ATTANMIYAH : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
ISSN 2579-789 (online), https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index
Vol. 2, No. 1 (Januari 2023)

JUAL BELI DENGAN MENGGUNAKAN SISTEM *DROPSHIPPING* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Alfi Amalia
Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam (STEBI) Al-Ulum Terpadu Medan

Abstract

Buying and selling is a legalized transcend in Islam. However, the implementation must be in accordance with the rules applicable in sharia. So that the realization of good and perfect sale and purchase transactions in accordance with the teachings of Islam. With the technological sophistication of today, causing a shift in the system of buying and selling in the community, one of which is not require that the seller owns and knows the state of the goods to be sold. The sale and purchase system is called dropshipping system. This research uses literature study approach using qualitative descriptive method. The results of this study indicate that the transaction dropshipping model after reviewing from the side of harmonious and the terms of sale and purchase of Islam, has met the pillars of the contract in sharia. While On the ownership of goods in the practice of selling and selling dropshipping has two opinions, namely: 1. Prohibited, that the goods have not been fully owned by the seller because the goods are still in the hands of the owner (supplier). 2. It is permitted, even though the seller has no stock of goods to sell, provided the seller obtains the consent of the owner of the goods and may hold or present the goods to be traded, as the seller in the dropshipping model transaction is principally a representative for the owner.

Keywords: Buy and Sell, Dropshipping System, Islamic Economic Perspective

Artikel Info

Received:
January 3, 2023
Revised:
January 10, 2023
Accepted:
January 17, 2023
Published:
January 24, 2023

Abstrak

Jual beli merupakan transkasi yang dihalalkan dalam Islam. Akan tetapi pelaksanaannya haruslah sesuai dengan aturan yang berlaku dalam syariah. Sehingga terwujudlah transaksi jual beli yang baik dan sempurna sesuai dengan

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

ATTANMIYAH : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
ISSN 2579-789 (online), https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index
Vol. 2, No. 1 (Januari 2023)

ajaran Islam. Dengan kecanggihan teknologi zaman sekarang ini, menyebabkan terjadinya pergeseran dalam sistem jual beli di masyarakat, salah satunya adalah tidak mengharuskannya penjual memiliki dan mengetahui keadaan barang yang akan dijual. Sistem jual beli tersebut disebut dengan sistem *dropshipping*. Penelitian ini menmggunakan pendekatan studi literature pustaka dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Transaksi model *dropshipping* setelah dikaji dari sisi rukun dan syarat jual beli Islam, telah memenuhi rukun akad dalam syariah. Sedangkan Pada sisi kepemilikan atas objek barang dalam praktik jual beli *dropshipping* memiliki dua pendapat, yaitu:1.Dilarang, bahwa barang belum sepenuhnya milik penjual dikarenakan barangnya masih ditangan pemiliknya (supplier). 2. Diperbolehkan, meskipun penjual tidak memiliki stok barang yang akan dijual, dengan catatan penjual mendapatkan izin dari pemilik barang dan dapat mengadakan atau menghadirkan barang yang akan diperjualbelikan, karena penjual dalam transaksi model *dropshipping* prinsipnya adalah wakil bagi pemiliknya.

Kata Kunci: Jual Beli, Sistem Dropshipping, Perspektif Ekonomi Islam

A. Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk yang memiliki banyak sekali kebutuhan di dalam kehidupannya, untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut salah satunya adalah dengan cara jual beli. Jual beli adalah transaksi yang dihalalkan dalam Islam. Pada masa terdahulu, jual beli dilakukan dengan cara yang masih manual, yaitu dengan bertemunya antara penjual dan pembeli dan melakukan transaksi sehingga apapun yang dibutuhkan oleh pembeli dapat terpenuhi.

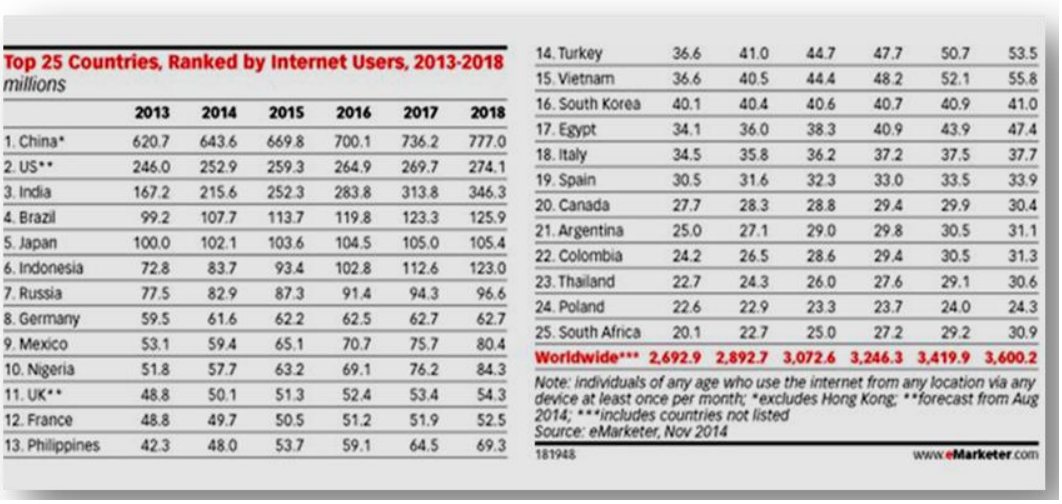
Sistem jual beli yang dilakukan oleh masyarakat dahulu sangat berbeda dengan jual beli yang dilakukan oleh masyarakat pada masa sekarang ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Masyarakat pada masa terdahulu harus bersusah payah untuk mendatangi pasar atau tempat-tempat terjadinya transaksi jual beli terlebih dulu untuk membeli sesuatu yang dibutuhkannya, namun pada masa sekarang masyarakat dapat dengan sangat mudah untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan tanpa harus pergi ke pasar atau tempat terjadinya transaksi.

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

ATTANMIYAH : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
ISSN 2579-789 (online), https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index
Vol. 2, No. 1 (Januari 2023)

Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang terjadi, salah satunya adalah perkembangan teknologi yang sangat maju. Perkembangan teknologi yang tergolong sangat cepat ini ditandai dengan hadirnya internet dalam kehidupan sehari-hari yang manfaatnya sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Internet merupakan sebuah jaringan yang digunakan oleh manusia untuk melakukan kegiatan interaksi sosialnya, saling berkomunikasi, bahkan juga digunakan untuk membantu kegiatan berniaga dengan berbagai masyarakat dunia yang sangat cepat, mudah, dan murah.

