

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Keselarasannya hubungan antara zaman dan pola hidup merupakan satu kesatuan yang akan terus berubah dan berkembang termasuk pola bisnis masyarakat di era digital. Pemanfaatan *e-commerce (electronic commerce)* dewasa ini sedikit banyak telah mentransfer pola bisnis yang dahulu ber-*mindset* harus ada biaya untuk memulai bisnis (modal uang) berubah menjadi tidak harus ada biaya dengan munculnya *dropship marketing system* secara global. *Dropship marketing system* merupakan bagian dari sistem jual beli yang mana sistem ini secara tidak langsung mampu menghilangkan sekat rumit yang selama ini menjadi pertimbangan terberat para pebisnis pemula yakni minimnya biaya. Sehingga, tidak adanya biaya bukan lagi unsur penghambat bagi masyarakat dalam memulai bisnis. Jauhnya jarak tempuh dan kesibukan yang semakin padat tidak lagi menjadi penghalang oleh sebab pengaruh komunikasi dan transportasi yang semakin canggih dan murah menyebabkan batas-batas kegiatan ekonomi semakin menipis baik dalam perdagangan nasional maupun internasional. Sistem *dropship marketing* yang termasuk salah satu dampak transenden globalisasi memunculkan hubungan mutualisme berdasarkan kepentingan masing-masing antara *supplier* dan *dropshipper*.

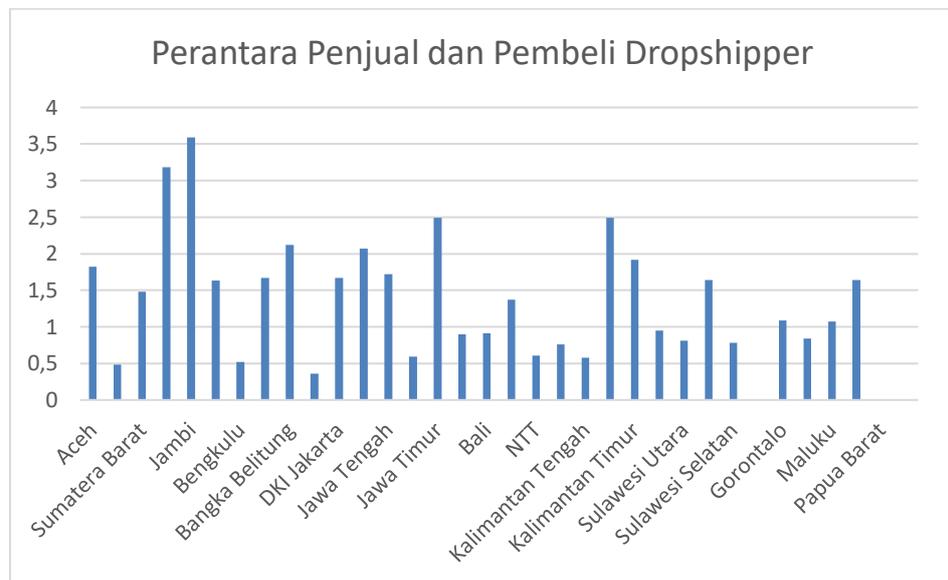
Jalinan kerja sama antara *supplier* dan *dropshipper* bergantung pada aspek *trust* (kepercayaan) di antara keduanya, baik saling mengenal maupun tidak, serta pernah saling bertemu ataupun tidak. Sebab tanpa kepercayaan akan menimbulkan kerja sama yang tidak sehat bahkan berdampak buruk pada *dropshipper*, *customer*, dan *supplier*. Oleh karena itulah sikap jujur dan amanah sangat ditekankan untuk mendapatkan kepercayaan di antara *supplier*, *dropshipper*, dan *customer*.

Sehubungan dengan keunikan dari sistem ini, dalam *dropship marketing system* tidak memerlukan keberadaan barang yang dijual di tangan *dropshipper* maupun pengalihan kepemilikan melainkan hanya perlu memasarkannya atau mempromosikannya saja melalui foto-foto produk yang sudah disediakan *supplier* dengan perantara media *online* beserta spesifikasi informasi produk yang jelas. Terkait pengemasan dan pengiriman produk yang terjual akan dilakukan oleh *supplier* dengan menuliskan nama pengirim dengan nama *dropshipper*. Adapun nominal komisi *dropshipper* sebagai pemasar produk telah diterima sesaat setelah *customer* melakukan pembelian, baik melalui kesepakatan dengan *supplier* atau tanpa kesepakatan.

