

OPTIMALISASI SISTEM *DROPSHIP* DALAM JUAL BELI *ONLINE* PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

¹Edy Imam Supeno, ²Ansari

Institut Agama Islam (IAI) Ibrahimiy Genteng Banyuwangi, Indonesia
e-mail : ¹lqoizzaayleennasywa@gmail.com, ²ansaridosen1@gmail.com

Abstract

The online buying and selling dropship system is currently popular among the public. Buying and selling transactions in the dropship system involve suppliers, dropship sellers, and buyers. Dropship sellers acquire goods from suppliers and then sell them to consumers through social media platforms using technology. This study aims to identify the practice of dropship systems in online buying and selling transactions, as well as explore Islamic legal perspectives on the system in the context of online buying and selling transactions. Research methods that use library research are research approaches that rely on data sources from literature or written documents related to the object being studied. This method prioritizes the use of text and numerical data in the research process. Furthermore, this data is available in a ready-to-use form, without the need for additional processing. Furthermore, the condition of the data available within the library is not limited by space and time constraints. This study reveals that the practice of buying and selling transactions of the dropship system has fulfilled the provisions of the pillars of contract in a sharia perspective. In the perspective of Islamic law, it is legal and permissible to use the contract of greeting by complying with the terms and conditions applicable in the contract of greeting. To avoid gharar (uncertainty), a dropshipper must enter into an initial agreement with the supplier to guarantee and grant khiyar rights to the buyer to ensure the safety of the transaction and compliance with sharia principles in buying and selling.

Keywords : Dropship, buying and selling Online, Islamic Law

Abstrak

Sistem dropship jual beli online saat ini populer di kalangan masyarakat. Transaksi jual beli dalam sistem dropship melibatkan pemasok, penjual dropship, dan pembeli. Penjual dropship memperoleh barang dari pemasok lalu menjualnya kepada konsumen melalui platform media sosial dengan menggunakan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi praktik sistem dropship dalam transaksi jual beli online, serta mengeksplorasi perspektif hukum Islam terhadap sistem tersebut dalam konteks transaksi jual beli online. Metode penelitian yang menggunakan library research merupakan suatu pendekatan penelitian yang mengandalkan sumber data dari literatur atau dokumen tertulis yang berkaitan dengan obyek yang sedang

diteliti. Metode ini mengutamakan penggunaan teks dan data numerik dalam proses penelitiannya. Selanjutnya, data ini tersedia dalam bentuk yang siap digunakan, tanpa perlu proses tambahan. Selanjutnya, kondisi data yang tersedia di dalam perpustakaan tidak terbatas oleh batasan ruang dan waktu. Studi ini mengungkapkan bahwa praktik transaksi jual beli sistem dropship telah memenuhi ketentuan rukun akad dalam perspektif syariah. Dalam perspektif hukum Islam, sah dan diperbolehkan untuk menggunakan akad salam dengan mematuhi syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang berlaku dalam akad salam tersebut. Untuk menghindari terjadinya gharar (ketidakpastian), seorang dropshipper harus melakukan perjanjian awal dengan supplier untuk menjamin dan memberikan hak khiyar kepada pembeli guna memastikan keselamatan transaksi dan ketaatan terhadap prinsip syariah dalam jual beli.

Kata Kunci : *Dropship, Jual Beli Online, Hukum Islam*

Accepted: 01 May 2024	Reviewed: 20 May 2024	Published: 31 May 2024
--------------------------	--------------------------	---------------------------

A. Pendahuluan

Di era milenial saat ini, kemajuan teknologi semakin hari semakin berkembang. Masyarakat juga telah mengembangkan pola pikir dalam menggunakan teknologi. Berkat teknologi, masyarakat modern era milenial tidak perlu lagi khawatir dengan tugas-tugas rumit. Salah satunya adalah Internet. Internet berkembang sangat pesat mengikuti perkembangan teknologi yang semakin kompleks. Karena internet sangat mudah digunakan, internet telah banyak membantu orang dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat memanfaatkannya sebagai tempat untuk memudahkan pekerjaan. Masyarakat tidak bisa lepas dari internet, karena internet di zaman sekarang ini ibarat tongkat hidup. Faktanya, internet telah menjadi gaya hidup digital. Gaya hidup digital juga mempengaruhi jenis pekerjaan seperti selebriti instagram, youtuber, vlogger, dan toko *online*.

Saat ini, internet sangat sering dimanfaatkan untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Terdapat berbagai aplikasi yang dapat digunakan untuk berbelanja *online*, contohnya Lazada, Buka Lapak, Shopee, Tokopedia, OLX, dan masih banyak lagi lainnya. Membeli dan menjual secara *online* dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja selama 24 jam menggunakan sistem digital pada ponsel pintar atau perangkat elektronik yang terhubung dengan internet. Dalam bertransaksi *online*, penjual dan pembeli tidak bersua secara langsung atau berinteraksi secara fisik. Dengan adanya teknologi, penggunaan gadget telah mempermudah komunikasi antara orang-orang yang saling berjauhan, baik itu di dalam negeri maupun di luar negeri.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Forrester Research, di Indonesia, pendapatan yang dihasilkan dari transaksi *e-commerce* masih belum mencapai tingkat yang memadai jika dibandingkan dengan total transaksi *e-commerce* secara global. Transaksi *e-commerce* di Indonesia saat ini hanya mencapai USD 100 miliar, yang mewakili sekitar 0,026% dari total transaksi global. Meskipun demikian, perkiraan menunjukkan bahwa angka ini akan mengalami peningkatan yang signifikan di masa mendatang. (Dikdik & Gultom, 2005)

Dalam bukunya yang berjudul "Jual Beli *Online* Menurut Madzhab Asy-Syafii", Roy Suryo menyatakan bahwa transaksi *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 1996, transaksi *e-commerce* Indonesia mencapai 20 juta Dolar AS, kemudian meningkat menjadi 100 juta Dolar AS pada tahun 2000, 200 juta Dolar AS pada tahun 2001, dan diprediksi akan mencapai 1200 juta Dolar AS pada tahun 2003. Menurut survei AC Nielsen, produk-produk yang tersedia melalui internet yang paling diminati oleh konsumen Indonesia adalah buku, perangkat lunak/perangkat keras komputer, produk elektronik, peralatan kantor/peralatan tulis, peralatan olahraga, dan pakaian. (Romdhon, 2015) Studi menunjukkan bahwa transaksi perdagangan elektronik yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya dan menunjukkan tren yang tidak dapat dihentikan.

