

Vol. 6 No. 2, July - December 2022

ISSN: 2579-9703 (P) | ISSN: 2579-9711 (E)

Academica

Journal of Multidisciplinary Studies

Vol. 6 No. 2, July - December 2022

ISSN: 2579-9703 (P) | ISSN: 2579-9711 (E)

Academica

Journal of Multidisciplinary Studies

Editorial Team

Editor in Chief

M. Agus Wahyudi (UIN Raden Mas Said Surakarta)

Reviewer

Mudofir (UIN Raden Mas Said Surakarta)

Syamsul Bakri (UIN Raden Mas Said Surakarta)

Ahmad Saifuddin (UIN Raden Mas Said Surakarta)

Alamat Redaksi:

UIN Raden Mas Said Surakarta

Jln. Pandawa No.1 Pucangan, Kartasura, Sukoharjo, Central Java, 57168

website: ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/academica

e-mail: journal.academica@gmail.com | journal.academica@iain-surakarta.ac.id

Academica

Journal of Multidisciplinary Studies

Daftar Isi

- Faktor-Faktor Penghambat Mahasiswa Dalam Menyusun Skripsi
Riski Untari, Ninik Alawiyah, Latifah Permatasari, Fitri Sulistiyarini, Safira Quita Melati 189 - 204
- Beli Online, Bayar Offline: COD Shopee dan Dampaknya Terhadap Mahasiswa Milenial
Hanifah Nur Adilah, Vinda Ardyan Novita, Dita Sri Lestari, Farah Haibah 205 - 224
- Ilmu Kantong Bolong R.M.P Sosrokartono Dalam Perspektif Moralitas Dan Implementasinya Pada Kehidupan Milenial
Ahmad Miftahudin Thohari, Lia Faridatun Nisa, Nur Azizah, Rina Mutoharoh, Erdiana Aris Tantia 225 - 244
- Pinjaman Online Pada E-Commerce Shopee Paylater Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam
Dini Nur Dianti, Anur Jamilatus Sholehah, Ranti Wulandari, Rizqi Wulansari 245 - 262
- Analisis Speaking Anxiety Dalam Proses Pembelajaran Pada Mahasiswa PBI Semester 5 UIN Raden Mas Said Surakarta
Lailatul Munawaroh, Celviaulia Fitri, Anggela Kunti, Siti Nur Laila 263 - 276
- Persepsi Masyarakat Terhadap “*Married by Accident*”
Melani Ambarwati, Siti Maslahatul Khaer, Fajar Marselina Nur Kasanah, Raudhatul Alfiah 277 - 302

Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Pemasaran Dalam Bisnis Tiktok Shop

Ika Zulianti, Mei Fatmawati, Anggraini Wahyu Ningtyas, Nurvita Sari, Indah Wulandari

303 - 318

Peran English For Specific Purpose (ESP) Terhadap Performa Pembelajaran Mahasiswa Akuntansi

Arum Ambar Sari, Luluk Farida, Yuliana Dwi Astuti, Ulfa Nurul Karimah, Hasria Sarapil

319 - 334

Tinjauan Transaksi Crypto Currency Berbasis Keabsahan Kontemporer Syariah

Muntafiah, Syamsul Bakri, Amin Rais

335 - 352

Analisis Jual Beli Model Dropshipping Dalam Perpektif Etika Bisnis Islam

Yunita Rahmawati, Failasuf Muhammad Azka, M. Agus Wahyudi, Syamsul Bakri

353 - 364



Analisis Jual Beli Model *Dropshipping* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

**Yunita Rahmawati^{1*}, Failasuf Muhammad Azka², M. Agus Wahyudi³,
Syamsul Bakri⁴**

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Abstract

Dropshipping is an online business model in which there are buying and selling involving several parties such as buyers, suppliers and dropshippers. There are conveniences and benefits offered by the dropshipping business model. As in Islam, humans are allowed to seek wealth by doing business. However, the search for this wealth in a good way and in accordance with the Shari'a, one of which reflects the ethics of Islamic business ethics in it. The purpose of this study was to analyze the activities and strategies of the dropshipping model and the application of Islamic dropshipping business ethics. The method used is qualitative with the method of literature study. The results of the study show that the dropshipping model of buying and selling is permissible in Islamic business ethics as long as it does not violate Islamic values.