Sehingga teknologi ini menjadi sangat populer dan cepat sekali perkembangannya. Boleh dikatakan saat ini Internet sudah tidak menjadi istilah yang asing lagi ditelinga. Suatu Informasi yang dikirimkan lewat Internet dapat berupa Teks, gambar maupun multimedia sehingga Internet juga dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan Produk-produknya dengan cepat dan mudah (PujiHastanti, 2013).



Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018
millions

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide* **	**2,692.9**	**2,892.7**	**3,072.6**	**3,246.3**	**3,419.9**	**3,600.2**

*Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed*
Source: eMarketer, Nov 2014
181948 www.eMarketer.com

Gambar 1. Ranking Pengguna Internet Tahun 2013-2018

Dari tabel data di atas, menurut lembaga riset pasar e-Marketer, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 83,7 juta orang pada tahun 2014. Jumlah setiap orang yang mengakses internet paling sedikit satu kali dalam setiap bulannya itu telah menjadikan Indonesia berada pada posisi peringkat ke-6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Pada tahun 2017, eMarketer

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

memperkirakan bahwa pemakai internet Indonesia akan mencapai sekitar 112 juta orang, hal ini akan mengalahkan negara Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di dunia diperkirakan akan mencapat sekitar 3 miliar orang pada tahun 2016. Dan pada tahun 2016, akan diperkirakan mencapai 3,6 miliar manusia bumi akan mengakses internet setidaknya sekali tiap bulan (PujiHastanti, 2013).

Hadirnya teknologi internet dapat dijadikan sebagai sarana informasi yang sangat efektif dan juga efisien yang dapat diakses oleh siapa saja dan dari berbagai kalangan. Tidak hanya untuk didunia pendidikan, hiburan, dan juga informasi saja, penggunaan internet juga dapat dirasakan dalam perkembangan dunia bisnis. Dengan hadirnya Internet sebagai salah satu media yang perkembangannya sangat pesat, dunia bisnis juga ikut merasakan dampaknya. Kemunculan internet telah menggeser dunia bisnis yang dilakukan secara *offline*.

Pada era penggunaan internet saat ini, telah menumbuhkan secara pesat bisnis-bisnis yang dilakukan secara online. Bisnis secara online ini dinilai telah memberikan kenyamanan kepada para konsumen maupun kepada para pedagang dalam transaksi yang dibangun di dunia maya yang disebut dengan online shop (*e-commerce*), hal ini dikarenakan lebih mudah mendapatkan barang yang diinginkan dan juga sangat mudah memperluas jangkauan target pasar. Jual beli atau perdagangan menggunakan media internet yang disebut electronic commerce (e-commerce) kini sudah tidak asing lagi dalam dunia bisnis di negara-negara berkembang maupun maju termasuk di Indonesia (Dewi, 2005). Perdagangan online atau bisnis online ini dapat dilakukan hanya dari rumah atau dari kantorsaja tanpa harus saling bertatap muka antara penjual dan pembelinya. Calon pembeli dapat melihat produk-produk yang diinginkan melalui layar komputer atau handphone saja, kemudian mengakses informasinya, dan cukup dengan melakukan pembayaran melalui rekening, bahkan internet banking atau sesuai dengan pilihan pembayaran yang tersedia.

Pesatnya perkembangan *e-commerce* beberapa tahun belakangan ini membuat *e-commerce* menjadi prospek

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

bisnis yang besar dalam dunia perdagangan. Menurut riset yang dilakukan A.T Kearney, dengan jumlah penduduk yang hampir lebih dari 240 juta jiwa, pasar *e-commerce* Indonesia pada tahun 2013 mencapai USD 1,3 miliar. Indonesia merupakan pasar potensial bagi bisnis *e-commerce*, tercatat pengguna internet di Indonesia mencapai 39 juta dimana sekitar 5 juta atau 12 % diantaranya menggunakan internet sebagai sarana bertransaksi. Asia masih menjadi pasar yang menjanjikan bagi pertumbuhan *e-commerce*, terutama Cina dan negara ASEAN. Diprediksi pertumbuhan *e-commerce* di ASEAN dari tahun 2013 hingga 2017 mencapai 25%, hasil ini masih jauh berada diatas pertumbuhan pasar di Amerika Serikat yang hanya 11 % dan negara Uni Eropa yang hanya 10% (Kemendag, 2017).

Data dari lembaga riset ICD memprediksi bahwa pasar *e-commerce* di Indonesia akan tumbuh 42% dari tahun 2012 hingga 2015. Angka ini lebih tinggi jika dibandingkan negara lain seperti Malaysia (14%), Thailand (22%), dan Filipina (28%). Diprediksikan penjualan online di Indonesia akan selalu meningkat tiap tahunnya (Startupbisnis.com).

Dalam praktik bisnis online tersebut, ada beberapa kendala yang dapat terjadi, diantaranya adalah penyediaan barang-barang yang harus dijual menjadi kendala utama yang dialami bagi para penjual. Ketersediaan barang-barang ini jelas membutuhkan modal. Modal yang cukup besar inilah yang terkadang menjadi masalah cukup serius bagi pebisnis dengan modal kecil. Penyediaan stok barang ini juga dapat memberikan keuntungan yang sangat kecil bagi para pebisnis online. Karena dalam menjalankan bisnis online membutuhkan biaya kirim yang dibayarkan kepada supplier sebelum penjual mengirimkan lagi kepada konsumen. Pemecahan masalah untuk mengatasi hal tesebut, pada saat ini telah muncul sistem perdagangan online yang disebut dengan sistem *dropshipping.*

Dropshipping adalah suatu usaha penjualan produk tanpa harus memiliki produk apapun (Iswidharmanjaya, 2012). Dengan kata lain *Dropshipping* adalah penjualan produk yang memungkinkan penjual menjualkan produknya kepada pelangggan, dimana dalam proses penjualan produk, penjual tidak harus menyediakan stok produk melainkan

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

hanya menjual produk dengan menggunakan modal gambar produk dari supplier saja. Penjual hanya berperan aktif untuk mencari konsumen saja dan mempromosikan produk dari supplier. Dan seorang dropship atau pemilik toko online tidak pernah mengetahui, menyimpan, dan menelaah barang yang akan dikirim ke konsumen karenabarang langsung dikirim oleh pihak dropshipper atas nama dropship (toko online). Kemudian konsumen yang membeli dari dropship (toko online) tidak perlu tahu keberadaan dan siapa suppliersesungguhnya (Sulianta, 2014).