Transaksi barang dan jasa melalui platform *online* masuk dalam ranah muamalah dalam konteks perdagangan atau bisnis, merujuk pada kegiatan yang dilakukan oleh individu dengan individu lain atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan ekonomi masing-masing. Fiqh muamalah adalah istilah yang merujuk kepada hukum-hukum yang mengatur perilaku manusia dalam konteks urusan dunia. Contohnya, dalam transaksi jual-beli dan pengelolaan utang-piutang. (Pekerti & Herwiyanti, 2018)

Islam adalah agama yang mengatur aspek-aspek kehidupan manusia dengan cara yang komprehensif. Bagi penganutnya, Islam tidak hanya sekadar sistem kepercayaan, tetapi juga menjadi suatu panduan untuk menjalani kehidupan sehari-hari. (Antonio, 2010) Seperti yang dijelaskan dalam Surat Al-Maidah ayat 3 sebagai berikut:

الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا

"Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Kucukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu" (Departemen Agama, 2005).

Syariah Islam senantiasa dapat beradaptasi dengan kebutuhan dan perkembangan peradaban manusia, menunjukkan fleksibilitasnya sebagai ajaran sempurna (Antonio, 2010), sebagaimana disebutkan dalam surat Al-Maidah ayat 48:

لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَا جَايِلُونَ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ

“Maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. untuk tiap-tiap umat diantara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang” (Departemen Agama, 2005).

Salah satu aspek kehidupan manusia yang diatur oleh hukum Islam adalah peraturan yang berkaitan dengan transaksi jual beli. Perdagangan adalah sesuatu yang diizinkan dalam ajaran agama Islam. Alasan dibolehkannya transaksi jual beli adalah karena transaksi ini memungkinkan terjadinya pertukaran barang sesuai dengan kebutuhan, sementara larangan riba disebabkan oleh adanya pengambilan yang tidak adil atas harta orang lain tanpa imbalan yang wajar. (Zuhaili & Sulaiman, 2009)

Banyak sistem telah diciptakan untuk mendukung ide-ide kreatif dalam menjalankan pemasaran internet, salah satunya yang diminati oleh penjual *online* adalah sistem *dropship*. Sistem ini sangat mudah dijalankan oleh pelaku bisnis *online*, bahkan oleh pemula yang baru memasuki dunia bisnis *online*.

Penjualan sistem *Dropship (Dropshipping)* memungkinkan penjual untuk menjual produk kepada pelanggan dengan hanya menggunakan foto dari pemasok/toko (tanpa perlu menyimpan barang) dan menjual dengan harga yang telah ditetapkan oleh penjual atau kesepakatan harga antara pemasok dan penjual *Dropship*. (Syafii, 2013)

Keuntungan mengoperasikan sistem *dropshipping* adalah pengirim barang tidak perlu mengeluarkan uang sepeser pun, karena mereka hanya memerlukan koneksi internet untuk menerima gambar produk dengan deskripsi tertulis tentang bahan, ukuran, dan kondisi dari pemasok. Pengirim barang kemudian dapat memasarkan produk tersebut melalui platform media sosial seperti whatsapp, facebook, instagram, dan aplikasi media sosial lainnya tanpa perlu menyimpan inventaris apapun. Konsumen yang berminat yang ingin membeli produk yang diiklankan dari pengirim barang akan melakukan pembayaran di muka dengan harga yang sudah termasuk margin keuntungan pengirim barang. Pembayaran selanjutnya akan dilanjutkan kepada pemasok yang memiliki produk dengan harga yang telah disepakati.

Dengan adopsi sistem *dropship*, pelaku usaha online tidak memerlukan gudang atau lokasi penyimpanan untuk menyimpan barang yang akan dijual. Tidak

diperlukan untuk mengirimkan barang kepada pembeli karena tugas ini akan dijalankan oleh pihak pemasok. *Dropshipper* bertanggung jawab untuk menerima informasi nama dan alamat pengiriman dari konsumen, yang kemudian akan diteruskan kepada pemasok. Pemasok akan mengganti nama pengirim dengan nama dropshipper ketika mengirimkan barang ke alamat yang diberikan oleh dropshipper. Dropshipper memegang peran yang terbatas hanya sebagai penjual atau pemasar, namun mereka tetap akan menerima keuntungan dari setiap penjualan yang terjadi.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan metode penelitian perpustakaan, yang mengandalkan sumber data yang diperoleh dari literatur yang berkaitan dengan subjek yang sedang diteliti. Pendekatan ini melibatkan analisis langsung terhadap teks atau data numerik. Kedua, data ditemukan dalam keadaan siap pakai (*readymade*). Ketiga, data yang terdapat di perpustakaan dianggap sebagai sumber data sekunder. Keempat, kondisi data di perpustakaan tidak terbagi oleh batasan ruang dan waktu. (Mestika, 2004) Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan teologi normatif (*syar'i*), yang merupakan metode untuk menganalisis dalil-dalil dari Al-Qur'an dan Hadits serta pandangan ulama terkait dengan transaksi jual beli. Sumber-sumber yang digunakan sebagai rujukan dalam penelitian jenis *library research* mencakup pengumpulan data primer yang dapat ditemukan dalam buku-buku khusus, seperti "Halal Haram Dropshipping" karya Muhammad Abdul Wahab, Lc yang membahas hukum Islam dalam sistem *dropship* untuk transaksi jual beli online, serta buku "Tata Niaga Islami Berbasis Digital" karya M. Yasir Yusuf merupakan pribadi yang telah menunjukkan prestasi akademik dan kontribusi yang signifikan di bidangnya masing-masing. Kedua, peneliti memperoleh data sekunder dari sumber-sumber seperti jurnal akademis, publikasi internet, dan blog yang relevan dengan topik hukum dalam transaksi jual beli yang melibatkan sistem *dropship*.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan analisis sistem jual beli *online* menggunakan metode *dropship* secara sistematis, faktual, dan akurat. Analisis ini akan ditinjau dari hasil kajian kepustakaan dengan pendekatan deskriptif, yang meliputi pengumpulan data mengenai hukum Islam yang terdapat dalam al-Qur'an dan hadis, kajian fiqh, serta pendapat para ulama. Data yang dikumpulkan tersebut kemudian akan dianalisis untuk diperoleh sebuah kesimpulan yang relevan. Aktivitas dalam analisis model data ini meliputi reduksi data, visualisasi data, dan penyimpulan atau verifikasi Kesimpulan. (Tim, Penyusun, 2005)

