

## Dropshipping dalam Perspektif Hadis: Antara Gharar, Khiyar, dan Akad Wakalah

Maulana<sup>1</sup>, Zulfahmi Alwi<sup>2</sup>, Abdul Rahman Sakka<sup>3</sup>, Mukhtar Galib<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

[lanmaalmaulan1967@gmail.com](mailto:lanmaalmaulan1967@gmail.com)

[zulfahmi.alwi@uin-alauddin.ac.id](mailto:zulfahmi.alwi@uin-alauddin.ac.id)

[abdsakka@gmail.com](mailto:abdsakka@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Hasanuddin

[mukhtargalib.stimlash@gmail.com](mailto:mukhtargalib.stimlash@gmail.com)

---

### ARTICLE DETAILS

#### History

*Received* : February

*Revised Format* : March

*Accepted* : April

#### Keywords :

dropshipping, gharar, khiyar, wakalah

---

### ABSTRACTS

Dropshipping, a burgeoning business model where sellers do not maintain inventory, has been the focus of this research. The study aimed to analyze dropshipping from the perspective of hadith, emphasizing three main concepts: gharar (uncertainty), khiyar (option to choose), and akad wakalah (representation). The literature review method was employed to gather data from the Hadith of Prophet Muhammad SAW and related secondary sources. The research indicates that dropshipping has the potential to involve gharar due to uncertainty about product information and stock availability. However, efforts to minimize gharar can be made by providing accurate product descriptions, ensuring the buyer's right to khiyar, and collaborating with reputable suppliers. The concept of wakalah serves as the cornerstone in dropshipping practices, where the seller acts as a representative of the buyer entrusted to act with integrity. Thus, the conclusion drawn is that dropshipping is permissible in Islam as long as it does not involve excessive gharar, and dropship sellers adhere to Sharia principles such as transparency of information, granting the buyer's right to khiyar, and acting as trustworthy representatives.

©2024 STIM Lasharan Jaya Makassar

---

### Pendahuluan

Jual beli dropshipping adalah sebuah metode bisnis online yang menawarkan kemudahan bagi para penjual (Pitriani, E., & Purnama, D. 2015). Dalam sistem ini, penjual tidak perlu lagi repot memiliki stok barang di gudangnya. Ketika seorang pembeli melakukan pemesanan atas produk yang ditawarkan, penjual hanya perlu meneruskan pesanan tersebut kepada supplier yang bekerjasama. Selanjutnya, supplier akan mengirimkan produk tersebut secara langsung kepada pembeli atas nama penjual (Hafifi, A. 2022).

Salah satu keunggulan utama dropshipping adalah kebebasan bagi penjual untuk fokus pada aspek pemasaran dan penjualan. Beban logistik dan pengiriman barang sepenuhnya ditangani oleh supplier. Hal ini memungkinkan penjual untuk mengalokasikan waktu dan sumber daya mereka secara optimal untuk meningkatkan strategi pemasaran, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan konversi penjualan.

Penjual tidak perlu khawatir tentang penyimpanan stok barang, pengemasan, dan pengiriman, yang seringkali memakan waktu dan membutuhkan keahlian khusus. Dengan dropshipping, mereka dapat fokus pada membangun brand, mengembangkan konten yang menarik, dan menjalin hubungan yang kuat dengan pelanggan.

\*Corresponding Author Email Address: [lanmaalmaulan1967@gmail.com](mailto:lanmaalmaulan1967@gmail.com)

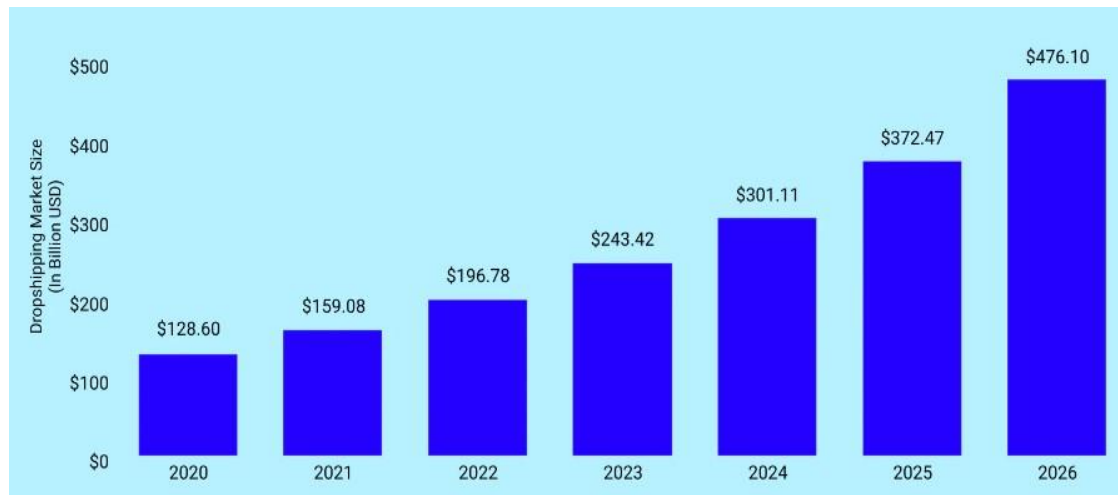
Lebih lanjut, dropshipping membantu mengurangi biaya operasional dan risiko. Penjual tidak perlu mengeluarkan modal besar untuk membeli dan menyimpan stok barang, yang dapat meminimalkan risiko kerugian finansial akibat produk yang tidak terjual. Selain itu, mereka terhindar dari biaya sewa gudang, gaji karyawan, dan biaya overhead lainnya yang terkait dengan pengelolaan stok barang. Dengan dropshipping, penjual dapat menjalankan bisnis dengan lebih hemat dan efisien, sehingga meningkatkan peluang untuk meraih keuntungan yang lebih besar. Singkatnya, dropshipping menawarkan solusi ideal bagi individu yang ingin memulai usaha dengan modal kecil dan fleksibilitas tinggi. Sistem ini memungkinkan mereka untuk fokus pada aspek inti bisnis, yaitu pemasaran dan penjualan, tanpa terbebani oleh logistik dan pengelolaan stok barang (Salsabiila, Y., et al 2020)..