Keywords: *Buy and sell; Dropshipping; Islamic Business Ethics*

Abstrak

Dropshipping merupakan model bisnis online di dalamnya terdapat jual beli yang melibatkan beberapa pihak seperti pembeli, supplier, dan dropshipper. Terdapat kemudahan dan kebermanfaatannya yang ditawarkan oleh bisnis model dropshipping. Sebagaimana dalam Islam, manusia diperbolehkan mencari kekayaan dengan berbisnis. Namun, pencarian kekayaan ini dengan cara itu baik dan sesuai syariat, salah satunya mencerminkan aksioma bisnis Islam etika di dalamnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kegiatan dan strategi dari model dropshipping dan penerapan perspektif dropshipping etika bisnis Islami. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli model dropshipping diperbolehkan dalam etika bisnis Islam dengan catatan tidak melanggar nilai-nilai ajaran Islam.

Kata kunci: Ilmu Jual Beli; Dropshipping; Etika Bisnis Islam

Corresponding author

Email: ^{1*}fatihamanullahkhan@gmail.com, ²failasufmuhammadazka168@gmail.com
³agus.wahyudi@staff.uin.ac.id, ⁴syams.bakr99@staff.uinsaid.ac.id

PENDAHULUAN

Kegiatan jual beli merupakan suatu kegiatan yang telah lama dilakukan oleh manusia guna memenuhi kebutuhan dalam kehidupannya. Kegiatan jual beli di zaman modern ini telah dibagi menjadi dua macam, yaitu jual beli dengan sistem *offline* dan jual beli dengan sistem *online*. Jual beli *online* merupakan model baru dalam pemasaran, sehingga banyak kemudahan-kemudahan yang bisa dijumpai seorang penjual dan pembeli dalam proses jual beli dalam bentuk barang, produk atau jasa (Fauzia, 2018). Dalam jual beli *online*, penjual dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan. Penjual harus amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan berbuat baik dengan segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat amanah, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya (Rivai et al., 2012).

Selain kemudahan dalam model jual beli *online*, namun juga terdapat beberapa kendala utama bagi para pembisnis pada umumnya adalah harus menyediakan barang atau jasa yang akan dijual, menyetok barang yang membutuhkan tempat yang luas dan modal, dimana hal tersebut sering menjadi masalah besar bagi pembisnis dengan modal kecil. Penyediaan stok membuat keuntungan pembisnis *online* lebih kecil, karena mereka harus membayar ongkos kirim dari supplier ke rumah mereka, sebelum dikirim lagi kepada pembeli. Saat ini, muncul salah satu model bisnis berbasis internet, yang di kenal dengan istilah *dropshipping* (Salsabiila & Fajaruddin, 2020).

Dropshipping merupakan model penjualan online dengan proses penjualan produk tanpa harus memiliki banyak modal, dan penjual tidak perlu mengurus pengiriman barang ke pembeli (Triyawan, 2018). Salah satu sistem atau model bisnis terbaru yang sekarang sedang menjadi tren dan diminati banyak orang karena kemudahannya, baik pada saat memulainya maupun saat menjalankannya. Jual beli model *dropshipping* menjadi pro dan kontra di kalangan masyarakat, akan hukum boleh dan tidaknya model jual beli ini. Banyak diantara ahli fiqh yang menyatakan setuju dan tidak setuju jual beli dengan sistem *dropshipping*. Sebagian mengatakan haram dengan berbagai dalil dan

alasan dan sebagian mengatakan halal dengan berbagai syarat (Sahroni, 2019).