C. Hasil dan Pembahasan

1. Praktik Sistem *Dropship* dalam Jual Beli *Online*

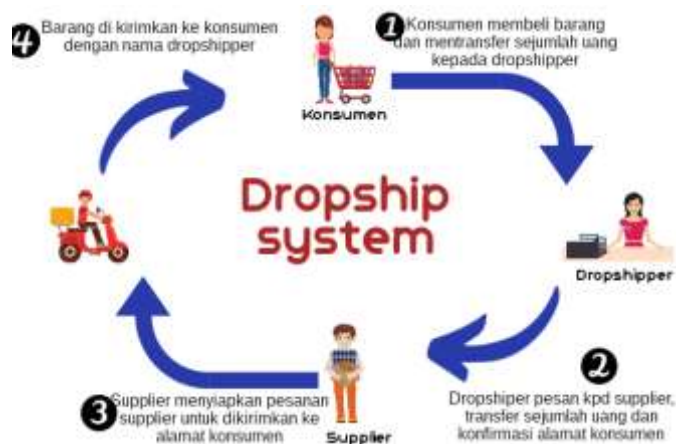
Berdasarkan hasil penelitian mengenai praktik sistem *dropship* dalam transaksi jual beli *online*, dapat disimpulkan bahwa sebelum menjalankan peran sebagai *dropshipper*, sebaiknya seseorang terlebih dahulu menjadi anggota dalam grup media sosial yang dimiliki oleh seorang pemasok. Hal ini bertujuan agar pemasok dapat membagikan foto produknya di dalam grup yang dapat diakses oleh anggota-anggota lain yang juga merupakan *dropshipper* ataupun *reseller*. Setelah menerima foto katalog produk beserta rincian spesifikasinya dan harga dari *supplier*, *dropshipper* mempublikasikan foto tersebut di akun media sosialnya. Selanjutnya, *dropshipper* melakukan promosi produk dengan menampilkan foto produk *supplier* di berbagai *platform* media sosial yang dimilikinya dan menetapkan harga sesuai dengan keinginannya. Klien yang berminat untuk melakukan pembelian kemudian melakukan pemesanan kepada pihak *dropshipper*. Setelah melakukan proses pemesanan, *dropshipper* akan mengonfirmasi ketersediaan barang yang dipesan oleh konsumen kepada *supplier*. Setelah kesepakatan transaksi antara konsumen dan *dropshipper* tercapai, konsumen akan melakukan transfer pembayaran sesuai dengan nilai yang telah disepakati kepada *dropshipper*. Dengan menerima pembayaran dari konsumen, *dropshipper* akan melanjutkan dengan proses pemesanan kepada *supplier* dan melakukan transfer pembayaran sesuai dengan nilai barang yang dipesan oleh konsumen beserta biaya pengiriman (ongkos kirim). Setelah penerimaan pembayaran dan pesanan barang oleh *supplier* dari pihak *dropshipper*, proses selanjutnya dilakukan oleh *supplier* dengan melakukan pengepakan dan pengiriman barang ke alamat konsumen melalui jasa pengiriman. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa dalam paket pengiriman barang tertulis keterangan bahwa pengirimnya adalah pihak *dropshipper* sementara penerimanya adalah pihak konsumen.

Sistem *dropship* merupakan suatu metode transaksi jual beli di mana pelaku usaha, yang disebut *dropshipper*, melakukan penjualan produk tanpa memiliki kepemilikan atas produk tersebut atau tidak memiliki stok barang dari pemasok. *Dropshipping* merupakan praktik bisnis di mana seorang *dropshipper* hanya menggunakan foto katalog dan sampel barang yang dimiliki oleh penyedia barang (*supplier*), yang nantinya akan dipromosikan dan dipasarkan kepada konsumen melalui *platform* media sosial atau toko *online*. Apabila konsumen tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan oleh *dropshipper*, maka konsumen akan melakukan transfer uang kepada *dropshipper* dengan nilai sesuai dengan harga barang yang ditawarkan. Setelah menerima pembayaran, *dropshipper* akan melakukan pembelian barang dari *supplier* dan meminta *supplier* untuk

mengirimkan barang tersebut kepada konsumen atas nama *dropshipper*. Kemudian, *dropshipper* melakukan transfer dana kepada *supplier* dengan jumlah yang sesuai dengan harga barang yang tertera dalam katalog foto yang telah dikirimkan kepada *dropshipper*. Berdasarkan harga yang ditentukan oleh pemasok, *dropshipper* memiliki kewenangan untuk menaikkan harga produk sesuai dengan keinginannya guna mendapatkan keuntungan.

Dalam praktik pelaksanaan sistem *dropship*, terdapat skema transaksi jual beli yang dilakukan secara *dropship*. Berikut ini disajikan sebuah contoh skema transaksi *online* yang menggunakan sistem *dropship*. (Prabowo dkk., 2016: 76)

- a. *Dropshipper* mempromosikan barang dari *supplier* dengan menggunakan berbagai platform media sosial atau situs jual-beli *online* yang sudah disediakan. Keterangan dan foto-foto yang terkait dengan produk yang dipromosikan diperoleh dari penyedia.
- b. Konsumen melihat promosi penjualan produk dari *dropshipper* di berbagai *platform* media sosial.
- c. Pelanggan melakukan pemesanan produk melalui *dropshipper*. Setelah memesan, *dropshipper* mengonfirmasi ketersediaan barang dengan pemasok. Setelah perjanjian jual beli, pembeli mengirimkan pembayaran kepada *dropshipper*.
- d. Setelah menerima pembayaran, *dropshipper* akan meneruskan pesanan kepada *supplier* dan melakukan transfer total biaya barang beserta biaya pengiriman. Setelah menerima pembayaran serta pesanan barang dari *dropshipper*, *supplier* akan menindaklanjuti pesanan ini dengan melakukan proses pengepakan dan mengirimkan barang ke alamat konsumen melalui layanan pengiriman. Informasi mengenai pengirim dan penerima terdapat di dalam paket pengiriman barang tersebut, yang mencakup informasi mengenai pihak yang *mendropship* barangnya dan pihak konsumen yang menerima barangnya.



Seorang *dropshipper* memanfaatkan platform media sosial seperti facebook, whatsapp, dan instagram dalam operasional bisnisnya. Secara umum, para *dropshipper* cenderung memilih untuk berjualan melalui platform Instagram karena fasilitas yang disediakan lebih menarik untuk memamerkan foto produk mereka. Dalam kebanyakan kasus, penjual dengan pendekatan ini akan mencari individu yang memiliki pengaruh untuk menjadi figur utama dalam media sosial mereka, sehingga mereka dapat menarik banyak pengikut atau bahkan membeli pengikut. Penyulut pemasaran seperti ini dikenal sebagai pemasaran internet yang menggunakan konten yang sedang populer atau sedang ngetren di dunia *online*.