Di era digital ini kemajuan teknologi dengan pemanfaatan media sosial juga memiliki dampak yang signifikan terhadap aksentuasi jaringan bisnis (Galib, M., et al, 2022), yang mendorong bisnis dropshipping menjadi tren baru dalam dunia bisnis online. Sistem penjualan ini menawarkan berbagai keuntungan yang menarik bagi individu yang ingin memulai usaha dengan mudah dan hemat. Keuntungan utama dari dropshipping adalah kemudahan dalam memulai bisnis online. Berbeda dengan sistem penjualan tradisional yang membutuhkan modal besar untuk membeli stok barang, dropshipping memungkinkan penjual untuk memulai usaha dengan modal yang relatif kecil. Penjual tidak perlu khawatir tentang penyimpanan, pengemasan, dan pengiriman barang. Seluruh proses logistik ditangani oleh supplier, sehingga mengurangi kompleksitas dan biaya operasional. Dengan biaya awal yang rendah dan pengaturan bebas inventaris, tidak sulit untuk memahami mengapa dropshipping telah menjadi salah satu model bisnis online paling populer saat ini (<https://www.oberlo.com/statistics/dropshipping-market>).

Menurut data terbaru, pasar dropshipping global diperkirakan akan mencapai \$301,11 miliar pada tahun 2024. Ini juga merupakan tahun pertama pasar dropshipping diperkirakan akan melampaui \$300 miliar, setelah meningkat sebesar 23,7% dari angka pada tahun 2023. Bukan hanya itu, angka ini diperkirakan akan terus meningkat di tahun-tahun mendatang, dengan data yang menunjukkan adanya peningkatan yang terus menerus dan pesat. Ukuran pasar dropshipping ditetapkan untuk pertumbuhan lebih lanjut, mencapai \$372,47 miliar pada tahun 2025. Para ahli memperkirakan bahwa pada tahun 2026, ukuran pasar dropshipping akan bernilai sebanyak \$476,1 miliar. Sebagai gambaran, nilai ini lebih dari 3,5 kali lipat nilainya pada tahun 2020 dan pertumbuhan yang mengesankan sebesar \$347,5 miliar hanya dalam waktu enam tahun. Dari tahun 2020 hingga 2026, tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata ukuran pasar dropship diperkirakan sebesar 24,39%. Peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2026 yang diperkirakan meningkat sebesar 27,82%. Sebelumnya pada tahun 2020 hingga 2025, pasar dropship diperkirakan akan tumbuh sebesar 23,7% per tahun.. (<https://www.oberlo.com/statistics/dropshipping-market>).

Pertumbuhan pasar dropshipping yang terus meningkat secara signifikan semakin menegaskan bahwa bisnis ini telah menjadi salah satu fenomena menarik yang terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi (Arifin, Z. et al 2023). Keuntungan yang cukup menjanjikan, seperti yang telah diuraikan sebelumnya, menjadikan dropshipping bukan hanya sebagai alternatif bisnis, tetapi juga sebagai pilihan utama bagi banyak individu maupun perusahaan yang ingin memanfaatkan potensi pasar global dengan modal dan risiko yang minimal. Dalam era di mana konektivitas digital telah menjadi inti dari aktivitas ekonomi global, dropshipping muncul sebagai model bisnis yang responsif, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan pasar yang dinamis. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan jika semakin banyak orang yang tertarik untuk terlibat dalam bisnis ini sebagai bagian dari upaya mereka untuk meraih kesuksesan dalam ranah perdagangan online.

Tabel 1. Global Dropshipping Market Size 2020-2026



Sumber : Statista 2024 (<https://www.statista.com/statistics/1255179/dropshipping-services-market-size-region/>)

Keuntungan utama dari jual beli dropshipping adalah kemudahan dalam memulai bisnis online. Dengan tidak perlu menyediakan stok barang, penjual dapat memulai bisnis mereka dengan modal yang relatif kecil. Selain itu, penjual juga dapat mengakses berbagai produk yang ditawarkan oleh supplier, sehingga dapat menawarkan variasi yang lebih luas kepada pelanggan mereka (Hasanah, N. 2019).

Namun, seperti halnya bisnis lainnya, jual beli dropshipping juga memiliki tantangan sendiri. Salah satu tantangan utamanya adalah ketergantungan pada supplier. Penjual perlu memastikan bahwa supplier yang mereka pilih memiliki reputasi yang baik dan dapat dipercaya dalam mengirimkan produk kepada pelanggan. Selain itu, penjual juga perlu memperhatikan aspek pemasaran dan kepuasan pelanggan untuk membangun dan mempertahankan basis pelanggan yang loyal.