Sistem *dropshipping* ini prosesnya bisa dilakukan dengan cara*offline*maupun dengan cara online. Namun, penjual lebih banyak menjalankannya dengan cara*online*, karena dinilai lebih mudah, efektif, dan juga lebih dapat mendatangkan konsumen dari berbagai belahan dunia. Para penjual tidak perlu menyediakan barang dalam bentuk fisik, mereka cukup mempromosikan produk dengan cara memposting produk menggunakan sarana media sosial yang mereka miliki. Baik itu melalui blog pribadi, facebook, twitter, instagram, toko online, maupun melalui aplikasi messenger seperti BBM, Line, Wechat, Whatsapp dan sebagainya. Setelah melakukan promosi, jika ada konsumen yang tertarik dengan produk yang ditawarkan, kemudian transaksi dapat dilanjutkan. Setelah terjadinya proses pembayaran yang dilakukan oleh konsumen, selanjutnya penjual kemudian meneruskan transaksi tersebut kepada supplier, yang selanjutnya proses pengiriman barang kepada konsumen diambil alih oleh supplier dengan nama pengiriman adalah nama penjual, tanpa harus dilakukan lagi oleh penjual.

Sistem jual beli secara *dropshipping* ini semakin meningkat, hal ini dikarenakan semakin banyaknya jumlah pemakai internet dan juga pengguna *smartphone* di dunia. Hal ini menjadikan aktifitas usaha sampingan menjadi sangat meningkat disamping tidak mengganggu aktifitas lain dalam proses menjalankannya.

Sistem jual beli *dropshipping* ini mendorong para peminat bisnis untuk melakukannya sebagai pekerjaan sampingan karena dalam memulai bisnis dengan sistem *dropshipping* ini tidak memerlukan modal awal atau modal kecil untuk melakukan pembelian barang,

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

dengan demikian dapat meminimalkan jumlah modal, dan dapat meminimalisir resiko kerugian,dan menghemat waktu, Barang yang dibeli konsumen dikirim langsung oleh supplier sehingga Anda tak perlu menyiapkan gudang penyimpanan barang, sehingga menjadi salah satu alternatif pekerjaan sampingan yang mudah dan efektif (Wahana, 2013).

Jual beli sistem *dropshipping* dalam bisnis online merupakan sebuah bisnis menjanjikan dalam mendatangkan jutaan rupiah ke rekening pelaku bisnis, akan tetapi jual beli ini, nama baik menjadi taruhan, karena konsumen bisa melakukan *over complain* atas produk barang yang dijual tidak bersifat *ready stock*. Mengingat barang yang dijual tidak secara langsung penjual kirim sendiri, maka bisa saja saat konsumen atau pembeli melakukan komplain karena ada cacat atau kerusakan barang yang diterima pembeli, anda sebagai penjual akan mengalami kesulitan tersendiri dan nama baik sebagai penjual menjadi jelek dengan komplain tersebut.

Kemudahan dalam menjalankan bisnis online dengan sistem *dropshipping* yang tidak memerlukan proses penyetokan barang ini tidaklah diterima oleh semua kalangan masyarakat. Ada pro dan kontra yang terjadi khususnya diantara para ulama. Pro dan kontra yang terjadi tersebut terkait dengan hukum syariat diperbolehkannya proses jual beli dengan sistem *dropshipping*. Sebagian ulama memperbolehkan dilakukannya model jual beli *dropshipping*, tetapi ada sebagian ulama yang menganggap hal tersebit tidak diperbolehkan. Menurut Sarwat,sebagian mengatakan haram dengan berbagai dalil dan alasan dan sebagian mengatakan halal dengan berbagai syarat. Jual beli dropship ini tidak melanggar ketentuan syariah walaupun sebagai penjual belum memiliki barang, dan modal sebagai penjual (Sarwat, 2013).

Menurut prinsip syari'at dalam pemiagaan yaitu : Kejujuran, Jangan menjual barang yang tidak anda miliki, hindari riba dan berbagai celahnya. Sistem *dropshipping*, pada praktiknya, bisa melanggar ketiga atau salah satu prinsip tersebut sehingga keluar dari aturan syari'at alias haram (Badri, 2015). Menurut Khulwah (2013) kepemilikan barang dalam jual beli menjadi hal yang mutlak harus terpenuhi, karena barang yang diperjual belikan harus termasuk

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

dalam barang yang dimiliki secara penuh oleh penjual. Jika dalam transaksi jual beli barang tidak dimiliki secara penuh maka barang tersebut tidak dapat dijual. Tetapi bagaimana dengan jual beli *dropshipping* yang memberikan kemudahan menjual dengan tidak memiliki barang, yaitu dengan hanya memiliki gambar produknya barang yang dijual (Khulwah, 2013).

Bisnis online dengan menggunakan model sistem *dropshipping* ini sangat menarik untuk diteliti, dimana setelah melihat penjabaran di atas, diketahui kepemilikan barang yang akan dijual oleh penjual tidak perlu dilihat secara fisik kondisinya, dan dengan pertimbangan mengenai manfaat dan mudharat dari model trasaksi ini, sistem dropship dapat dinilai tidak memenuhi syarat dan rukun jual beli secara syariah. Maka penulis tertarik untuk meneliti tentang rukun dan syarat jual beli dengan sistem *dropshipping* sesuai ketentuan islam dengan judul penelitian" Jual Beli Dengan Menggunakan Sistem *Dropshipping* dalam Perspektif Ekonomi Islam.

B. Hasil dan Pembahasan

1. Jual Beli

a. Definisi Jual Beli

Secara etimologi jual beli adalah proses tukar menukar antara barang dengan barang (Syafei, 2006). Secara terminologi terdapat beberapa pengertian dari jual beli diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Menurut Hanafi, jual beli adalah tukar menukar barang atau harta dengan barang atau harta milik orang lain yang dilakukan dengan cara tertentu. Atau tukar menukar barang yang bernilai dengan semacamnya dengan cara yang sah yakni Ijab Qabul.
2) Menurut Imam Nawawi, jual beli adalah tukar menukar barang dengan barang yang bertujuan memberi kepemilikan (Asy-Syarnini).
3) Menurut Ibnu Qudamah, jual beli adalah tukar menukar barang dengan barang dengan barang yang bertujuan memberi kepemilikan dan menerima hak milik (Az-Zuhaily, 2011).
4) Menurut Sabiq (2004), Jual beli adalah pertukaran harta tertentu dengan harta lain berdasarkan keridhaan antara keduanya. Atau memindahkan hak milik dengan hak

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

lain berdasarkan persetujuan dan hitungan materi (Sabiq, 2004).

b. Dasar Hukum

Jual beli merupakan akad yang dibolehkan berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah, dan Ijma' ulama. Dilihat dari aspek hukum jual beli hukumnya mubah kecuali jual beli yang dilarang oleh syara', adapun dasar hukum dari Al-Qur'an antara lain : Artinya: "Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."(QS.Al-baqarah [2]: 275) (Alquranul Karim).