Secara umum, terdapat dua jenis model kerjasama antara *dropshipper* dengan *supplier* yaitu: 1). Pemasok menetapkan harga kepada *dropshipper*, setelah itu *dropshipper* dapat menjual produk kepada pelanggan dengan harga yang mereka tentukan sendiri, dengan menambahkan margin keuntungan untuk diri mereka sendiri; dan 2). Dari awal, harga telah ditetapkan oleh pemasok, termasuk jumlah biaya yang akan diberikan kepada *dropshipper* setiap kali terjadi penjualan produk. (Fathony, 2019)

Ada dua jenis *supplier* dalam bisnis *dropshipping*; yang pertama adalah *supplier* yang memberikan kebebasan kepada *dropshipper* untuk menetapkan harga produk sesuai keinginannya. Umumnya, tidak ada biaya pendaftaran dan tidak ada batas minimal pembelian. Jenis ini paling populer di kalangan pelaku bisnis *dropshipping* karena mudah untuk dilakukan. Sedangkan jenis kedua, biasanya mengharuskan *dropshipper* membayar biaya pendaftaran keanggotaan dan memiliki batas minimal penjualan. (Feri, 2014)

Dropshipper yang lain mungkin akan memberlakukan aturan tertulis di berbagai *platform* media sosial, postingan, atau deskripsi produk, seperti tidak bisa membatalkan pesanan, pemesanan awal, pembayaran di muka, pengiriman cepat,

dan sebagainya. Kata-kata ini digunakan oleh *dropshipper* untuk mencegah pembatalan transaksi secara sepihak. Contohnya, jika konsumen telah melakukan transfer dalam memesan suatu barang, namun kemudian memutuskan untuk membatalkan pesanan, maka uang yang telah ditransfer akan hilang. Ini disebabkan karena uang yang telah dikirimkan oleh konsumen kepada *dropshipper* telah dialihkan ke pihak *supplier* sebagai bukti pembayaran pesanan barang.

Dalam transaksi ini, tidak ada pihak yang berperan sebagai penjamin, melainkan hanya saling mempercayai satu sama lain. Jika ada kerusakan atau cacat pada barang, maka akan menjadi challenging untuk melakukan proses penggantian barang tersebut. Sebelum melakukan pembelian, pastikan untuk membaca komentar atau ulasan dari konsumen sebelumnya mengenai barang atau profil *dropshipper* agar mendapatkan metode berbelanja yang terpercaya. Sangatlah penting bagi *dropshipper* atau konsumen karena akan memiliki dampak yang besar. Jika pelanggan bebas memberikan ulasan tentang penjual, dan jika ulasannya kurang memuaskan, maka penjual berisiko kehilangan pelanggan potensialnya.

Berdasarkan banyak informasi yang telah disebutkan sebelumnya, ada banyak keunggulan dalam menjadi seorang *dropshipper* (Fathony, 2019), diantaranya ialah:

- a. *Dropshipper* tidak perlu mengeluarkan sejumlah besar uang untuk membuka toko *online* atau memasarkan produk dari pemasok. Hanya dengan menggunakan smartphone dan paket internet untuk mempromosikan barang di media sosial, seseorang sudah dapat menjadi seorang *dropshipper* tanpa modal yang besar.
- b. *Dropshipper* tidak memerlukan pengeluaran dana untuk pembelian dan penyimpanan persediaan barang secara prademikian.
- c. *Dropshipper* tidak terlibat dalam proses pengepakan maupun pengiriman produk kepada pelanggan.
- d. *Dropshipper* meraup keuntungan dari selisih harga yang dikenakan dalam upaya pemasarannya, contohnya ketika pihak *supplier* menetapkan harga produk sebesar Rp. 120.000, Dengan menggunakan harga sebesar Rp 100. 000, pihak *dropshipper* bertugas untuk mempromosikan barang. Seratus dua puluh ribu rupiah. Dengan demikian, apabila terdapat pelanggan yang melakukan pembelian melalui *dropshipper* tersebut, mereka akan memperoleh keuntungan sebesar jumlah uang yang disebutkan sebelumnya. Dengan selisih harga awal sebesar 20.000,-
- e. Tidak diperlukan sewa ruang usaha atau penyimpanan sehingga biaya operasional dapat diminimalkan hingga mencapai titik di mana modal awal tidak diperlukan.

- f. Penyedia barang akan menggunakan nama toko sebagai pengirim untuk menjaga kerahasiaan *supplier* asli dari konsumen.

Menjadi seorang *dropshipper* memiliki berbagai keuntungan, namun tidak terlepas dari adanya beberapa kekurangan dalam menjalankan sistem *dropship*. Beberapa di antaranya adalah:

- a. Seorang *dropshipper* perlu melakukan pencarian *supplier* yang berkualitas dan terpercaya. Jika hal tersebut tidak dilakukan, dapat menyebabkan kerugian reputasi bagi *dropshipper* jika pesanan pembeli tidak dipenuhi oleh pemasok, sehingga juga akan mengakibatkan kerugian finansial bagi *dropshipper* untuk mengganti dana dari pembeli.
- b. Dalam kerangka ini, pembeli tidak memiliki opsi untuk menggunakan metode pembayaran pada saat pertemuan (*COD/Cash On Delivery*) antara penjual dan pembeli secara langsung, atau menggunakan layanan pengiriman pos atau pembayaran di rumah. Pembayaran tunai harus dilakukan pada saat pemesanan. *Dropshipper* merupakan agen yang tidak memiliki stok barang dan bertindak sebagai perantara dalam promosi produk dari *supplier*.
- c. Sama seperti transaksi *online* lainnya, sistem ini mudah menjadi target tindak penipuan. Transaksi *online* menghadirkan risiko karena tidak ada interaksi langsung antara penjual dan pembeli, dan terkadang barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan oleh *dropshipper*. Memang pihak *supplier* yang bertanggung jawab atas kesalahan ini, tetapi konsumen kemungkinan akan mengajukan keluhan kepada *dropshipper* karena barang yang diterimanya.

Seorang *dropshipper* tidak terlibat dalam proses pemeriksaan kualitas atau pengiriman barang. Oleh karena itu, jika terjadi keterlambatan atau kendala dalam proses pengiriman, atau jika barang yang diterima tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka *dropshipper* berpotensi mendapat keluhan dan umpan balik negatif dari konsumen. Segala hal tersebut secara pasti dapat menjadi kompleks dan mengarah ke proses hukum.

Saat ini, sistem penjualan melalui *dropship* telah menjadi populer di masyarakat dan dianggap sebagai salah satu opsi bisnis yang menjanjikan. Namun, apabila dianalisis secara teliti, sistem transaksi ini menunjukkan kemiripan dengan satu sistem perdagangan pesanan dalam Islam yang dikenal sebagai akad *salam*. Kedua sistem *dropship* dan jual beli akad *salam* memiliki kesamaan dalam hal persyaratan bahwa konsumen diharuskan untuk melakukan pembayaran penuh pada awal transaksi. Diperlukan pertimbangan solusi untuk memastikan bahwa akad yang digunakan dalam transaksi sistem *dropship* sesuai dengan ketentuan syariah.

2. Pandangan Islam Terhadap Sistem *Dropship* dalam Jual Beli *Online*

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perbedaan transaksi jual beli barang yang belum dimiliki antara yang dilarang dan yang diperbolehkan serta dengan mempertimbangkan praktik sistem *dropship* dalam transaksi jual beli *online*, dapat disimpulkan bahwa *dropshipping* adalah sah dan diperbolehkan menurut hukum agama. Namun, dalam menjalankan sistem *dropship*, penting untuk memiliki kesepakatan atau perjanjian antara *dropshipper*, *supplier*, dan pembeli. Hal ini meliputi jaminan penggantian barang yang rusak atau cacat setelah diterima oleh pembeli, serta kesepakatan mengenai hak pembeli untuk membatalkan transaksi jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dipasarkan melalui foto. Hal ini bertujuan untuk mencegah kerugian dalam transaksi jual beli *dropship*.