Dengan demikian, proses logistik dan pengiriman barang menjadi tanggung jawab penuh dari supplier, sedangkan penjual dapat fokus pada aspek penjualan, pemasaran, dan pelayanan pelanggan. Ini memungkinkan penjual untuk lebih fleksibel dalam mengelola bisnisnya tanpa perlu modal besar untuk investasi awal dalam persediaan barang. Dengan penekanan pada pemasaran dan strategi penjualan yang efektif, bisnis dropshipping dapat menjadi model yang menguntungkan bagi para pelaku bisnis online (Cahyadi, I. F. 2018).

Jual beli dropshipping tidak hanya memberikan kemudahan bagi penjual, tetapi juga bagi seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut. Bagi pembeli, mereka dapat menikmati berbagai keuntungan, <https://www.oberlo.com/blog/what-is-dropshipping>. seperti akses mudah terhadap berbagai produk tanpa harus berurusan dengan stok atau pengiriman. Mereka juga dapat menikmati beragam pilihan produk dari berbagai supplier tanpa harus membatasi diri pada satu toko atau merek tertentu.

Sementara itu, bagi supplier, model bisnis dropshipping memberikan kesempatan untuk meningkatkan penjualan mereka dengan menjangkau lebih banyak pelanggan melalui kerjasama dengan berbagai penjual online. Mereka juga dapat mengurangi risiko overstocking atau pemborosan stok karena mereka hanya akan memproduksi atau menyimpan barang saat ada permintaan yang nyata.

Selain itu, model bisnis dropshipping juga memberikan keuntungan bagi konsumen secara keseluruhan. Dengan meningkatnya persaingan antarpengjual, konsumen dapat menikmati harga yang lebih kompetitif dan beragam promosi atau diskon yang ditawarkan oleh penjual untuk menarik perhatian pembeli potensial.

Dalam konteks hubungannya dengan ajaran agama, khususnya Islam, konsep jual beli dropshipping dapat dilihat sejalan dengan prinsip-prinsip yang terdapat dalam hadits (Nubahai, L. 2019). Salah satu prinsip yang relevan adalah keadilan dalam jual beli, di mana setiap pihak harus saling mendapatkan manfaat yang setara dalam transaksi tersebut. Dalam dropshipping, manfaat yang diperoleh oleh setiap pihak dijaga secara proporsional: penjual memperoleh keuntungan dari penjualan tanpa harus menanggung risiko stok barang, pembeli mendapatkan produk dengan harga yang wajar, dan supplier memperoleh penghasilan dari produksi dan pengiriman barang.

Selain itu bisnis dalam Islam menekankan pentingnya kejelasan dan menghindari kesamaran atau ketidakjelasan (jahalah) dalam transaksi. Hal ini ditegaskan dalam hadis yang melarang praktek jual beli yang tidak jelas, seperti jual beli ikan yang masih dalam kolam, yang merupakan contoh dari transaksi yang memiliki unsur kesamaran Rasulullah saw menjelaskan pentingnya menghindari praktek-praktek yang dapat menimbulkan kerugian, seperti perjudian dan riba, yang seringkali menggiring banyak orang untuk meraih keuntungan dengan cara yang diharamkan. Islam juga mengajarkan untuk tidak melakukan penyalahgunaan hak (ta'assuf fi isti'malil haqq) dan ihtikar, yang berarti penimbunan dan kezaliman, yang dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain atau masyarakat umum. (<https://muhammadiyah.or.id/2020/08/etika-bisnis-dalam-islam/>)

Dari Anas Bin Malik R.A. ia berkata: Rasulullah saw melarang jual beli muhaqalah (yaitu; jual beli buah yang masih di atas pohonnya), dan muhadharah (jual beli buah yang belum matang/masih hijau dan belum jelas kualitasnya), jual beli raba (yaitu; jual beli dengan tidak mengetahui ukuran, jenis dan kualitas barang), jual beli lempar dan jual beli muzabanah". (HR. Al-Bukhari).

## **Tinjauan Pustaka dan Hipotesis**

### **Pengertian Dropshipping**

Dropshipping adalah model bisnis di mana penjual (dropshipper) tidak perlu menyimpan stok barang yang dijual (Sulianta, Feli. 2014).. Sebagai gantinya, ketika ada pesanan, penjual akan meneruskan detail pesanan tersebut ke pemasok pihak ketiga yang kemudian akan mengirimkan produk langsung ke pelanggan

Dropshipping, sebagai konsep bisnis yang semakin populer, menawarkan sebuah strategi yang memungkinkan baik perorangan maupun badan usaha untuk terlibat dalam perdagangan tanpa harus menghadapi risiko stok barang. Dengan menjalin kerjasama langsung dengan pemasok, para pelaku bisnis dapat menjual produk kepada konsumen tanpa perlu menyimpan barang secara fisik (Sulianti, Feli 2014). Iswidharmanjaya (2012) menegaskan bahwa dalam dropshipping, keseluruhan proses dari pengadaan produk hingga pengiriman kepada pembeli dapat dilakukan tanpa keharusan memiliki persediaan barang. Transaksi ini melibatkan tiga pihak utama, yaitu Dropshipper sebagai pihak yang memfasilitasi proses pengiriman, Penjual yang memasarkan produk kepada konsumen, dan Pembeli yang memperoleh barang secara langsung.