Artinya: "Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi memudharatkan yang bermuamalah (dan jangan juga yang bermuamalah memudharatkan para saksi dan penulis). Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada diri kamu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu."(QS.Albaqarah [2]:282).

Maksud dari ayat di atas adalah orang-orang yang mengambil riba atau tambahan dengan uang atau bahan makanan baik itu mengambil tambahan dengan jumlahnya atau mengenai waktunya untuk jual beli secara kredit, maka akan dibangkitkan dari kubur dengan keadaan buruk tetapi jika mereka bisa menghentikan memakan riba, maka allah akan menghalalkan jual belinya. Sedangkan, dasar hukum dari sunnah antara lain :

Artinya; *Nabi menjawab : usaha seorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur*." (diriwayatkan oleh Al-Bazzar dan dishahihkan oleh Al-Hakim).

Dalam hadis tersebut dikatakan bahwa usaha yang baik hasilnya adalah jual beli, karena dalam berdagang, manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Yaitu berdagang dengan cara jujur, tidak menipu, dan berbohong.

c. Hukum Jual Beli

Hukum jual beli berdasarkan Al-Quran, Sunnah, dan Ijma' ulama. Dalil Alquran, Allah berfirman :

"*Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba"* (Al-baqarah : 278).

Berdasarkan Ijma' Ulama, Jual beli dibolehkan dan telah dipraktekkan sejak masa Rasulullah hingga sekarang (Sabiq, 2008).

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

d. Rukun Jual Beli

Menurut jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat, yaitu : (Al-Zuhayli, 2005)

1) Ada orang yang berakad (penjual dan pembeli).
2) Ada sighat (lafal ijab qabul).
3) Ada barang yang dibeli (ma'qud alaih)
4) Ada nilai tukar pengganti barang.

e. Syarat-Syarat Jual Beli

Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan jumhur ulama diatas sebagai berikut :

1) **Syarat-syarat orang yang berakad**

Para ulama fiqh sepakat bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus memenuhi syarat, yaitu :

a) Berakal sehat. Dan dapat membedakan. Oleh sebab itu jual beli orang gila, orang mabuk, anak kecil yang belum *mumayyiz* tidak sah.
b) Orang yang berakad harus cakap dalam bertindak hokum (Mas'adi, 2003).

2) **Syarat yang terkait dalam ijab qabul**

a) Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal.
b) Qabul sesuai dengan ijab. Apabila antara ijab dan qabul tidak sesuai maka jual beli tidak sah.
c) Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majelis. Maksudnya kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir dan membicarakan topic yang sama (Ibid).

3) **Syarat-syarat barang yang diperjualbelikan**

Syarat-syarat yang terkait dengan barang yang diperjualbelikan sebagai berikut

a) Suci, dalam islam tidak sah melakukan transaksi jual beli barang najis, seperti bangkai, babi, anjing, dan sebagainya.
b) Barang yang diperjualbelikan merupakan milik sendiri atau diberi kuasa orang lain yang memilikinya.
c) Barang yang diperjualbelikan ada manfaatnya. Contoh barang yang tidak bermanfaat adalah lalat, nyamauk, dan sebagainya. Barang-barang seperti ini tidak sah

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

diperjualbelikan. Akan tetapi, jika dikemudian hari barang ini bermanfaat akibat perkembangan tekhnologi atau yang lainnya, maka barang-barang itu sah diperjualbelikan.

d) Barang yang diperjualbelikan jelas dan dapat dikuasai.
e) Barang yang diperjualbelikan dapat diketahui kadarnya, jenisnya, sifat, dan harganya.
f) Boleh diserahkan saat akad berlangsung (Djunaedi, 2008).

4) **Syarat-syarat nilai tukar (harga barang)**

Nilai tukar barang yang dijull (untuk zaman sekarang adalah uang) tukar ini para ulama fiqh membedakan *al-tsaman* dengan *al-si'r*. Menurut mereka, *al-tsaman* adalah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat secara actual, sedangkan *al-si'r* adalah modal barang yang seharusnya diterima para pedagang sebelum dijual ke konsumen (pemakai).Dengan demikian, harga barang itu ada dua, yaitu harga antar pedagang dan harga antar pedagang dan konsumen (harga dipasar).

Syarat-syarat nilai tukar (harga barang) yaitu :

1) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
2) Boleh diserahkan pada waktu akad, sekalipun secara hukumseperti pembayaran dengan cek dan kartu kredit. Apabila harga barang itu dibayar kemudian (berutang) maka pembayarannya harus jelas.
3) Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan oleh syara', seperti babi, dan khamar, karena kedua jenis benda ini tidak bernilai menurut syara' (Ihsan, 2008).

f. Macam-Macam Jual Beli

Jual beli dapat ditinjau dari berbragai segi, yaitu:

1) Ditinjau dari segi bendanya dapat dibedakan menjadi:

a) Jual beli benda yang kelihatan, yaitu jual beli yang pada waktu akad, barangnya ada di hadapan penjual dan pembeli.
b) Jual beli salam, atau bisa juga disebut dengan pesanan. Dalam jual beli ini

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

harus disebutkan sifat-sifat barang dan harga harus dipegang ditempat akad berlangsung.

c) Jual beli benda yang tidak ada, Jual beli seperti ini tidak diperbolehkan dalam agama Islam.

2) Ditinjau dari segi pelaku atau subjek jual beli:

a) Dengan lisan, akad yang dilakukan dengan lisan atau perkataan. Bagi orang bisu dapat diganti dengan isyarat.

b) Dengan perantara, misalnya dengan tulisan atau surat menyurat. Jual beli ini dilakukan oleh penjual dan pembeli, tidak dalam satu majlis akad, dan ini dibolehkan menurut syarat'.

c) Jual beli dengan perbuatan, yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa ijab qabul. Misalnya seseorang mengambil mie instan yang sudah bertuliskan label harganya. Menurut sebagian ulama syafiiyah hal ini dilarang karena ijab qabul adalah rukun dan syarat jual beli, namun sebagian syafiiyah lainnya seperti Imam Nawawi membolehkannya.