Karena *dropshipping* termasuk dalam transaksi jual beli yang sah. *Dropshipper* akan menerima pesanan dari pembeli dengan detail spesifikasi produk yang diinginkan, kemudian *dropshipper* akan menghubungi *supplier* untuk mengatur pengiriman barang sesuai permintaan dari pembeli tersebut. (Muhammad, Abdul Wahab, 2018) Namun, perlu diingat beberapa hal saat mengatur sistem *dropship*, seperti:

Pembayaran langsung harus dilakukan pada saat pembelian barang, agar tidak terjadi transaksi kredit:

- a. Pesanan barang harus secara spesifik mencantumkan jenis, bentuk, kualitas, dan karakteristiknya karena hal tersebut merupakan persyaratan utama dalam transaksi jual beli yang sah.
- b. Barang yang dipesan akan dikirim segera setelah batas waktu penyerahan.
- c. Seorang *dropshipper* perlu secara teratur mengawasi persediaan produk yang dimiliki oleh pemasok. Sebelum melakukan transaksi dengan pembeli, *dropshipper* akan mengecek apakah barang yang akan dipesan oleh pembeli tersedia atau tidak kepada *supplier* terlebih dahulu.

Ada dua jenis bentuk kerjasama antara *dropshipper* dan *supplier*. *Pertama*, pemasok menetapkan harga kepada *dropshipper*, yang kemudian dapat menjual produk kepada pelanggan dengan harga yang ditentukan sendiri serta menambahkan margin keuntungan untuk *dropshipper*. *Kedua*, *supplier* memiliki kepemilikan penuh terhadap barang-barangnya dan tidak terdapat transaksi jual beli sebelumnya antara *dropshipper* dan *supplier*. Dalam jenis *dropshipping* ini, harga telah ditentukan oleh pemasok. *Dropshipper* memperoleh keuntungan dengan menaikkan harga produk sesuai keinginannya. Banyak orang yang terlibat dalam bisnis *dropshipping* menikmati tipe ini. Menurut model yang pertama, keuntungan *dropshipper* adalah selisih antara harga dari *supplier*. Namun, jika *dropshipper* belum memiliki atau belum memberikan barang dari *supplier*, maka transaksi jual

beli tersebut dianggap tidak sah atau haram menurut hukum, karena tidak memenuhi syarat-syarat jual beli yang mengharuskan barang telah dimiliki sepenuhnya oleh penjual (*dropshipper*) baik secara *qabdh hukmi* maupun *qabdh haqiqi*. (Fathony, 2019)

Model pertama sah secara akademis ketika menerapkan pola akad jual beli *salam* (pesanan) sebagai opsi alternatif dan solusi dalam operasional bisnis *dropshipping*. Setelah pemilihan model ini, *dropshipper* diharapkan untuk mematuhi persyaratan dalam transaksi jual beli. Berdasarkan penetapan yang termuat dalam Fatwa DSN MUI Nomor 05/Dsn-MUI/IV/2000 mengenai transaksi jual beli *salam*, dapat disimpulkan bahwa *dropshipper* diharapkan untuk menyertakan kriteria dan spesifikasi yang tertera pada gambar barang yang ditawarkan kepada calon konsumen.

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 05/Dsn-MMUI/IV/2000 mengenai transaksi jual beli *salam*, dapat diuraikan sebagai berikut: *Pertama*, peraturan mengenai metode pembayaran. Dalam melakukan transaksi keuangan, penting bagi pihak yang terlibat untuk mengetahui dengan jelas jumlah dan bentuk alat pembayaran yang digunakan. Hal ini merupakan suatu hal yang fundamental dalam aktivitas keuangan dan perdagangan. Berbagai bentuk kompensasi dapat berupa uang, barang, atau manfaat lainnya. 1). Pembayaran perlu diselenggarakan pada saat kontrak disepakati; dan 2). Pembayaran harus dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tidak diperkenankan untuk dilakukan dalam bentuk pembebasan utang.

Kedua, ketentuan tentang barang: 1). Ciri-ciri harus jelas dan dapat diakui sebagai tanda utang yang nyata; 2). Spesifikasi harus dijelaskan secara rinci dan penyerahannya akan dilakukan pada saat yang akan datang; 3). Berdasarkan kesepakatan, penentuan waktu dan tempat pengiriman barang perlu diatur; 4). Pada proses transaksi, pembeli diharuskan untuk tidak menjual barang sebelum barang diterima dan juga tidak diperbolehkan untuk menukar barang kecuali dengan barang sejenis sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati.

Ketiga, Menurut peraturan mengenai *salam* paralel. Penggunaan *salam* paralel dalam konteks ini diizinkan, dengan catatan bahwa akad kedua harus berdiri sendiri dan tidak memiliki keterkaitan dengan akad pertama. *Keempat*, pengantaran barang dalam atau sebelum batas waktu yang ditentukan: 1). Penjual harus memastikan pengiriman barang sesuai dengan *deadline* yang telah ditetapkan, serta memenuhi standar kualitas dan jumlah yang telah disepakati; 2). Apabila pihak penjual menyerahkan barang yang memiliki kualitas yang lebih tinggi, pihak penjual tidak diizinkan untuk menuntut tambahan harga atas barang tersebut; 3). Apabila penjual mengirimkan barang dengan kualitas yang kurang dan pembeli menerima barang

tersebut tanpa keberatan, maka pembeli tidak berhak untuk menuntut pengurangan harga (diskon); 4). Penjual memiliki kewajiban untuk mengirim barang lebih cepat dari yang telah disepakati asalkan kualitas dan jumlah barang sesuai dengan persetujuan, dan tidak diperbolehkan untuk menaikkan harga; dan 5). Jika beberapa atau seluruh produk tidak ada saat pengiriman, atau bermutu lebih rendah dan pembeli tidak mau menerimanya, maka ada dua opsi yang tersedia bagi pembeli yaitu menghentikan kesepakatan dan meminta pengembalian uang, dan sambil menunggu hingga barang tersedia. *Kelima*, pembatalan kontrak. Pada dasarnya pembatalan salam boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak.