Perlu ditegaskan bahwa dalam konteks dropshipping, peran yang dimiliki oleh dropshipper sebenarnya bukan sebagai penjual langsung kepada konsumen dalam ranah bisnis online. Sejumlah sumber dalam bahasa Inggris yang membahas tentang dropshipping menegaskan bahwa dropshipper adalah individu atau entitas yang memiliki barang, baik itu sebagai

produsen, pemilik toko, atau agen distribusi. Di sisi lain, penjual adalah pihak yang menghadirkan barang kepada konsumen. Dalam sistem dropship, Anda sebagai pelaku bisnis dapat menjalankan aktivitas penjualan tanpa perlu mengelola persediaan barang atau mengurus proses pengiriman. Peran utama Anda sebenarnya adalah sebagai pemasar, yang bertugas untuk menjangkau dan memperoleh pembeli potensial. Kemudian, distributor akan mengirimkan barang langsung kepada pembeli atas nama Anda sebagai penjual. Proses ini biasanya dilakukan setelah pembayaran telah dilakukan sesuai dengan kesepakatan harga yang telah ditetapkan (Setiawan, 2014)

### **Cara Kerja Dropshipping**

Proses dropshipping dimulai ketika dropshipper menawarkan barang kepada pelanggan. Setelah pelanggan membeli dan mentransfer uang, dropshipper membayar barang kepada supplier sesuai harga beli ditambah ongkos kirim ke pelanggan. Supplier kemudian mengirimkan pesanan langsung ke pelanggan dengan data yang telah diberikan oleh dropshipper (Hasanah, N. 2019).

Menurut Ahmad Syafii, skema dropship berjalan sebagai berikut: Pertama, dropshipper menawarkan barang kepada pelanggan. Selanjutnya, pelanggan membeli produk tersebut dan mentransfer uang ke dropshipper sebagai pembayaran. Setelah itu, dropshipper membayar barang kepada supplier sesuai dengan harga beli dropshipper, termasuk ongkos kirim ke pelanggan. Pada saat yang bersamaan, dropshipper juga memberikan data-data pelanggan kepada supplier untuk mempermudah proses pengiriman. Terakhir, supplier mengirimkan barang langsung kepada pembeli atau pelanggan atas nama dropshipper,

### **Keuntungan Dan Kekurangan Dropshipping.**

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

#### *Keuntungan Dropshipping*

1. Modal Minim: Dropshipping memungkinkan seseorang untuk memulai bisnis dengan modal yang relatif kecil karena tidak perlu membeli stok barang
2. Fleksibilitas: Dropshipping menawarkan fleksibilitas dalam hal waktu dan lokasi kerja, serta kemudahan dalam menambah atau mengurangi produk yang dijual
3. Risiko Rendah: Karena tidak perlu menyetok barang, risiko kerugian akibat barang tidak laku atau rusak menjadi lebih kecil
4. Kemudahan Skalabilitas: Bisnis dropshipping mudah untuk diskalakan tanpa perlu memikirkan masalah gudang atau logistik
5. Keragaman Produk: Dropshipper dapat menjual berbagai macam produk tanpa terbatas oleh stok yang dimiliki.

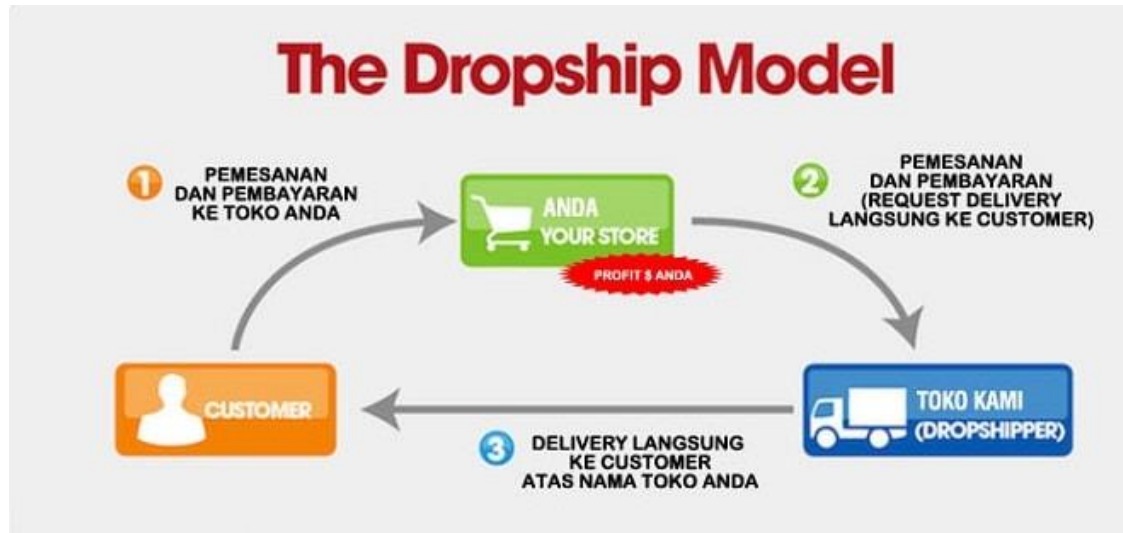
#### *Kekurangan Dropshipping*

1. Margin Keuntungan Rendah: Karena tidak memiliki kontrol atas harga pembelian, margin keuntungan dropshipper biasanya lebih rendah dibandingkan dengan model bisnis lain
2. Kontrol Produk Terbatas: Dropshipper tidak memiliki kendali atas kualitas dan ketersediaan produk, serta tidak dapat melakukan modifikasi produk
3. Persaingan Ketat: Banyak orang yang memulai bisnis dropshipping dengan produk yang sama, sehingga persaingan bisa menjadi sangat ketat
4. Tanggung Jawab Terhadap Pelayanan Pelanggan: Meskipun tidak menangani produk secara langsung, dropshipper tetap bertanggung jawab atas layanan pelanggan, termasuk komplain dan pengembalian barang.