3) Dinjau dari segi hukumnya

Jual beli dinyatakan sah atau tidak sah bergantung pada pemenuhan syarat dan rukun jual beli yang telah dijelaskan di atas. Dari sudut pandang ini, jumhur ulama membaginya menjadi dua, yaitu:

a) *Shahih*, yaitu jual beli yang memenuhi syarat dan rukunnya.

b) *Ghairu Shahih*, yaitu jual beli yang tidak memenuhi salah satu syarat dan rukunnya.

Sedangkan fuqaha atau ulama Hanafiyah membedakan jual beli menjadi tiga, yaitu:

a) Shahih, yaitu jual beli yang memenuhi syarat dan rukunnya

b) Bathil, adalah jual beli yang tidak memenuhi rukun dan syarat jual beli, dan ini tidak diperkenankan oleh syara'. Misalnya:

i. Jual beli atas barang yang tidak ada (bai' al-ma'dum), seperti jual beli janin di dalam perut ibu dan jual beli buah yang tidak tampak.

ii. Jual beli barang yang zatnya haram dan najis, seperti babi, bangkai dan khamar.

iii. Jual beli bersyarat, yaitu jual beli yang ijab kabulnya dikaitkan dengan syarat-syarat tertentu yang

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

tidak ada kaitannya dengan jual beli.

iv. Jual beli yang menimbulkan kemudharatan, seperti jual beli patung, salib atau buku-buku bacaan porno.

v. Segala bentuk jual beli yang mengakibatkan penganiayaan hukumnya haram, seperti menjual anak binatang yang masih bergantung pada induknya (Marufah, 2014).

c) *Fasid* yaitu jual beli yang secara prinsip tidak bertentangan dengan syara' namun terdapat sifat-sifat tertentu yang menghalangi keabsahannya. Misalnya:

i. jual beli barang yang wujudnya ada, namun tidak dihadirkan ketika berlangsungnya akad.

ii. Jual beli dengan menghadang dagangan di luar kota atau pasar, yaitu menguasai barang sebelum sampai ke pasar agar dapat membelinya dengan harga murah

iii. Membeli barang dengan memborong untuk ditimbun, kemudian akan dijual ketika harga naik karena kelangkaan barang tersebut.

iv. Jual beli barang rampasan atau curian.

v. Menawar barang yang sedang ditawar orang lain (Ibid).

2. E-Commerce

a. Definisi E-Commerce

Definisi E-Commerce dapat ditinjau dari beberapa perspektf yaitu: (Suyanto 2003)

1) Dari segi komunikasi

E-Commerce adalah pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan computer atau melalui peralatan elektronik lainnya.

2) Dari segi bisnis

E-Commerce adalah aplikasi dari teknologi yang menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.

3) Dari segi layanan

E-Commerce merupakan suatu alat untuk memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen untuk memangkas biaya (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.

4) Dari segi online

E-commerce menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

barang ataupun informasi melalui internet dan sarana online lainnya.

b. Penggolongan E-Commerce

Penggolongan e-commerce yang lazim dilakukan orang ialah berdasarkan sifat transaksinya. Menurut Suyanto (2003:45) tipe-tipe berikut segera bisa dibedakan:

1) Business to business (B2B), adalah model e-commerce dimana pelaku bisnisnya adalah perusahaan, sehingga proses transaksi dan interaksinya adalah antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Contoh model ecommerce ini adalah beberapa situs e-banking yang melayani transaksi antar perusahaan.
2) Business to Consumer (B2C), adalah model e-commerce dimana pelaku bisnisnya melibatkan langsung antara penjual (penyedia jasa e-commerce) dengan individual buyers atau pembeli. Contoh model ecommerce ini adalah airasia.com.
3) Consumer to Consumer (C2C), adalah model e-commerce dimana perorangan atau individu sebagai penjual berinteraksi dan bertransaksi langsung dengan individu lain sebagai pembeli. Konsep e-commerce jenis ini banyak digunakan dalam situs online auction atau lelang secara online. Contoh portal e-commerce yang menerapkan konsep C2C adalah e-bay.com.
4) Consumer to Business (C2B), adalah model e-commerce dimana pelaku bisnis perorangan atau individual melakukan transaksi atau interaksi dengan suatu atau beberapa perusahaan. Jenis e-commerce seperti ini sangat jarang dilakukan di Indonesia. Contoh portal e-commerce yang menerapkan model bisnis seperti ini adalah priceline.com.

c. Keuntungan dan Kerugian E-Commerce

1) Bagi Pembeli

a) Keuntungan

- Lebih cepat dan nyaman dalam pembelian
- Pilihan produk / layanan terus ditingkatkan.
- Memiliki akses yang lebih banyak terhadap informasi.

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

- Dapat melakukan umpan balik terhadap supplier, vendor, dan biro iklan.
- Metode pembelian yang lebih mudah/cepat.
- Meningkatkan tingkat ketersediaan pelayanan konsumen.
- Meningkatkan kepercayaan

b) Kerugian

- Masalah keamanan
- Pembeli tidak semuanya mempergunakan teknologi yang sama
- Masalah hukum/aspek legal
- Bukan pengalaman berbelaja di dunia nyata
- Tidak semua orang memiliki akses terhadap internet
- Konsumen takut terhadap penjual yangbelum diketahui/dikenal.
- Akses bukan hal yang mudah bagi pemula.

2) Bagi Penjual

a. Keuntungan

- Manajemen informasi/komunikasi yang lebih baik.
- Peningkatan level layanan dapat tersedia.
- Kemampuan untuk menyediakan layanan konsumen yang lebih baik.
- Meningkatkan daya saing.
- Mengurangi biaya/meningkatkan pendapatan..
- Sedikit hambatan dalam penerapan metode penjualan.
- Semua perusahaan dapat berkompetisi pada level yang sama.
- Kemampuan untuk membangun investasi infrastruktur informasi.
- Dapat memperbaiki manajemen logistik.
- Dapat memperbaiki image perusahaan.
- Cara yang lebih murah untuk mencari partner bisnis.
- Lebih banyak tersedia informasi elektronik.
- Dapat memperbaiki akses informasi mengenai transaksi yang terjadi.
- Cara langsung yang lebih banyak untuk pembelian.
- Kemampuan untuk melewati hambatan global dalam marketing.
- Memperoleh pengetahuan melalui diskusi di internet.
- Biaya stock dan produksi dapat dipotong melalui penawaran yang kompetitif.
- Kemampuan untuk mengidentifikasi pasar produk baru.

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

ATTANMIYAH : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
ISSN 2579-789 (online), https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index
Vol. 2, No. 1 (Januari 2023)

- Mendukung hubungan melalui berbagi informasi secara real-time.
- Akselerasi terhadap proses bisnis**.**
- Mudah dalam memperbarui katalog online.
- Meningkatkan efisiensi transaksi.