Sebagaimana dalam hadis Nabi; “*Hakim bin Hizam mengatakan sesungguhnya Rasulullah mengatakan: Janganlah kamu menjual apa yang tidak kamu miliki*” (H.R. Tirmidzi). Hadis tersebut menjelaskan bahwa dalam konsep jual beli tanpa adanya kepemilikan barang oleh penjual, maka penjualan tersebut tidak diperbolehkan. Hal ini dikarenakan dalam jual beli ini pelaku *dropshipper* menjual barang yang belum menjadi miliknya. Disisi lain, kemudahan yang ditawarkan dalam konsep *dropshipping* ini dapat mendorong seorang pembisnis dalam melakukan perdagangan yang tidak baik dikarenakan amoral yang dimiliki pembisnis tersebut.

Moral atau etika dan tanggungjawab sosial bisnis hingga kini masih menjadi perdebatan serius dikalangan para pelaku bisnis maupun para akademisi dengan adanya perkembangan teknologi serta praktik bisnis. Hal ini dikarenakan bahwa etika bisnis merupakan penerapan nilai-nilai atau standar moral kebajikan, kelembagaan, dan perilaku bisnis. Penerapan moral atau etika dalam bisnis tidak lain adalah untuk meningkatkan *good will* dalam sebuah perusahaan maupun instansi perdagangan lainnya.

Terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya, penelitian Andi yang mengatakan bahwa akad jual beli model dropshipping diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya serta memenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat didalam jual beli menurut Islam (Triyawan, 2018). Jual beli *online* memiliki dampak positif karena praktis, cepat, dan mudah bagi pembeli. Namun Jika tidak sesuai dengan syarat dan ketentuan yang dijelaskan di atas, bisnis online tidak diperbolehkan (Safira & Fatriansyah, 2019). Bisnis *online* memberikan kemudahan dalam transaksi namun memiliki beberapa kemudharatan, misalnya memiliki peluang dalam melakukan penipuan dalam jual beli (Zurohman & Rahayu, 2019) .

Berdasarkan beberapa penelitian yang dipaparkan di atas, dapat dikatakan bahwa jual beli *online* dalam Islam diperbolehkan dengan syarat tidak melanggar dengan syariat agama Islam. Dalam penelitian ini akan lebih fokus pada jual beli *online* dengan model *dropshipping*. Penjualan dalam bidang

fashion secara *online* yang kini marak dan ramai digemari pada zaman sekarang, mulai dari remaja sampai kalangan dewasa. Persoalan yang akan dibahas oleh peneliti adalah bagaimana penjualan *online* dengan menggunakan model *dropshipping*, khususnya pada bidang *fashion*. Dalam penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan etika bisnis Islam dan model *dropshipping* yang kini marak diaplikasikan masyarakat dalam bisnisnya dan model *dropshipping* yang diadopsi oleh salah seorang distributor yang memiliki toko *online*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang menghasilkan data berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati dalam suatu konteks tertentu, dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik. Dalam konteks penelitian kepustakaan, data-data diambil dari eksplorasi bahan-bahan pustaka yang dikaji secara holistik, kemudian dianalisis berdasarkan kerangka berfikir atau teori tertentu paradigma filosofis yang melandasinya, selanjutnya menggunakan pendekatan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai (Hamzah, 2019).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

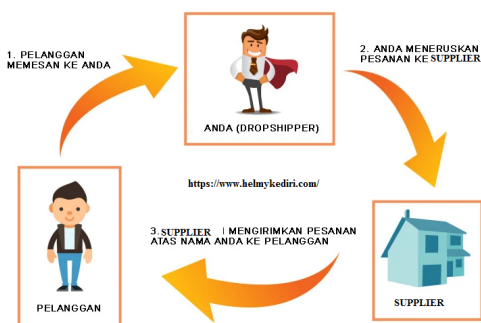
Mekanisme Dropshipping

Dropshipping merupakan metode jual beli *online* yang banyak diminati oleh banyak orang karena kemudahannya saat memulai bisnis maupun saat menjalankannya (Purnomo, 2012). Selain itu, *dropshipping* merupakan salah satu metode jual beli secara *online*, di mana badan usaha atau perorangan baik itu toko *online* maupun pengecer (*dropshipper*) tidak melakukan penyetokkan barang, dan barang didapat dari jalinan kerja sama dengan perusahaan lain yang memiliki barang yang sesungguhnya atau yang disebut *supplier* (Sulianta, 2014).