### **Mekanisme Transaksi Dropshipping**

Proses transaksi dalam model bisnis dropshipping dimulai ketika pembeli melakukan pemesanan barang dan membayarkan jumlah uang yang telah disepakati kepada penjual. Setelah menerima pesanan, penjual selanjutnya memberikan informasi kepada dropshipper tentang pesanan tersebut, dan membayar dropshipper sesuai dengan harga barang dikurangi keuntungan yang telah ditentukan. Selanjutnya, tanggung jawab dropshipper adalah mengirimkan produk yang dipesan oleh pembeli, dengan mencantumkan alamat penjual sebagai pengirim (Iswidharmanjaya, 2012).

Gambar 2. Skema Bisnis Dropshipping



Berikut adalah mekanisme transaksi dropshipping secara lebih rinci:

- 1. Pembeli Menempatkan Pesanan:**  
Pembeli: Mengunjungi toko online dropshipper, memilih produk, menambahkan ke keranjang belanja, checkout, dan memasukkan informasi pengiriman dan pembayaran.
- 2. Dropshipper Menerima Pesanan:**  
Dropshipper: Menerima pemberitahuan pesanan melalui email/platform toko online, mencatat detail pesanan (nama pembeli, alamat, produk, harga, dll.).
- 3. Dropshipper Membeli Barang dari Supplier:**  
Dropshipper: Mencari supplier produk yang dipesan, membeli barang dengan harga grosir, dan memberikan alamat pengiriman pembeli kepada supplier.
- 4. Supplier Mengirimkan Barang ke Pembeli:**  
Supplier: Mengemas barang, menempelkan label pengiriman, dan mengirimkan barang ke pembeli melalui kurir.
- 5. Pembeli Menerima Barang:**  
Pembeli: Menerima barang dari kurir, membayar ongkos kirim (jika ada), dan memeriksa kondisi barang.
- 6. Dropshipper Menerima Keuntungan:**  
Dropshipper: Menerima pembayaran dari pembeli, menghitung keuntungan (harga jual - harga beli), dan mentransfer keuntungan ke rekening bank.

### Pengertian Gharar, Khiyar, dan Akad Wakalah

#### 1. Gharar (Gharar)

Secara umum, konsep gharar mengacu pada ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam suatu transaksi bisnis. Dalam konteks bisnis, gharar merujuk pada situasi di mana terdapat ketidakjelasan yang meliputi beberapa hal, seperti kualitas barang yang tidak diketahui dengan pasti oleh pembeli, kondisi barang yang mungkin rusak atau cacat tanpa pengetahuan pembeli, serta ketidakpastian mengenai waktu pengiriman barang kepada pembeli. Dalam perspektif Islam, gharar dianggap sebagai hal yang dilarang dalam proses jual beli. Hadis-hadis menegaskan larangan terhadap transaksi yang mengandung gharar karena dapat merugikan salah satu pihak dan berpotensi menimbulkan konflik. Oleh karena itu, prinsip-prinsip Islam menekankan pentingnya kejelasan dan kepastian dalam setiap transaksi jual beli untuk mencegah kerugian dan konflik yang tidak diinginkan.

Hadis yang menjelaskan hal ini adalah Ada beberapa hadis yang menjelaskan larangan gharar dalam jual beli, diantaranya:

Hadits dari Abu Hurairah : “Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam melarang jual beli *al-hashoh* dan jual beli *gharar*. (HR.Muslim)”

**Al-hashoh:** Jual beli yang dilakukan dengan cara melempar batu untuk menentukan siapa yang mendapatkan barang.

**Gharar:** Jual beli yang mengandung ketidakjelasan, seperti jual beli buah yang masih di pohon.

## 2. Khiyar

Secara umum, konsep khiyar mengacu pada hak memilih yang dimiliki seseorang. Dalam konteks bisnis, khiyar merupakan hak yang diberikan kepada pembeli untuk membatalkan transaksi jual beli dalam jangka waktu tertentu, yang biasanya diatur dalam akad (perjanjian) jual beli. Dalam pandangan Islam, prinsip ini diakui dengan adanya hak khiyar bagi pembeli. Beberapa hadis menegaskan tentang pentingnya hak khiyar, seperti hak bagi pembeli untuk membatalkan transaksi dalam jangka waktu tiga hari. Hak ini menjadi salah satu bentuk perlindungan terhadap pembeli dalam menjalankan transaksi bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan dan keberimbangan yang diamanatkan oleh ajaran Islam.

terdapat beberapa hadits dalam kedua kumpulan tersebut yang membahas tentang konsep khiyar al-'aib , yaitu hak pembeli untuk mengembalikan barang yang cacat atau menerima pengembalian uang. Salah satunya adalah Hadits dari Abu Hurairah (Sahih Bukhari):

“Barangsiapa membeli sesuatu, kemudian dia menemukan kekurangannya, maka dia berhak mengembalikannya.” (HR.Bukhari no.2079).