3) Perkembangan E-Commerce

a. Definisi *Dropshipping*

Dropshipping adalah metode berdagang, bisa dilakukan oleh badan usaha atau perorangan (retail atau pengeceran) tidak melakukan penyetokan barang dari jalinan kerja sama dengan perusahaan lain yang memiliki barang sesungguhnya (supplier) (Sulianta, 2014).

Gambar 2. Skema Reseller Dropship

Keterangan:

1. Penjual menawarkan produk yang ditawarkan oleh supplier melalui media sosial, website, toko online, Mesenger, dan sebagainya.
2. Pembeli yang tertarik untuk membeli produk, akan menghubungi penjual kemudian melakukan transaksi dan pembayaran ke rekening penjual.
3. Setelah penjual menerima uang pembayaran produk, selanjutnya penjual menginformasikan kepada supplier untuk mengirimkan barang kepada pembeli. Dan penjual mengirimkan sejumlah uangyang

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

sudah diambil labanya kepada pihak supplier.

4. Selanjutnya Supplier mengirimkan produk kepada pembeli dengan mencantumkan nama penjual sebagai pengirim produk tersebut.

b. Kelebihan dan Kekurangan *Dropshipping*

Kelebihan *Dropshipping*Jika dibanding dengan bisnis-bisnis yang lain, ada banyak keuntungan atau kelebihan dari bisnis *dropshipping*, diantaranya: (Purnomo, 2012)

1) Tidak perlu membeli produk terlebih dahulu, sehingga tidak membutuhkan modal yang besar. Jika sudah ada pembeli yang membayar, penjual tinggal meneruskan uang pembayaran tersebut kepada produsen/grosir(supplier) pada saat memesan produk untuk konsumen anda, setelah anda potong jumlahnya sebagai keuntungan anda tentunya.
2) Tidak perlu menyediakan ruang dan tempat untuk menyimpan barang.
3) Tidak perlu khawatir barang tidak laku atau rusak karena terlalu lama tersimpan.
4) Tidak perlu repot membungkus atau mengkemas barang dan mengirimkan barang ke konsumen. Karena supplier yang melakukannya.
5) Biaya operasional sangat kecil, karena tidak perlu membayar karyawan, mengeluarkan biaya pengemasan atau transportasi dan lainnya. Yang diperlukan hanya biaya pulsa atau biaya akses internet.
6) Tidak perlu memikirkan pembuatan promosi produk, karena pihak penyedia *dropshipping* sudah menyediakan katalog atau photo produk-produknya untuk anda gunakan sebagai sarana promosi.
7) Kerena urusan produksi, packing, dan pengiriman barang dilakukan oleh pihak produsen/grosir, maka bisnis ini tidak banyak menyita banyak waktu
8) Tidak perlu menyewa toko karena bisnis ini bisa dilakukan dirumah.
9) Transaksi. Berhubungan mayoritas produsen/grosir ini memiliki toko

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

online yang buka 24 jam, maka transaksi bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.

10) Potensi penghasilan yang cukup besar karena umunya persentase keuntungan kita yang menetukan sendiri.
11) Untuk memulainya tidak memerlukan persiapan yang rumit,seperti layaknya membuka toko sendiri.

Kekurangan Jual Beli *Dropshipping* Adapun kekurangan dari sistem *dropshipping* antara lain sebagai berikut (Wahana Komputer, 2013)

1) Margin laba yang diperoleh tidak terlalu besar.
2) Adanya resiko kalah bersaing dengan reseller.
3) Kesulitan memantau stok barang.
4) Kesulitan menjawab komplain dari konsumen

c. Analisis Sistem *Dropshipping* dari segi Jual Beli

Transaksi *dropshipping* menurut Feri Sulianta merupakan salah satu metode jual beli secara *online*, di mana badan usaha atau perorangan baik itu toko *online* atau pengecer (*dropsip*) tidak melakukan penyetokkan barang, dan barang didapat dari jalinan kerja sama dengan perusahaan lain yang memiliki barang yang sesungguhnya atau yang disebut *dropshipper*.

Secara istilah *dropshipping* adalah metode jual beli secara *online*, *dropship* adalah istilah bagi toko *online*, dan *dropshipper* adalah perusahaan yang menawarkan barang dagangan untuk dijual yang akan mengirim barang langsung kepada konsumen setelah toko *online* membayar harga barang dan biaya pengiriman (Sulianta, 2014).

Ekonomi syari'ah menurut Abdul Aziz merupakan bagian dari bentuk usaha duniawi yang bernilai ibadah, juga merupakan suatu amanah, yaitu amanah dalam melaksanakan kewajiban kepada Allah dan kewajiban kepada sesama manusia (Aziz, 2008). *Bai' as-salam* menurut Yazid Afandi merupakan akad pesanan atau jual beli pesanan dengan pembayaran di depan atau terlebih dahulu, dan barangnya diserahkan kemudian hari. Tetapi ciri-ciri barang tersebut haruslah jelas penyifatannya serta jelas kuantitas, kualitas, dan waktu penyerahannya (Afandi, 2009).

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

Subyek yang terkait dalam *dropshipping* belum sepenuhnya memenuhi syarat sebagai pihak yang berakad (*'āqid*) dalam *bai' as-salam*, khususnya salam paralel. Karena terdapat hal yang berbeda dalam mekanisme alur *salam*paralel, yaitu pihak *dropship* belum menguasai penuh barang yang dijual secara *salam* kepada pembeli atau konsumen. Artinya penjual atau *dropship* tidak mempunyai hak penuh terhadap barang yang diakadkan sekaligus tidak mempunyai *wilayah* (kekuasaan) dalam jual beli, dengan alasan barang tidak pernah berada di tangan *dropship*.

Kemudian dari segi obyek atau barang dalam *dropshipping* pada dasarnya sudah memiliki kesesuaian dengan *bai' as-salam* seperti jelas cirinya, macamnya, dapat diakui sebagai utang, dapat diidentifikasi secara jelas,penyerahan obyek atau barang dikemudian hari, adanya tempat penyerahan barang, dan penjualan barang sebelum diterima.

Modal *dropshipping* sama dengan modal dalam *bai' as-salam*. Meskipun terkadang modal diserahkan kepada *dropship* melalui transfer antar rekening bank. Namun hal itu bukan menjadi faktor ketidaksesuaian dengan akad *salam*, karena *dropshipping* terjadi pada masa modern di mana kecanggihan teknologi sudah berkembang dan perlu dimanfaatkan. Sedangkan pembayaran dilakukan pada saat kontrak dengan disepakati kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli.