Dropshipping merupakan salah satu bisnis online afiliasi, yakni perilaku pelaku bisnis dengan memasarkan barang orang lain dengan fasilitas internet tanpa adanya status kepemilikan barang terhadap pelaku dropship (Salsabiila & Fajaruddin, 2020). Sedangkan menurut Sulianta, *dropshipping* adalah metode perdagangan, dimana badan usaha atau perorangan (retailer atau pengecer) tidak melakukan penyetokan barang, melainkan barang didapat dari jalinan kerjasama dengan perusahaan lain yang memiliki barang yang sesungguhnya (*supplier*).

Dropshipping merupakan penjualan produk yang memungkinkan retailer menjual barang ke pelanggan dengan bermodalkan foto dari *supplier* yang tanpa harus menyetok barang dan menjual ke pelanggan dengan harga yang ditentukan oleh *supplier*. Dengan adanya sistem ini, usaha *supplier* menjadi lebih ringan dalam memasarkan produk. Maka, semakin banyak *dropshipper*, semakin banyak pula tenaga pemasaran yang mereka miliki untuk memasarkan produknya ke jaringan yang lebih luas.

Berikut ini mekanisme jual beli dengan model *dropshipping*:



Gambar 1.1 Skema mekanisme *dropshipping*

Sumber: <https://www.helmykediri.com/>

Keterangan skema di atas sebagai berikut:

- Supplier* memberikan gambar atau foto produk yang akan di pasarkan oleh *dropshipper*. Kemudian *dropshipper* mengunggahnya di toko online yang dipersiapkan.

- b. Konsumen membeli barang dari toko *online* (*dropshipper*) dengan melihat dan memilih barang di foto-foto yang bervariasi pada toko online dengan kriteria tertentu. Kemudian, konsumen membayar barang sesuai harga yang telah dicantumkan. Pembayaran dapat melalui transfer bank, atau media lainnya, serta dapat melakukan pembayaran ketika barang sudah datang ke konsumen.
- c. Kemudian *dropshipper* mengkonfirmasi barang yang diinginkan atau dipesan oleh konsumen ke perusahaan rekan (*supplier*) baik penyedia atau pemilik barang yang sesungguhnya akan mengirim barang yang dipesan oleh konsumen. Walau demikian, nama yang dicantumkan adalah nama toko *online* atau *dropshipper* tersebut (Salsabiila & Fajaruddin, 2020).

Etika Bisnis Islam

Etika dalam khazanah Islam lebih di kenal dalam istilah akhlak. Etika atau akhlak merupakan sifat yang tertanam dalam jiwa manusia, sehingga dia akan muncul secara spontan ketika diperlukan, tanpa memerlukan pertimbangan terlebih dahulu, karena hal ini tidak memerlukan dorongan dari luar (Arifin & Aziz, 2013). Sedangkan, bisnis merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh suatu kelompok atau seseorang dalam penyediaan barang dan jasa untuk memperoleh keuntungan. Adapun pandangan yang menyatakan bahwa bisnis merupakan suatu usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang pembuatan dan pemasaran barang maupun jasa guna memberikan kepuasan kepada konsumen (Sudaryono, 2015).

Etika dan bisnis dalam Islam diartikan sebagai akhlak dalam melaksanakan sebuah kegiatan bisnis yang menerapkan nilai-nilai yang terkandung dalam Islam, yang pada kegiatan bisnis nya tidak perlu risau ada kekhawatiran, karena telah dianggap dan diyakini sebagai hal yang benar, etika bisnis Islam ini tentunya merujuk pada al-Qur'an dan al-Hadis sebagai pedoman dan strategi dalam penerapan bisnis yang baik. Dimana pada kegiatan bisnis disini menerapkan banyak kebaikan yang memberikan kemaslahatan bagi banyak orang disetiap

waktu (A'yun et al., 2021).