## 3. Akad Wakalah

Secara umum: Akad Wakalah adalah akad perwakilan, yaitu akad di mana seseorang memberikan kuasa kepada orang lain untuk melakukan tindakan hukum atau perbuatan tertentu atas namanya.

Dalam bisnis: Akad Wakalah bisa diterapkan dalam berbagai situasi, salah satunya dropshipping. Dalam dropshipping, penjual dropship bisa dianggap sebagai wakil dari pembeli untuk melakukan pembelian barang dari supplier.

Islam membolehkan akad wakalah dengan syarat-syarat tertentu. Akad wakalah harus memenuhi asas dan syarat hukum, seperti kesediaan kedua belah pihak dan objek yang diwakilinya secara jelas.

Hadits yang relevan yaitu Hadits dari Abu Hurairah (Sahih Bukhari):

“Rasulullah SAW bersabda: ‘Barangsiapa mewakili seseorang dalam suatu urusan, maka hendaknya dia memilih orang yang paling amanah di antara mereka.’” (HR. Bukhari no. 2282)

## Metodologi Penelitian

Dalam penelitian, salah satu metode yang dapat digunakan adalah metode library research, yang melibatkan pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori yang



terdapat dalam berbagai literatur atau referensi. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mencari sumber-sumber yang relevan dan membangun konstruksi pengetahuan dari berbagai jenis literatur, termasuk buku, jurnal, serta riset-riset yang telah dilakukan sebelumnya (Haryono et al.2023). Data penelitian diperoleh dari sumber primer berupa hadis Nabi Muhammad SAW dan sumber sekunder berupa kitab-kitab fikih, artikel ilmiah, dan jurnal terkait.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, yaitu membaca, menelaah, dan menganalisis sumber-sumber data yang relevan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis konten dan analisis tematik (Merriam, SB 2009).

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Relevansi Gharar dengan Dropshipping**

**Deskripsi Barang:** Penjual dropship mungkin tidak memiliki akses langsung terhadap barang yang dijualnya, yang dapat menyebabkan deskripsi barang yang diberikan kepada pembeli tidak sepenuhnya akurat atau lengkap. Keterbatasan ini dapat mengakibatkan ketidakcocokan antara harapan pembeli dengan apa yang sebenarnya diterima, menghasilkan ketidakpuasan dan potensinya konflik antara penjual dan pembeli.

**Stok Barang:** Dalam model bisnis dropshipping, penjual tidak memiliki kontrol penuh terhadap stok barang karena mereka tidak menyimpan barang secara fisik. Ini berarti ketidakpastian dalam ketersediaan barang dapat menjadi masalah serius. Ketika pembeli melakukan pemesanan, namun ternyata barang tidak tersedia di pihak pemasok, hal ini dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman, kekecewaan pembeli, dan merugikan reputasi penjual.

**Kualitas Barang:** Penjual dropship bergantung sepenuhnya pada pemasok untuk memastikan kualitas barang yang dijual. Dalam situasi di mana penjual tidak memiliki kontrol langsung terhadap barang yang dikirimkan kepada pembeli, risiko menerima barang dengan kualitas yang buruk atau tidak sesuai dengan harapan menjadi lebih tinggi. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakpuasan pembeli dan kerugian finansial bagi penjual jika terjadi pengembalian barang atau klaim garansi yang harus ditanggung.

### **Relevansi Khiyar dengan Dropshipping**

Hak khiyar menjadi relevan dalam konteks dropshipping karena adanya potensi ketidaksesuaian antara barang yang diterima pembeli dengan deskripsi atau spesifikasi yang ditawarkan oleh penjual. Dalam penelitian oleh Norman dan Aisyah (2019), terungkap bahwa pembeli harus diberikan kesempatan untuk menggunakan hak khiyar jika terjadi ketidaksesuaian barang yang diterima dengan deskripsi yang diberikan. Misalnya, jika barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang diiklankan, baik dari segi fitur, ukuran, warna, atau kualitas, pembeli berhak untuk mengembalikan barang tersebut.

Selain itu, jika barang yang diterima oleh pembeli cacat atau rusak, pembeli juga berhak untuk menggunakan hak khiyar dan mengembalikan barang tersebut. Hal lain, jika barang yang diterima oleh pembeli berbeda dengan yang seharusnya dipesan, misalnya salah dalam model atau jenis produk, pembeli memiliki hak untuk mengembalikan barang tersebut. Dengan demikian, hak khiyar menjadi penting dalam melindungi kepentingan pembeli dalam transaksi dropshipping dan menjaga keadilan dalam proses jual beli.

### **Relevansi Wakalah dengan Dropshipping**



Relevansi Wakalah dengan dropshipping terletak pada konsep perwakilan yang mendasari kedua model tersebut. Dalam akad Wakalah, seseorang memberikan kuasa kepada orang lain untuk melakukan tindakan hukum atau perbuatan tertentu atas namanya. Dalam konteks dropshipping, penjual dropship bertindak sebagai perwakilan pembeli dalam melakukan pembelian barang dari pemasok atau supplier. Penjual dropship bertindak atas nama pembeli dalam proses ini, yang sesuai dengan prinsip perwakilan dalam akad Wakalah. Dengan demikian, konsep Wakalah memberikan landasan hukum bagi model bisnis dropshipping, yang melibatkan perwakilan antara penjual dan pembeli dalam proses transaksi.