Pembayaran pun secara tunai dan lunas namun melalui transfer antar rekening bank. Kemudian pernyataan *ījāb* dan *qabūl* atau kesepakatan dapat dilakukan dengan berbagai cara dan melalui berbagai media. Namun, yang terpenting adalah subtansi *ījāb* dan *qabūl* tersebut dapat dipahami maksudnya oleh pihak yang berakad, sehingga dapat diartikan sebagai kerelaan kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi.

Dalam *dropshipping* kedua pihak yakni penjual dan pembeli secara fisik memang tidak bertemu dalam satu tempat. Namun, mereka bertemu dalam dunia maya dengan cara berkomunikasi atau bertukar tulisan berupa pesan secara langsung karena adanya jarak diantara mereka.

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

d. Analisa Hal-Hal yang Dilarang dalam *Dropshipping*

Sistem jual beli *dropshipping* dilarang apabila dalam sistem jual beli ini terjadi penipuan dan dalam transaksi pemesanan barang yang dipesan oleh pembeli tidak sesuai dengan barang yang telah diterima oleh pembeli dan penjual melepas klaim atas konsumen. Dalam sub bab ini penulis akan menjabarkan beberapa yang dilarang dalam proses *dropshipping* menurut Islam, dalam transaksi jual beli model *dropshipping* yang harus dihindari yaitu penipuan, ketidakjelasan barang dan harga dan melepas klaim konsumen. Sistem *dropshipping* pada praktiknya bisa melanggar prinsip tersebut, sehingga keluar dari aturan syariat. Kejujuran merupakan kunci utama keberhasilan dan kelanggengan suatu bisnis (termasuk dalam promosi dan iklan). Promosi dan iklan yang mengandung kebohongan merupakan salah satu bentuk ketidakjujuran yang akan merugikan pebisnis dan produknya (Purkon, 2015).

Pada semua transaksi perniagaan, kejujuran sangat penting salah satu dalam perniagaan jual beli *dropshipping*, hal ini untuk menumbuhkan dan menjaga kepercayaan antara kedua belah pihak terutama para konsumen. Hal yang menjadi kekhawatiran penjual dan pembeli dalam model *dropshipping*, jika pembeli melakukan pembelian atau pemesanan, tidak melakukan pembayaran atau tidak melunasi sisa pembayarannya. Penjualan online harus menampilkan secara utuh penampilan dan spesifikasi dari barang yang dijual. Oleh sebab itu dalam situs jual beli, penampilan dari suatu produk yang dijual dapat dilihat dari berbagai sisi. Begitu pula yang harus dilakukan pada penjualan online berbasis media sosial, penjual harus menampilkan fisik dari produk tersebut dari berbagai macam sisi.

Bahkan jika perlu penjual perlu menampilkan video dari produk yang akan dijual tersebut, terutama cara menggunakan dari produk tersebut, sehingga calon pembeli dapat menilai kualitas dari barang yang ditawarkan tersebut. Tujuan dari penjual menampilkan gambar dari berbagai macam sisi ataupun video adalah untuk meminimalkan timbulnya permasalahan akibat perbedaan kualitas antara iklan yang ditampilkan dengan realitas barang yang dijual (Al-arif, 2013). Dalam

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

syari'at perniagaan, Islam mengajarkan kita agar senantiasa membangun perniagaan di atas kejelasan.

Kejelasan dalam harga, barang, dan akad. Sebagaimana Islam juga mensyari'atkan agar kita menjauhkan akad perniagaan yang kita jalin dari segala hal yang bersifat untung-untungan, atau yang disebut dalam bahasa arab dengan gharar, dikarenakan unsur gharar atau ketidakjelasan status, sangat rentan untuk menimbulkan persengketaan dan permusuhan (Badri, 2009). Kejelasan adalah salah satu hal yang terpenting dalam jual beli melalui internet, kejelasan ini harus ditunjukkan oleh kedua belah pihak (Haryosanne, 2013).

Ketidakjelasan dalam barang yang dijual, baik jenisnya, kualitasnya, atau kadarnya dalam pandangan seorang pembeli, jual beli dalam sistem *dropshipping* dapat dilihat darikarakteristik gambar barang yang di perlihatkan diberbagai media pendukung dan untuk ukuran kualitas gambar produk sangat diperlukan bagi para konsumen. Dalam praktik *dropshipping*, objek barang kadang tidak sesuai dengan hasil pemotretan.

Barang kadang terlihat lebih bagus dengan barang aslinya. Misalnya terjadi penyimpangan warna karena pengambilan gambar yang tidak tepat, skala yang tidak didefinisikan dengan nyata, bahkan layar monitor dapat menyajikan informasi warna yang salah, warna bisa menjadi lebih terang atau lebih redup. Jika terjadi seperti ini sebagai penjual sebaiknya dapat menjelaskan kepada pembeli dengan pernyataan bahwa barang yang diperdagangkan 85%-90% mirip dengan aslinya karena faktor teknis.

Menurut Haryosanne, ada beberapa batasan-batasan dalam melakukan aktivitas akad jual beli dan itu perlu adanya kejelasan dari objek yang akan diperjualbelikan. Kejelasan tersebut paling tidak harus memenuhi empat hal (dalam hal ini merupakan syarat barang yang diakadkan antara lain:

1) *Lawfulness*, produk-produk yang di sediakan dalam jual beli *dropshipping* yaitu barang–barang tersebut halal untuk dipergunakan oleh manusia.
2) Mengenai *existence*, Toko online shop yang serius akan memberikan pelayan yang baik, mulai dari tampilan produk yang dipromosikan

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

dengan menampikan ciri-ciri produk dengan rinci, mencantumkan alamat penjual yang jelas dan kontak yang dapat dihubungi, menyediakan kotak saran dan klaim konsumen dan terdapat tesnimoni dari konsumen sebelumnya.

3) Untuk masalah *delivery*, online shop selama ini dalam hal pengirimanya ada yang tidak tepat pada waktu yang dijanjikan. Sehingga pembeli komplain pada penjual Online shop tetapi ada sebagian penjual Online shop memberikan bukti bahwa penjual Online shop sudah mengirimnya, pembeli disuruh menunggu barang tersebut.
4) Mengenai *price determination*, dalam promosi penjual telah menampilkan semua gambar beserta keterangan produknya. Pada kasus *dropshipping*, penjual bisa menentukan harga sesuai yang diinginkan, terlepas dari harga yang telah disepakati oleh penjual dan supplier/produsen.