Dengan demikian, etika bisnis Islam dapat diartikan sebagai aktivitas usaha baik dalam produksi dan distribusi, ataupun pertukaran barang atau jasa yang berlandaskan nilai-nilai dalam Islam. Aktivitas yang berlandaskan etika yang baik, aktivitas bisnis dapat berjalan dengan baik dan seimbang, dengan etika maka dapat menentukan hasil baik burunya suatu pekerjaan.

Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Dropshipping

Seorang pebisnis muslim agar tidak terjerumus kedalam suatu konsep perdagangan atau transaksi yang melanggar nilai-nilai dalam Islam, maka dari itu harus memahami bagaimana penerapan prinsip-prinsip dalam etika berbisnis dalam Islam. Seorang yang berdagang dengan menerapkan prinsip-prinsip etika berbisnis sekaligus akan menempatkan dirinya sebagai pedagang yang mempraktekkan kejujuran serta menghindari pedapatan kekayaan dengan cara yang tidak sehat atau tidak adil. Perbuatan inilah seperti halnya yang telah Rasulullah contohkan dalam bisnisnya. Maka dari itu, untuk menyikapi bisnis *online dropshipping* ini, seorang pebisnis muslim haruslah paham bagaimana konsep *dropshipping* ini dilakukan.

Dalam Islam, menjalin kerjasama dengan produsen (*supplier*) dalam berbisnis merupakan salah satu wujud ibadah, yakni saling tolong menolong. Sebagaimana al-Ghazali pernah berpendapat bahwa orang yang bekerja ataupun berusaha dengan tujuan menyelamatkan dirinya dari memintaminta dan bergantung kepada orang lain lebih baik daripada orang yang memanfaatkan orang lain tanpa timbal balik yang menguntungkan (Al-Ghazali, 2005).

Kerjasama yang dilakukan pelaku *dropshipping* tanpa kepemilikan barang oleh dropshipper merupakan salah satu wujud perwakilan oleh *supplier*, dalam Islam disebut dengan *wakaalah*. Sedangkan perwakilan dalam jual beli dibolehkan, karena perwakilan jual beli ini merupakan salah satu pekerjaan yang menghasilkan uang. Namun, dalam perwakilan ini harus adanya kesepakatan antara *muwakkil* dan *wakil*. *Muwakkil* yang dimaksud

adalah pemilik barang atau *supplier*, dan *wakil* merupakan orang yang dijadikan wakil untuk menjualkan barang, yaitu *dropshipper*. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam fatwa DSN MUI NO: 10/DSN-MUI/IV/2000 yang membolehkan kerjasama antar *muwakkil* dan *wakil* dengan adanya kesepakatan dari mereka.

Kebebasan dalam berkerja sama atau dalam berbisnis merupakan jalinan kerjasama dengan menggunakan berbagai model dan konsep jual beli seperti *dropshipping* merupakan salah satu bagian terpenting dalam etika bisnis Islam. Dengan demikian kepentingan setiap individu terbuka lebar. Sehingga tidak ada batasan-batasan tertentu untuk menjadikan manusia aktif berkarya dan bekerja dengan potensi yang dimilikinya, apabila semua itu tidak melanggar apa yang menjadi ajaran agama Islam. Barang *dropshipping* dalam Islam diperbolehkan dengan mempertimbangan barang yang dijual adalah barang yang tidak dilarang oleh Islam (Oktayani, 2019).

Selain barang yang tidak dibolehkan dalam Islam, barang yang hendak dijual harus dapat dimanfaatkan untuk kemaslahatan bersama. Maka dari itu, pihak *dropshipper* dan *supplier* harus saling mengetahui satu sama lain tentang barang yang akan dijual. Sedangkan syarat barang yang di jual belikan dalam Islam pada umumnya adalah suci dan bermanfaat untuk digunakan. Barang tersebut haruslah diketahui jenis, tipe, kualitas dan kuantitasnya. Hal ini tidak lain untuk menghindari dan menghilangkan ketidakjelasan atau jual beli *gharar*.