Ustadz Abdus Somad menegaskan bahwa tidak boleh melakukan penjualan barang yang sebenarnya tidak tersedia, seperti saat memesan baju melalui *e-commerce* dan penjual mengatakan stoknya kosong serta menyuruh untuk memesan terlebih dahulu. Menurut beliau, transaksi jual beli tersebut tidak sah dan mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*). Namun, jika barang yang dijual sebenarnya ada atau siap dikirim, namun keberadaannya jauh dari tempat pembeli atau *dropshipper*, misalnya barang ada di *supplier*, maka transaksi tersebut sah dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Penjualan barang harus melibatkan kesepakatan awal, dan jika barang tidak tiba tepat waktu, maka pembeli akan menerima pengembalian uang yang sudah dikirim kepada penjual. Deskripsi dan detail produk harus sesuai dengan jenisnya agar transaksi jual beli di *e-commerce* dapat sah. (Abdul, 2020)

Dari segi *fiqh muamalah*, sistem bisnis PO ini diperbolehkan menurut hukum syariah asalkan memenuhi unsur dan ketentuan yang ditetapkan. Pertama, produk atau layanan yang ditawarkan harus bersifat halal. Spesifikasi dan kriteria produk pesanan (PO) harus transparan agar terhindar dari ketidakjelasan (*gharar*). Selain itu, barang untuk PO harus diproduksi sebelumnya sebagai contoh yang jelas bagi pembeli mengenai spesifikasi dan kriterianya. Ketrampilan untuk mengirimkan barang yang telah dipesan juga merupakan hal yang sangat penting, serta memastikan bahwa barang tersebut tiba tepat waktu sesuai kesepakatan yang telah ditentukan.

Menurut Oni Sahroni, bisnis *dropship* dapat dilakukan asalkan memenuhi beberapa persyaratan. Adapun tiga syarat utama yang harus dipenuhi dalam transaksi jual beli adalah pertama, produk tersebut harus telah mendapat sertifikasi halal dan jelas kehalalannya. Kedua, transaksi harus dilakukan melalui *ijab qabul* (*shighat*) yang menunjukkan kesepakatan jual beli dan persetujuan dari kedua belah pihak. Dan yang ketiga, transaksi harus mematuhi skema jual beli tidak tunai dan skema ijarah. (Sahroni, 2019)

3. Analisis Praktek Sistem *Dropship* Dalam Jual Beli *Online* dan Pandangan Hukum Islam Terhadap Sistem *Dropship* dalam Jual Beli *Online*

Saat ini, internet telah menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat diabaikan, termasuk bagi masyarakat Indonesia. Berdasarkan "*Global Digital Reports 2020*" yang dilakukan oleh platform manajemen media sosial *Hoot Suite* dan agensi pemasaran sosial *We Are Social*, disimpulkan bahwa hampir 64 persen populasi Indonesia telah terhubung dengan internet. Riset yang dirilis pada akhir Januari 2020 tersebut juga mencatat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 175,4 juta dari total populasi sekitar 272,1 juta orang. Terdapat peningkatan sebesar 17 persen atau sekitar 25 juta pengguna internet di Indonesia dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yaitu 2019. Selain itu, Indonesia juga mencatatkan pencapaian yang signifikan dalam hal jumlah pengguna media sosial. Berdasarkan penelitian yang sama, diketahui bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai 160 juta, menunjukkan peningkatan sebesar 8,1 persen atau 12 juta pengguna dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Berdasarkan data, dapat disimpulkan bahwa penetrasi penggunaan media sosial di Indonesia telah mencapai angka 59% dari total populasi. Selain itu, rata-rata setiap penduduk Indonesia memiliki sekitar 10 akun media sosial, meskipun tidak semuanya aktif digunakan. Dalam konteks Indonesia, sebanyak 65 persen pengguna media sosial menggunakan *platform* tersebut sebagai alat untuk kegiatan kerja. (Ludwianto, Bianda & Muhammad, 2020)

Perkembangan teknologi internet telah memberikan dampak signifikan terhadap transaksi perdagangan masyarakat, yang mengakibatkan munculnya istilah *e-commerce*, yang merupakan bentuk perdagangan secara *online*. Secara prinsip, *e-commerce* tidak berbeda jauh dengan perdagangan konvensional. Perbedaan tersebut hanya terletak pada penggunaan teknologi informasi dalam melakukan transaksi, yang memungkinkan penjual dan pembeli untuk tidak melakukan pertemuan langsung. Salah satu bentuk penyedia layanan *e-commerce* yang menjadi populer adalah melalui *platform* toko *online*. Belanja daring, atau yang dikenal juga dengan istilah *online shopping*, telah mengalami pertumbuhan dan perkembangan serta menjadi aspek yang penting dalam gaya hidup masyarakat masa kini. Secara progresif, masyarakat mulai mengalihkan preferensi transaksi mereka dari *konvensional* ke *online*. (Ismawati, 2015)

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis terhadap hasil penelitian, disimpulkan bahwa praktik sistem *dropship* dalam transaksi jual beli *online* sangat diminati oleh individu yang baru saja memulai usaha atau baru terjun ke dalam bisnis penjualan barang melalui media sosial, serta terbatas dalam pengalaman bisnis. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa sistem *dropship* tidak memerlukan

modal yang besar, hanya memanfaatkan smartphone dan media sosial yang dimiliki untuk melakukan promosi atas barang yang dijual, serta resiko yang terkait dengan praktik *dropshipping* relatif sangat kecil.

Bisnis *online* dengan skala kecil yang menggunakan sistem *dropship* memiliki potensi yang signifikan dalam menciptakan peluang kerja baru. Tidaklah tersembunyi bahwa mayoritas pelaku bisnis *online* adalah ibu rumah tangga, dikarenakan *fleksibilitas* waktu dan modal yang relatif kecil yang dimilikinya. Hal ini dapat dianggap sebagai peluang potensial dalam menciptakan lapangan kerja yang menyenangkan dan menguntungkan. Penjualan melalui platform *e-commerce* memiliki potensi untuk meningkatkan *omzet* karena kemampuannya untuk beroperasi tanpa batas waktu. Transaksi dapat dilakukan secara *continuous* 24 jam sehari, memungkinkan pelanggan untuk melakukan perbandingan produk dan harga dari berbagai penjual dengan lebih leluasa.

Memanfaatkan platform digital seperti *marketplace*, whatsapp, instagram, dan lainnya dapat menjadi peluang bisnis yang menguntungkan bagi para pebisnis *online*, terutama bagi mereka yang berperan sebagai *dropshipper*. Saat melakukan transaksi jual beli, penting untuk memperhatikan ketentuan dan syaratnya agar transaksi tersebut sah secara hukum. Penulis menelusuri akad yang diterapkan dalam sistem *dropshipping* ini, dengan fokus khusus pada penggunaan akad salam dalam sistem tersebut. Secara umum, akad salam digunakan untuk transaksi barang yang belum diproduksi, artinya salam adalah perjanjian pemesanan barang dengan spesifikasi yang telah disepakati dan pembayaran dilakukan secara tunai di awal, namun pengiriman barang dilakukan nanti.