Harga atas barang biasanya di cantumkan langsung pada rincian gambar barang. Adanya ketentuan harga yang telah disepakati dengan uang dibayar dimuka terlebih dahulu sebelum menerima barang, tetap menggunakan keuntungan dari selisih harga aslinya.

Dengan kejelasan atas harga jual beli model *dropshipping* ini agar tidak terjadi kekeliruan pada saat pembayaran. Dalam pembayaran, pembeli dapat mengetahui berapa biaya yang harus dibayar dan jangka waktu pengirimannya, dapat diketahui dalam informasi biaya pengiriman, adapun besar kecilnya tergantung banyaknya suatu pesanan barang atau produk dan lokasi tujuan pengiriman. Biaya pengiriman akan menambahkan jumlah pembayaran tergantung banyaknya order dan jarak atau lokasi tujuan.

Biaya pengiriman ditanggungkan pada pembeli. Penambahan biaya pengiriman ini diperbolehkan menurut hukum Islam, karena termasuk dalam unsur jual beli adalah adanya kerelaan baik dari pembeli maupun penjual.Unsur kejelasan harus ada dalam jual beli sebagaimana hukum Islam yang disebutkan dalam hadits:

عن ابى هريرة قال : نهى رسولًلا صلىًلا عليه وسلم عن بيع الحصات, وعن بيع الغر ر....

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

Artinya : "Bersumber dari Abu Hurairah, beliau berkata : Rasulullah SAW melarang jualbeli kerikil (bai'ul hashat) dan jual-beli yang sifatnya tidak jelas bai'ul gharar)".

C. Kesimpulan

Transaksi model *dropshipping* setelah dikaji dari sisi rukun dan syarat jual beli Islam, telah memenuhi rukun akad dalam syariah. Sedangkan Pada sisi kepemilikan atas objek barang dalam praktik jual beli *dropshipping* memiliki dua pendapat, yaitu:

1. Dilarang, bahwa barang belum sepenuhnya milik penjual dikarenakan barangnya masih ditangan pemiliknya (supplier).
2. Diperbolehkan, meskipun penjual tidak memiliki stok barang yang akan dijual, dengan catatan penjual mendapatkan izin dari pemilik barang dan dapat mengadakan atau menghadirkan barang yang akan diperjualbelikan, karena penjual dalam transaksi model *dropshipping* prinsipnya adalah wakil bagi pemiliknya.

Hal-hal yang dilarang dalam proses *dropshipping* yang harus dihindari terutama bagi penjual yaitu:

1. Kecurangan atau penipuan yang dapat mengurangi kepercayaan calon konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian secara online terutama model *dropshipping*.
2. Ketidakjelasan dalam barang dan harga, dalam sistem *dropshipping* kejelasan barang dan harga menjadi hal yang terpenting bagi konsumen untuk menghindari penjual online yang memiliki niat jahat dan kejelasan atas barang dan harga akan memberikan kenyamanan dalam melakukan transaksi.

Daftar Pustaka

Afandi, Muhammad Yazid, *Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syari'ah* (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009)

Al-Arif, M. Nur Rianto. (2013). *Penjualan On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi tidak dipublikasikan, Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.

Alquranul Karim

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

Al-Zuhayli, Wahbah,*al-fiqh al-islami wa adillatuh* (Beirut: Dar al-Fikr , 2005 M)

Asy-Syarbini, Muhammad, "*Mugnil-Muhtaaj, Juz 2*" (Beirut: Daar Al-Fikr, tt)

Aziz, Abdul, *Ekonomi Islam analisis mikro dan Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008),

Az-Zuhaily, Wahbah ,"*Fiqh Islam Wa Adilatuhu*, Juz 5, (Jakarta: Gema Insani, 2011)

Badri, Muhammad Arifin. (2015). *Jual beli sistem dropshipping*. Majalah Furqon. No. 156 Ed. 9 Th ke-14.

Dewi,Gemala.*Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta : Prenada Media, 2005)

Djunaedi, MS. Wawan, *Fiqih,* (Jakarta : PT. Listafariska Putra, 2008)

Haryosanne, Widya Ismadewi. (2013). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Sistem Dropshipping (Studi Kasus Di Toko Online Syafa Onshop Website : Www.Facebook.Com/Groups/Syafa. Onshop/).* Semarang : Skripsi Fakultas Syari'ah Dan Ekonomi Islam, IAIN Walisongo.

http://pusdiklat.kemendag.go.id/kolom/e-commerce-vs-perlindungan-konsumen. (diakses 18/05/2017 jam 15:44

http://startupbisnis.com

Ihsan,Ghufron, *Fiqh Muamalat,* (Jakarta : Prenada Media Grup, 2008)

Iswidharmanjaya, Derry. (2012). *Dropshipping* Cara Mudah Bisnis Online. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Khulwah, Juhrotul. (2013). *Tinjauan hukum Islam terhadap jual beli dropship*. Skripsi tidak dipublikasikan, Yogyakarat : Fakultas Syariah, UIN sunan kalijaga

Komputer, Wahana. (2013). Membangun Usaha Bisnis *Dropshipping*. Elex Media Komputindo

Marufah,Thauam, *Jual Beli dan Khiyar*, di kutip pada situs: http://bolo-kiyai.blogspot.com/2011/11/makalah-jual-beli-dan-khiyar.html. Diakses pada tanggal 02 Oktober 2014, 20.38 WIB.

Mas'adi, Ghufron A., *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003)

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).

Purkon, Arif. (2014). *Bisnis online syariah*. Jakarta : Gramedia

Purnomo, Catur Hadi. (2012). Jual Beli Online Tanpa Repot dengan *Dropshipping*. Jakarta : PT Elek media komputindu.

Sabiq, Sayyid, *Fiqih Sunah*, terjemahan Nur Hasanuddin, Jakarta, Pena Pundi Aksara: 2008.

Sabiq, Sayyid. (2004). *Fiqih Sunnah Jilid 4*. Jakarta : Pena Pundi Aksara

Sarwat,Ahmad. (2013). *Hukum Menjual Dropshipping apakah Halal?*.http://www.rumahfiqih.com/x.php?id=1357202999. Diakses 03-04-2017.

Sulianta,Feri *Terobosan Berjualan Online Ala Dropshipping* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014), 2. Selanjutnya ditulis Sulianta, *Terobosan Berjualan Online*.

Suyanto 2003.

Syafei, Rachmat, "*Fiqh Muamalat*", (Bandung, Pustaka Setia, 2006)

Copyright© 2022. ATTANMIYAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index).