Kesepakatan atau perjanjian antara *supplier* dan *dropshipper* pada harga jual barang haruslah sesuai dengan ukuran dan timbangan barang tersebut. Selain itu, yang perlu diperhatikan dalam menentukan harga jual ini adalah kualitas barang, seperti baik, sedang ataupun buruk, selain itu melihat dari sisi harga jual barang di pasar. Hal ini dilakukan guna untuk menghindari ketidakjelasan dalam jenis dan macam barang tersebut. Karena kualitas modal dapat menyebabkan perselisihan, baik ketidakterimaan pembeli saat mendapatkan barang atau keluhan pembeli saat menerima barang tersebut. Maka, *dropshipper* hendaklah menanyakan kriteria dan informasi lebih terhadap barang yang akan dijual dari *supplier*.

Daya kekuatan dalam model dropshipping salah satunya ada pada pemasarannya. Pada umumnya, produk yang diperdagangkan dalam model dropshipping tidak hanya mengandalkan satu sumber supplier saja, melainkan lebih dari itu. Sehingga, pada etalse toko online menawarkan berbagai macam produk dengan informasi yang disajikan dan dapat menahan konsumen untuk pindah ke toko online lainnya. Karena pada dasarnya, ketika calon konsumen telah pindah ke toko online lainnya, umumnya mereka akan jarang kembali ke toko online yang telah ditinggalkan.⁵¹

Konsep pemasaran dengan dropshipping sesuai dengan prinsip keseimbangan dalam etika bisnis Islam. Gambar yang di posting dan penjelasan akan gambar produk tersebut memang bukanlah alasan untuk menolak prinsip keseimbangan di etika bisnis Islam. Hal ini dikarenakan adanya ruang diskusi antar pembeli produk guna untuk memastikan produk yang dijual. Selain itu, ruang diskusi tersebut dapat menjadi pertimbangan calon pembeli dalam menentukan barang yang akan dibeli. Sedangkan ketika pemasaran produk tersebut melalui via WhatsApp, Facebook, atau Instagram, maka sering sekali para pebisnis akan memperlihatkan kepuasan atau komentar seorang pembeli tentang produk yang dibeli. Adanya ruang diskusi yang menampung pendapat orang lain dalam kepuasan produk merupakan hak pembeli; dalam memberi pendapat produk yang dibeli, hak calon pembeli; dalam mempertimbangkan niat untuk membeli produk tersebut, dan hak penjual; dalam melakukan pemasaran produk secara jujur.

Transaksi pembayaran yang telah dilakukan konsumen, akan dilanjutkan ke pemesanan dan pengiriman barang dropship oleh dropshipper. Pengiriman barang yang di beli oleh konsumen merupakan salah satu tanggungjawab dropshipper dan jasa kurir yang di tentukan oleh konsumen. Dalam hal ini, dropshipper bertanggungjawab dalam persiapan dan pengepakan barang yang kemudian dilanjutkan ke jasa kurir untuk penyerahan barang tersebut. Kondisi barang pada hakikinya memang tidak seperti foto yang di tawarkan dropshipper. Sehingga dalam keadaan demikian, konsumen terkadang akan komplain.

Transaksi konsumen terhadap produk yang dibeli dan ketanggapan dropshipper dalam melayani konsumennya merupakan bentuk tanggungjawab seorang dropship. Pemberitahuan kepada supplier atas barang yang hendak dibeli oleh pembeli dan pengiriman barang merupakan salah satu wujud tanggungjawab seorang dropship dalam melayani pembeli. Sebagaimana pendapat Al Ghazali, salah satu ciri orang baik adalah ia yang menerima barang jualannya dikarenakan ketidakpuasan pembeli atas barang tersebut.⁵² Karena tanggungjawab pelaku usaha terhadap kerugian terhadap barang atau transaksi merupakan salah satu kewajiban dalam bertanggungjawab oleh seorang pebisnis.⁵³ Dengan adanya tanggungjawab oleh dropshipper, model dropshipping telah menjalankan etika bisnis Islam.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Model *dropshipping* merupakan model jual beli yang cukup sederhana, hanya membutuhkan alat komunikasi seperti laptop atau gadget dan internet sebagai media pemasaran dan komunikasi, serta memiliki relasi antara pelaku dropship; yaitu supplier dan dropshipper. Kemudahan dalam dropshipping ini lebih dirasakan oleh dropshipper karena ia hampir tidak mengeluarkan modal besar dalam memulai bisnis ini baik penyetokan barang, pengiriman barang kepada pembeli, dan keuntungan yang didapat ketika barang telah dibayar oleh pembeli. Sedangkan dropshipper memudahkan supplier dalam menjual produknya.

