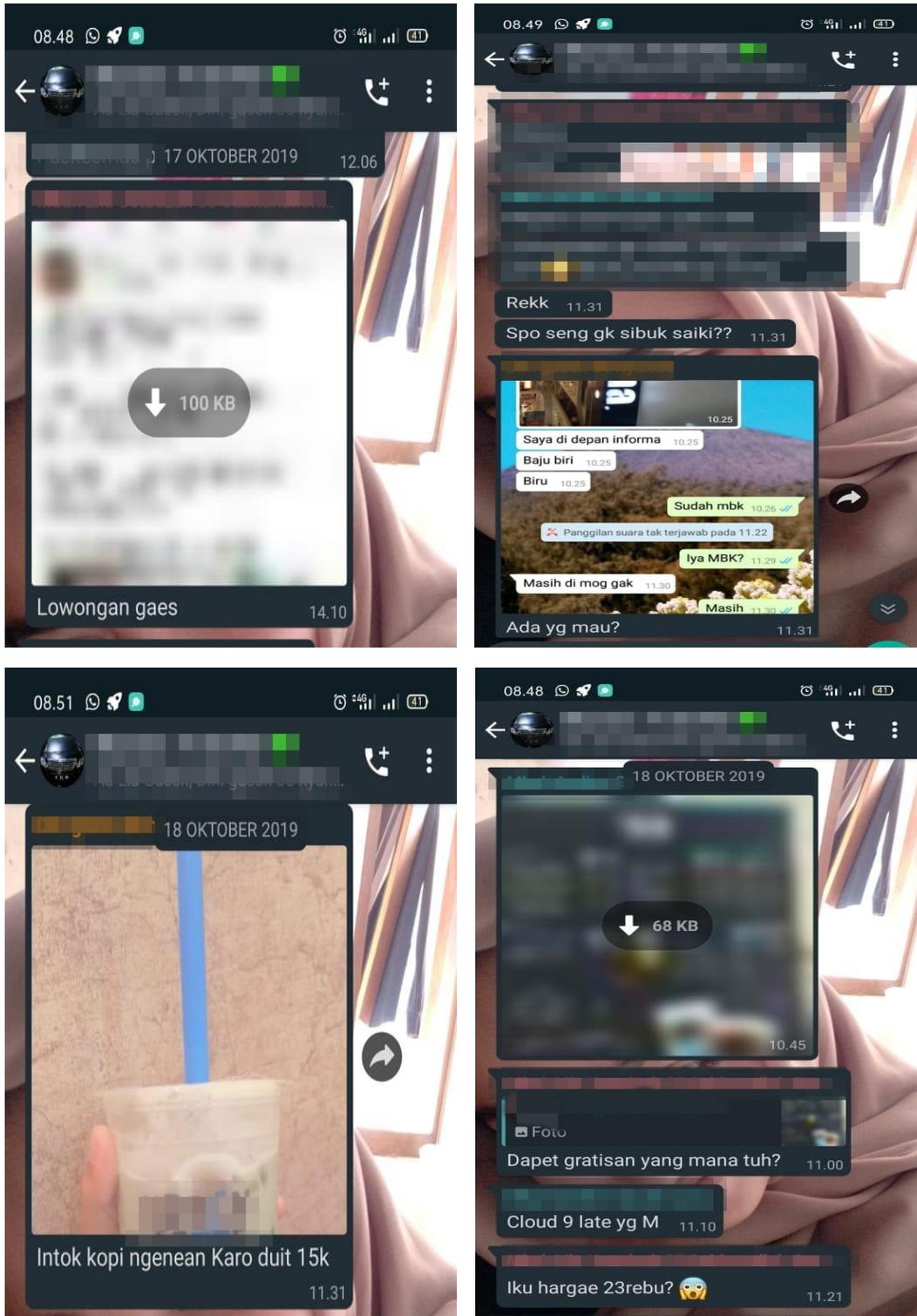
Lampiran 4 : Foto wawancara dengan *mystery shopper* 1 (*online*) dan 2