Hal ini memperkuat prinsip kepercayaan antara kedua belah pihak dalam menjalankan bisnis secara efisien dan adil. Selain itu, Wakalah juga memberikan perlindungan hukum bagi pembeli, karena penjual dropship bertanggung jawab atas pembelian yang dilakukannya atas nama pembeli, termasuk dalam hal kualitas barang dan kepastian pengiriman. Oleh karena itu, relevansi Wakalah dengan dropshipping menunjukkan bahwa prinsip perwakilan dalam Islam dapat diterapkan dalam konteks bisnis modern seperti dropshipping untuk memastikan keadilan dan keamanan dalam transaksi bisnis.

### **Dropshipper sebagai Wakil dari Konsumen**

Dropshipper memiliki kemampuan untuk menjalin kesepakatan dengan calon konsumen yang memerlukan berbagai jenis barang, sehingga mereka berfungsi sebagai perwakilan atau wakil dari konsumen dan bertindak sesuai dengan keinginan serta permintaan konsumen tersebut. Dalam konteks ini, dropshipper dapat menggunakan konsep akad wakalah bil ujah atau wakalah bi ghoiri ujah, di mana mereka bertindak atas nama konsumen untuk melakukan transaksi pembelian barang.

Analogi ini dapat ditemukan dalam kisah Urwah al-Bariqi, yang bertindak sebagai wakil dari Rasulullah untuk membeli seekor kambing. Dengan satu dinar yang diberikan oleh Rasulullah, Urwah berhasil membeli dua ekor kambing. Kemudian, Urwah menjual salah satu kambing tersebut dengan harga satu dinar, sehingga tersisa satu kambing. Akhirnya, Urwah menyerahkan satu kambing dan uang satu dinar tersebut kembali kepada Rasulullah. Kisah ini terdokumentasi dalam kitab shahih al-Bukhari sebagai contoh nyata dari penerapan prinsip wakalah dalam transaksi bisnis.

### **Dropshipper sebagai Penjual dalam Salam**

Dropshipper memiliki alternatif untuk menerapkan skema akad salam dalam operasi bisnis mereka. Dalam akad salam, dropshipper bertugas untuk menyampaikan kepada calon konsumen berbagai kriteria tentang barang yang ditawarkan, baik itu melalui deskripsi tertulis ataupun dengan menyertakan gambar barang (Kalbuadi, P. 2015). Ketika ada calon konsumen yang tertarik dengan barang yang ditawarkan dengan harga yang telah disepakati, dropshipper akan melakukan pembelian barang tersebut. Meskipun skema salam ini memiliki kesamaan dengan sistem dropshipping dalam hal perantara antara penjual dan pembeli, namun terdapat perbedaan signifikan yang patut dicatat.

Perbedaan pertama terletak pada proses pembayaran. Dalam akad salam, calon konsumen diwajibkan untuk melakukan pembayaran secara tunai dan penuh pada awal akad. Ini berarti bahwa pembayaran dilakukan sebelum barang dikirimkan kepada konsumen. Sementara dalam dropshipping, pembayaran seringkali terjadi setelah pembeli melakukan pemesanan dan sebelum barang dikirimkan. Perbedaan ini mencerminkan struktur pembayaran yang berbeda antara kedua skema tersebut, dengan akad salam menekankan pada pembayaran yang langsung dan penuh pada awal transaksi.

Selain itu, tanggung jawab terhadap risiko juga menjadi perbedaan penting antara skema akad salam dan dropshipping. Dalam akad salam, semua risiko yang terkait dengan pengiriman barang hingga sampai ke tangan konsumen menjadi tanggung jawab dropshipper, bukan

supplier (Palevy, M. R., Furqani, H., & Hasnita, N. 2020). Hal ini berarti bahwa dropshipper harus menanggung risiko terkait dengan keterlambatan pengiriman, kerusakan barang selama pengiriman, atau kehilangan barang dalam proses pengiriman. Sementara dalam dropshipping, tanggung jawab atas risiko pengiriman barang biasanya ditanggung oleh pemasok atau supplier. Perbedaan ini menggambarkan alokasi tanggung jawab yang berbeda antara kedua skema tersebut dalam hal manajemen risiko bisnis.

Rasulullah SAW, memberi petunjuk “Siapa pun yang memperjualbelikan sesuatu barang dengan skema salam atau salaf (pembayaran di muka lunas sedangkan serah terima barang tertunda, maka hendaknya dengan takaran yang jelas, timbangan yang jelas, dan tempo serah terimanya juga jelas” (Muttafaqun ‘alaih).

### **Dropshipper sebagai Penjual dalam Murabahah lil ‘amir bisy syiro’**

Dalam konteks dropshipping, skema akad *murabahah lil ‘amir bisy syiro’* (pemesanan tidak mengikat) memberikan fleksibilitas kepada dropshipper untuk mengatur transaksi dengan calon konsumen (Nada, N. 2019). Ketika ada minat dari calon pembeli terhadap barang yang dipasarkan, dropshipper dapat langsung melakukan pembelian barang tersebut tanpa harus menunggu kesepakatan harga dengan pembeli. Setelah barang diperoleh, dropshipper mengirimkannya kepada calon pembeli dan memulai proses negosiasi harga. Dalam tahap negosiasi ini, calon pembeli memiliki kebebasan untuk memutuskan apakah akan melanjutkan pembelian atau membatalkannya, bergantung pada kesepakatan harga yang dicapai dan kebutuhan mereka.