Berbisnis dengan model dropshipping merupakan salah satu wujud usaha atau bekerja. Islam pun menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan kekayaan tersebut dengan cara yang baik dan sesuai dengan etika bisnis dalam Islam. Sedangkan strategi dan cara berbisnis yang diadopsi model dropshipping sangatlah jelas dan sesuai dengan etika berbisnis dalam Islam. Seperti halnya kerjasama dan kesepakatan antar pelaku dropshipping, kriteria barang dropship pada saat penjualan, harga yang sesuai dengan pasar, pemasaran barang dropship, dan transaksi konsumen. Menurut beberapa ulama dan ekonom

Islam, diantara lima strategi yang diadopsi oleh model dropshipping ini telah memenuhi aksioma etika bisnis Islam, baik dari sisi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan. Disamping itu, kesepakatan dalam menjalin hubungan kerja antar pelaku dropshipping diperbolehkan dengan menggunakan model wakaalah. Maka dari itu, jual beli model *dropshipping* merupakan jual beli online yang dibolehkan dalam Islam.

Saran

Tulisan ini bertujuan bagaimana jual beli model *dropshipping* dalam pandangan etika bisnis Islam, sebab model jual beli tersebut menjadi salah satu model jual beli yang digunakan oleh masyarakat (muslim khususnya). Untuk penelitian berikutnya dalam rangka mengembangkan pengembangan etika bisnis Islam, maka perlu ada kelanjutan dalam melihat fenomena di masyarakat terutama terkait jual beli. Penelitian ini juga dapat dilakukan semisal dengan mengambil sampel pada salah satu toko online yang melakukan jual beli dengan model *dropshipping*.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Q. A. N., Chusma, N. M., Aulia, C. N., & Putri, F. N. L. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 1(2), 166–181. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.998>
- Al-Ghazali, A. H. (2005). *Ihya' 'Ulum ad-Din*. Darul Kitab.
- Arifin, D., & Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Islam*. Deepublish.
- Fauzia, I. Y. (2018). The Islamic Models Of Saving And Investment Sebagai Suatu Tawaran Atas Perilaku Impulse Buying Pada Produk Dan Jasa Tahsiniyat. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 12(2), 384–404. <https://doi.org/10.15642/islamica.2018.12.2.155-175>

- Hamzah, A. (2019). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Literasi Nusantara.
- Oktayani, D. (2019). Pelelangan Barang Gadai Dalam Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 260-269. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.179>.
- Purnomo, C. B. (2012). *Jual Online Tanpa Repot Dengan Dropshipping*. Elex Media Komputindo.
- Rivai, V., Nuruddin, A., & Arfa, F. A. (2012). *Islamic Business And Economic Ethics*. Bumi Aksara.
- Safira, D., & Fatriansyah, A. I. A. (2019). Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 53–68. <https://doi.org/10.26618/j-hes.v3i1.2125>
- Sahroni, O. (2019). *Fikih Muamalah Kontemporer*. Republika.
- Salsabiila, Y., & Fajaruddin, A. (2020). Analisis Model Dropshipping Dalam Etika Bisnis Islam. *Journal Of Islamic Economics And Philanthropy*, 3(04), 978–998. <https://doi.org/10.21111/jiep.v3i04.5279>
- Sudaryono. (2015). *Pengantar Bisnis: Teori dan Contoh Kasus*. Andi Offset.
- Sulianta, F. (2014). *Terobosan Berjualan Online Dropshipping*. Andi Publisher.
- Triyawan, A. (2018). Sistem Dropshipping Menurut Ekonomi Islam. *HUMAN FALAH: Ekonomi Dan Bisnis Islam*, V(2), 228-237.
- Zurohman, A., & Rahayu, E. (2019). Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 21–32. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i1.87>