Lampiran 5 : Foto wawancara online dengan *mystery shopper* 3 dan 4



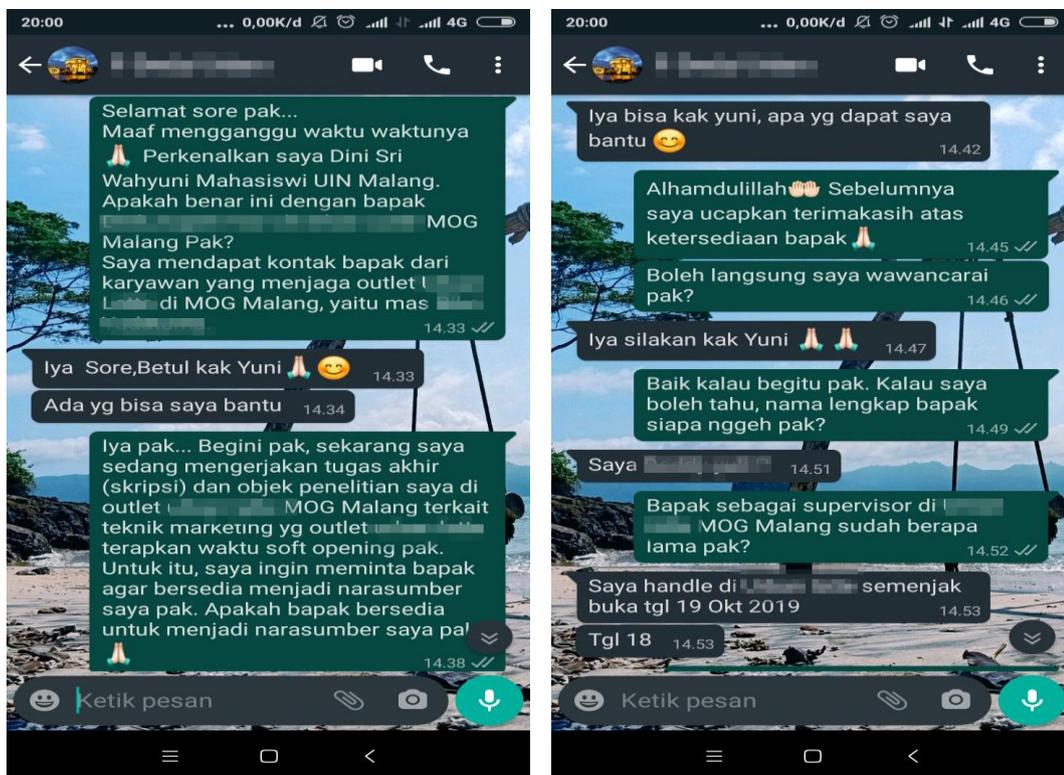
Lampiran 6 : Foto bukti bahwa mereka benar menjadi *mystery shopper*

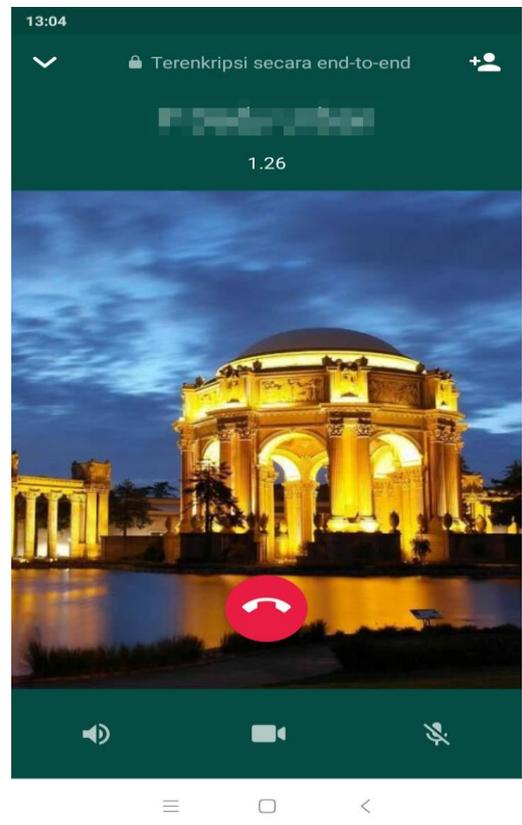


Lampiran 7 : Foto *mystery shopper* bertemu dengan koordinator



Lampiran 8 : Foto wawancara online dengan *supervisor Outlet Minuman X Mall Olympic Garden Malang.*





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Dini Sri Wahyuni	
Tempat, Tanggal Lahir	: Riau, 15 Juli 1999	
Jenis Kelamin	: Perempuan	
Agama	: Islam	
Umur	: 21 Tahun	
Tinggi Badan	: 149 cm	
Berat Badan	: 48	
Alamat	: Kumu Baru, RT/004, RW/002, Desa Rambah, Kecamatan Rambah Hilir, Kabupaten Rokan Hulu, Riau.	
Domisili	: Jl. Raya Candi, VI. C, Sukun, Karang Besuki, Kota Malang (Ponpes Sabilurrosyad Gasek).	
Status	: Belum Kawin	
No Handphone	: 082231077470	
E-mail	: dinisriw217@gmail.com	

RIWAYAT PENDIDIKAN

Sekolah Dasar	: SDN 020 Rambah Hilir, Riau
SMP	: MTsN 1 Rambah, Riau
SMA	: MAN 1 Rokan Hulu, Riau

Perguruan Tinggi : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

KEMAMPUAN

Informasi Teknologi : Microsoft Word, Excel dan Power Point

Bahasa : Bahasa Indonesia (Aktif), English (Pasif), Arab
(Pasif)

Seni : Kaligrafi dan Membuat Kerajinan Tangan

Public Speaking : Pidato dan MC

PENGALAMAN

Fresh Graduate