Namun, perlu dicatat bahwa dalam skema akad *murabahah lil ‘amir bisy syiro’*, ketika dropshipper melakukan pembelian barang tanpa kesepakatan harga yang jelas dengan pembeli, hal ini dapat menimbulkan risiko tertentu. Calon pembeli mungkin merasa tidak nyaman dengan ketidakpastian harga dan memilih untuk membatalkan transaksi. Selain itu, dropshipper juga berisiko mengalami kerugian jika harga yang disepakati dalam negosiasi ternyata lebih rendah dari harga pembelian awal. Oleh karena itu, meskipun skema ini memberikan fleksibilitas dalam pengaturan transaksi, perlu dilakukan komunikasi yang jelas dan transparan antara dropshipper dan calon pembeli untuk menghindari potensi konflik dan kerugian.

### **Kesimpulan**

Dropshipping pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam selama tidak mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) yang berlebihan. Untuk memastikan kesesuaian dengan syariah, penjual dropship harus memperhatikan beberapa hal:

1. **Transparansi Informasi:** Deskripsi barang yang akurat dan lengkap harus diberikan kepada pembeli berdasarkan informasi yang diperoleh dari pemasok.
2. **Hak Khiyar:** Jaminan hak khiyar berupa kesempatan untuk mengembalikan barang jika terjadi ketidaksesuaian dengan deskripsi atau cacat perlu diberikan kepada pembeli.
3. **Kerjasama dengan Pemasok Bereputasi Baik:** Pilihlah pemasok yang memiliki reputasi baik dalam hal kualitas barang dan pelayanan untuk meminimalisir risiko gharar.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, penjual dropship dapat menjalankan bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam..

### **Saran**

1. Bagi penjual dropship, penting untuk terus mendalami ilmu pengetahuan terkait bisnis dropship yang sesuai dengan syariah.

2. Lembaga-lembaga terkait seperti MUI (Majelis Ulama Indonesia) diharapkan dapat mengeluarkan fatwa atau panduan yang lebih rinci tentang dropshipping dalam perspektif Islam.
3. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengkaji aspek-aspek lain dari dropshipping dalam perspektif Islam, seperti aspek hukum positif, aspek ekonomi, dan aspek sosial.

## Reference

- Arifin, Z., Sari, F. P., Purwati, S., Akbar, M., Munizu, M., Hertini, E. S., ... & Artawan, P. (2023). *Pengantar & Model Kewirausahaan Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Bariroh, M. (2016). Transaksi Jual beli dropshipping dalam perspektif fiqh muamalah. *Jurnal Ahkam*, 4(2), 199-216.
- Cahyadi, I. F. (2018). Sistem Pemasaran Dropship dalam Perspektif Islam. *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law*, 1(1), 24-43.
- Galib, M., Haerani, S., Mamimg, J., & Razak Munir, A. (2022). The Role of SMT and Business Network Accentuation on Value Distribution and Performance Consequences. *Journal of Distribution Science*, 20(5), 97-104.
- Hafifi, A. (2022). Jual Beli Dropship Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Madani Syariah*, 5(1).
- Hasanah, N. (2019). Analisis Mekanisme Dropshipper dan Reseller di Toko Online S3 Komputer Surabaya. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Hasanah, N. (2019). Analisis Mekanisme Dropshipper dan Reseller di Toko Online S3 Komputer Surabaya. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- <https://www.oberlo.com/blog/what-is-dropshipping>.
- Iswidharmanjaya, D. (2012). *Dropshipping: Cara mudah bisnis online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Iswidharmanjaya, Derry. (2012). *Dropshipping Cara Mudah Bisnis Online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kalbuadi, P. (2015). Jual Beli Online Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum Kasus).
- Merriam, SB (2009). *Penelitian kualitatif: Panduan bagi peneliti pendidikan* (edisi ke-4). Jossey-Bass
- Nada, N. (2019). *Jual Beli Online Dengan Sistem Dropshipping Menurut Fatwa DSN MUI* (Doctoral dissertation, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta).
- Norman, E., & Aisyah, I. (2019). Bisnis Online Di Era Revolusi Industri 4.0 (Tinjauan Fiqih Muamalah). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 1(1), 30-44.
- Nubahai, L. (2019). Konsep Jual Beli Model Dropshipping Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Misykat*, 4(1).
- Palevy, M. R., Furqani, H., & Hasnita, N. (2020). Sistem Transaksi Dan Pertanggungans Risiko Dalam Jual Beli Dropshipping Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of sharia economics*, 1(2), 99-119.
- Pitriani, E., & Purnama, D. (2015). Dropshipping Dalam Perspektif Konsep Jual Beli Islam. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 87-104.

- Salsabiila, Y., & Fajaruddin, A. (2020). Analisis Model Dropshipping Dalam Etika Bisnis Islam. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*. E-ISSN, 2655, 335X.
- Setiawan, Deny. (2014). *Buat Toko Online Sendiri dengan Opencart*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sulianta, Feli. (2014). *Terobosan Penjualan Online Ala Dropshipping*. Yogyakarta : ANDI
- Tanjung, M. J. (2021). *Praktik Sistem Dropshipping Pada Jual Beli Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Dropshipper Tokopedia Dan Shopee Mahasiswa Uii)*..
- Wikipedia. (2023, November 16). Drop shipping. Diambil dari [https://en.wikipedia.org/wiki/Drop\\_shipping](https://en.wikipedia.org/wiki/Drop_shipping).