Menurut penulis, penting untuk memastikan bahwa semua kenyamanan yang diberikan oleh bisnis *online* harus sejalan dengan mencapai kepuasan pelanggan atas produk yang mereka beli. Dengan kepuasan pembeli dalam berbelanja melalui kanal *online*, bisnis *e-commerce* akan mengalami pertumbuhan yang berkelanjutan dan dapat mempertahankan loyalitas pelanggan untuk menghindari kekecewaan dan kehilangan pelanggan. Menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan merupakan strategi optimal dalam mempertahankan pertumbuhan bisnis *online*. Ayat 29 dari surat An-Nisa' dalam Al-Quran menyatakan, "*Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama kamu dengan cara yang tidak benar, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh diri kamu sendiri. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu*" (Departemen Agama, 2005: Q.S. An-Nisa' 4: 29).

Tidaklah tidak mungkin bahwa konsumen yang merasa tertipu dan kecewa dengan produk yang mereka beli dapat berdampak negatif pada pertumbuhan bisnis *dropship* tersebut. Perhatian yang serius seharusnya diberikan kepada pelaku

dropshipper terhadap masalah tersebut. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk mencari *supplier* yang dapat dipercaya guna mencegah hal tersebut terjadi. Sebelum menentukan pilihan terhadap satu penyedia, terdapat beberapa faktor yang perlu diverifikasi terlebih dahulu. Beberapa hal berikut ini mencakup:

- a. Pastikan bahwa pemasok menawarkan produk yang memiliki keaslian, kualitas yang baik, variasi yang beragam, serta harga yang kompetitif. Penting untuk diketahui secara rinci karena *dropshipper* akan bertanggung jawab dalam menjual produk kepada pembeli.
- b. Segera periksa variasi opsi pembayaran yang tersedia untuk informasi yang lebih lanjut. Terkadang, pembeli mengajukan pertanyaan mengenai opsi pembayaran rekening agar dapat mengurangi biaya pembayaran, terutama ketika transfer rekening mengakibatkan dikenakannya biaya administrasi yang mungkin menjadi pertimbangan serius bagi pembeli.
- c. Pastikan juga untuk memeriksa jasa ekspedisi yang digunakan oleh pemasok. Pemilihan penyedia jasa ekspedisi memiliki dampak signifikan terhadap reputasi perusahaan. Dengan adanya pengiriman yang efisien dan produk yang terjaga dengan baik, dapat dipastikan bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat.
- d. Apakah pemasok memiliki kebijakan pengembalian barang yang terdefinisi. Hal ini dinilai penting guna mengantisipasi kepuasan pelanggan terhadap barang yang diterima atau kesalahan dalam proses pengiriman oleh pemasok. Menurut kesepakatan antara pemasok dan *dropshipper*, barang yang tidak sesuai dapat dikembalikan atau diretur. Jaminan ini juga dapat memberikan manfaat bagi *dropshipper*.
- e. Pemasok menunjukkan ketersediaan stok secara real-time atau "*ready*". Keberadaan fitur ini dapat memudahkan pelaku bisnis dalam menjalankan model *dropshipping*. Namun, dalam hal ini, *dropshipper* mungkin mengalami sedikit kesulitan. Terlebih lagi, ketika konsumen memerlukan barang tersebut dengan segera. Dengan pasti, pembeli akan membatalkan pembelian.
- f. Menemukan informasi tentang reputasi pemasok merupakan hal yang sangat penting dalam pengambilan keputusan. Dianalisislah penilaian dan tinjauan pelanggan yang terdapat pada *platform* jual-beli jika sebuah toko beroperasi di dalamnya. Apabila memungkinkan, carilah pula akun media sosialnya. Umumnya, konsumen akan menyampaikan keluhan atau memberikan testimoni melalui akun media sosial yang terkait. Apabila respons terhadap pertanyaan di atas menunjukkan kecenderungan positif, disarankan untuk tidak terburu-buru dalam memilih satu *supplier*. Dalam konteks ini, langkah terakhir yang perlu dilakukan adalah melakukan uji coba pembelian kepada

supplier guna memastikan keaslian produk dan keabsahan akun *supplier*, hal ini penting untuk meminimalisir potensi ketidakpuasan pembeli khususnya bagi seorang *dropshipper*.

Dalam praktik *dropship*, *dropshipper* memiliki kewajiban untuk menyebutkan berbagai kriteria produk kepada calon konsumen, apakah disertai dengan gambar produk atau tidak. Setelah menerima minat dari calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan dengan harga yang disepakati, *dropshipper* akan mengajukan pesanan kepada *supplier*. Menurut analisis penulis, penting untuk dicatat dua hal: pertama, dalam skema akad salam, calon konsumen diwajibkan untuk melakukan pembayaran secara tunai dan lunas pada awal akad. Kedua, semua risiko selama pengiriman barang hingga barang tiba di tangan konsumen menjadi tanggung jawab *dropshipper* dan bukan *supplier*.

Dalam model bisnis *dropshipping*, penjual diberikan keleluasaan untuk menetapkan harga jual sesuai dengan keinginannya, tanpa adanya keterikatan pada harga yang telah disepakati antara *dropshipper* dan *supplier*. Dalam praktik umum, harga barang sering kali ditampilkan secara langsung dalam spesifikasi gambar barang. Dipertimbangkanlah bahwa kejelasan prosedur jual beli dalam model *dropshipping* sangatlah penting guna mencegah terjadinya kesalahan dalam proses pembayaran. Dalam proses pembayaran, pembeli dapat memperoleh informasi mengenai jumlah biaya yang harus dibayarkan dan waktu pengiriman melalui rincian biaya pengiriman ke alamat pembeli. Besar kecilnya biaya pengiriman ini tergantung pada jumlah pesanan barang atau produk yang dibeli serta lokasi tujuan pengiriman. Biaya pengiriman harus ditanggung oleh pembeli. Menurut prinsip Islam, penambahan biaya pengiriman dianggap sah dalam konteks transaksi jual beli karena merupakan bagian dari kesepakatan antara pembeli dan penjual. Aspek kejelasan harus diperhatikan dalam transaksi jual beli sesuai dengan prinsip hukum Islam yang terdapat dalam hadits yang menyebutkan bahwa:

"Dari Abu Hurairah, beliau berkata : Rasulullah SAW melarang jual-beli tidak pasti (bai'ul hashat) dan jual-beli yang sifatnya tidak jelas (bai'ul gharar) (Sa'id, Addin, Muhammad, 2002).

Dalam riwayat Abu Dawud pada bab II, Rasulullah menyampaikan larangan dengan perkataan, "Dilarang menjual barang yang belum dimiliki". Hadist ini menegaskan bahwa seseorang dilarang untuk melakukan transaksi jual beli kecuali telah memiliki barang tersebut, sama halnya apakah pembelian dilakukan secara tunai maupun dengan sistem pembayaran yang ditunda. *Dropshipping* merupakan sebuah sistem jual beli yang mungkin termasuk dalam kategori larangan hadis di atas, dikarenakan penjual tidak memiliki barang secara langsung. Namun, pada situasi yang sama, penjual melakukan transaksi penjualan barang-barang yang

dimiliki oleh pemasok. Dalam konteks transaksi komersial, diketahui bahwa penjual terlibat dalam praktek menjual barang yang belum menjadi miliknya. Namun, apabila pemilik barang (penyuplai) menginginkan barangnya dijual, maka secara hukum menjadi sah dan *dropshipper* selaku penjual memiliki hak untuk memperoleh biaya atas layanan penjualan tersebut. Menurut pandangan akademis, *dropshipping* dapat diizinkan selama praktik tersebut tidak melibatkan *bai' muashalah* dan *bai' ma'dum*, yaitu penjualan barang yang tidak ada dengan mengandung unsur gharar. *Dropshipper* harus mencantumkan ciri-ciri, spesifikasi, kriteria, ukuran, dan elemen-elemen penting lainnya yang sudah dijamin oleh *dropshipper*, dan mampu untuk memberikan barang yang telah dipesan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dengan demikian, transaksi jual beli tersebut dianggap sah.

Dalam bisnis *dropshipping*, ada risiko yang harus diatasi jika tidak ada kesepakatan awal dengan pemasok. Risiko tersebut termasuk keluhan dari konsumen dan permintaan pengembalian barang jika barang tidak sesuai dengan gambar atau deskripsi. *Dropshipper* bisa mengalami kerugian secara finansial dan reputasi akibat hal ini, dan hal tersebut juga bisa menyebabkan mereka kehilangan konsumen. Sangatlah vital untuk mencari *supplier* yang dapat dipercaya dan menjadi *dropshipper* yang pintar. Dalam transaksi jual beli, pembeli harus memiliki hak untuk memilih atau menarik kembali produk yang dibelinya. Rasulullah SAW bersabda:

"Apabila dua orang melakukan transaksi jual beli, maka setiap orang memiliki hak pilih (al-khiyâr) selama belum berpisah atau salah seorang telah memberikan hak pilih kepada yang lainnya lalu jika keduanya bertransaksi jual beli dengan kesepakatan ini, maka transaksi jual beli ini sudah sempurna. Apabila berpisah setelah transaksi dan salah seorang darinya tidak menggagalkan jual beli maka akad jual beli ini juga sudah sempurna" (Al-Bukhari & Ismail, t.t.).

Diperlukan sebuah perjanjian dan kerjasama yang baik antara *supplier* dan *dropshipper* yang didasari oleh jaminan barang dan hak khiyar bagi *dropshipper* serta pembeli. Jaminan barang dapat diwujudkan melalui sistem retur, di mana pembeli berhak untuk mengembalikan barang yang cacat atau rusak setelah diterima dalam jangka waktu yang telah disepakati. Dalam hal ini, *dropshipper* dapat mengatur bahwa pembeli bertanggung jawab atas seluruh biaya pengembalian barang kepada *supplier*. Selain itu, hak khiyar juga diperlukan dalam sistem *dropship*, di mana pembeli berhak untuk membatalkan pesanan jika terjadi keterlambatan pengiriman sesuai dengan kesepakatan atau jika barang yang dipesan tidak tersedia setelah pembayaran dilakukan.

D. Simpulan

Praktik sistem *dropshipping* dalam transaksi jual beli *online* melibatkan praktik *dropshipper* yang menjual produk milik *supplier* melalui berbagai *platform* media sosial yang dimilikinya, apabila produk tersebut terjual. Dalam praktek bisnis *dropshipping*, *dropshipper* melakukan pembayaran kepada *supplier* dengan mengirimkan data konsumen lengkap sebagai bentuk konfirmasi pembelian. *Supplier* memiliki tanggung jawab untuk mengirimkan produk kepada konsumen, dengan mencantumkan nama *dropshipper* sebagai pengirim. Dalam konteks perdagangan *online* dengan menggunakan sistem *dropship*, hal tersebut dianggap sah dan diperbolehkan dalam perspektif hukum Islam. Pemesanan yang dilakukan oleh *dropshipper* kepada *supplier* dapat dikategorikan sebagai akad salam dalam konteks bisnis perdagangan. Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 05/Dsn-MMUI/IV/2000, suatu tindakan dilakukan untuk mencegah terjadinya *gharar*. Dalam berbisnis, seorang *dropshipper* perlu menyertai jaminan kepada pembeli, termasuk di dalamnya penjaminan retur atau hak khiyar. Hal ini bertujuan untuk melindungi pembeli dari kerugian akibat kesalahan atau ketidaksesuaian dengan harapan pembeli.

Daftar Rujukan

- Abdul, S. (2020). Hukum Dropship Dalam Islam.
- Al-Bukhari, I. A. A. M. bin, & Ismail. (t.t.). Shahih Bukhari, DVD Maktabah Syamilah (Juz 3,). Darl Fikr.
- Antonio, M. S. (2010). Ekonomi Islam Untuk Sekolah Lanjutan Atas. Bogor, STIE Tazkia.
- Departemen Agama, R. I. (2005). Al-Qur'an dan Terjemahnya. Bandung: CV. Diponegoro.
- Dikdik, M., & Gultom, E. (2005). Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sahroni, Oni. (2019). Fikih Muamalah Kontemporer. Republika Penerbit.
- Fathony, M. Y. Y. dan A. F. (2019). Tata Niaga Islami Berbasis Digital. Bnada Aceh.
- Feri, S. (2014). Terobosan Penjualan Online Ala Dropshipping. Andi Publisher.
- Ismawati, R. (2015). Perkembangan Teknologi. Kompasiana.com.
- Ludwianto, Bianda, D., & Muhammad, F. (2020). Riset: 64% Penduduk Indonesia Sudah Pakai Internet. Kumparan.com. <https://kumparan.com/>

kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp/full

Mestika, Z. (2004). Metode Penelitian Kepustakaan. Yayasan Obor Indonesia.

Muhammad, Abdul Wahab, L. (2018). Halal Haram Dropshipping. Rumah Fiqih Publishing.

Pekerti, R. D., & Herwiyanti, E. (2018). Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi, 20(2).

Prabowo, B., Priyono, E. A., & Hendrawati, D. (2016). Tanggung jawab dropshiper dalam transaksi e-commerce dengan cara dropship ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Diponegoro Law Journal, 5(3), 1-14.

Romdhon, M. R. (2015). Jual Beli Online Menurut Madzhab Asy-Syafi'i. Pustaka Cipasung.

Sa'id, Addin, Muhammad, A.-K. (2002). Al-Mu'amalat Al-Maliyah Al-Mu'ashirah (Bairut, Ed.). Al-Maktab Al-Islami.

Syafii, A. (2013). Step By Step Bisnis Dropshipping & Reseller. Elex Media Komputindo.

Tim, Penyusun, K. (2005). Kamus Besar Bahasa Indonesia (Cet, III). Balai Pustaka.

Zuhaili, W., & Sulaiman, W. (2009). Al-Mausu'ah Al-Qur'aniyyah al-Muyassarah, Terj. Imam Ghazali Masykur dan Ahmad Syaikh, Al-Qur'an Seven in One, Cet. II.