Kesepakatan dengan *supplier* biasanya didasarkan pada sistem yang sengaja dibuat untuk *dropshipper*. Dalam sistem tersebut sudah diatur sedemikian rupa secara sistematis terkait hal ihwal kerja sama yang meliputi sistematisa pendaftaran *dropship*, cara kerja bisnis, dan komisi penjualan yang ditentukan perusahaan. Sedangkan yang tanpa kesepakatan dengan *supplier* biasanya berupa aktivitas *dropship* sepihak dari *dropshipper*

sehingga dapat menentukan sendiri komisi yang akan diperolehnya jika terjadi penjualan.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) melalui katalog statistik *e-commerce* 2020 yang rilis pada tanggal 24 Desember 2020, dengan nomor publikasi 06320.2004, persentase *dropshipper* pada tahun 2019 di Indonesia berjumlah total 1,52% dengan rincian sebagai berikut: <sup>1</sup>



**Gambar 1.1.**  
**Rincian persentase *dropshipper* tahun 2019 di Indonesia<sup>2</sup>**

Sedangkan dalam katalog statistik *e-commerce* 2022 yang rilis pada tanggal 19 Desember 2022, dengan nomor publikasi 06300.2219, persentase *dropshipper* pada tahun 2020 di Indonesia berjumlah total 7,00% dan pada

---

<sup>1</sup> Statistik E-Commerce 2020, Nomor Katalog 8101004, diakses dari <https://www.bps.go.id/publication/2020/12/24/2548417ddc6dab8247553124/statistik-e-commerce-2020.html> pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 13.11 WIB.

<sup>2</sup> Ibid.

tahun 2021 berjumlah total 1,36%.<sup>3</sup> Lebih jelasnya penulis tampilkan pada gambar berikut:

Wilayah	Peran Usaha					
	Penjual/seller		Penjual kembali/reseller		Perantara penjual dan pembeli/dropshipper	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Indonesia	79,91	89,26	13,09	9,38	7,00	1,36

**Gambar 1.2.**  
**Persentase *dropshipper* tahun 2020 dan 2021 di Indonesia<sup>4</sup>**

Dari data di atas dapat diprediksi bahwa pemanfaatan sistem *dropship marketing* berpotensi mampu meningkatkan perkembangan bisnis masyarakat, memperluas lapangan kerja, dan tentunya mengurangi pengangguran. Terlihat jelas dari banyaknya keuntungan berbisnis dengan menerapkan sistem ini, misalnya bagi *dropshipper* yaitu minimnya biaya yang dikeluarkan, jam kerja yang fleksibel, adanya produk yang beragam tanpa harus menyetoknya terlebih dahulu, tidak perlu mendirikan toko, tidak perlu mengemas dan mengirim barang, dan tentunya lebih hemat waktu dan tenaga. Sedangkan bagi *supplier* itu sendiri mampu menjangkau *customer* yang lebih luas bahkan hingga ke mancanegara. Terlebih lagi, kebutuhan masyarakat yang semakin beragam dewasa ini dapat menjadi peluang besar

<sup>3</sup> Statistik E-Commerce 2020, Nomor Katalog 8101004, diakses dari <https://www.bps.go.id/publication/2022/12/19/d215899e13b89e516caa7a44/statistik-e-commerce-2022.html> pada tanggal 14 Februari 2023 pukul 09.35 WIB.

<sup>4</sup> Ibid.

bagi *dropshipper* sebab ia dapat menjual beberapa kebutuhan tersebut tanpa harus memiliki semua produk-produk itu.

Namun terlepas dari hal tersebut, ditemukan dalam Kitab *Idhohul 'Ibarah Fii Syarhi Akhsharul Mukhtasharat 'Ala Mazhab Imam Ahmad Bin Hanbal* bahwa ketiadaan barang di tangan penjual tidak termasuk dalam syarat sahnya jual beli. Berikut teori yang mendasari syarat sahnya praktik jual beli yaitu:

شروط البيع هي التي يتوقف صحته عليها وهي سبعة, الشرط الأول الرضا منهما, الشرط الثاني وكون عاقد جائز التصرف, الشرط الثالث وكون مبيع مالا وهو مافيه منفعة مباحة, الشرط الرابع وكونه مملوكا لبائعه أو مأذونا له فيه, الشرط الخامس وكونه مقدورا على تسليمه, الشرط السادس وكونه معلوما لهما برئية أو صفة تكفي في السلم, الشرط السابع وكون ثمن معلوما<sup>5</sup>

Dari teori tersebut dijelaskan bahwa terdapat 7 syarat dalam jual beli, yakni adanya kerelaan dari keduanya, penjual dan pembeli adalah orang yang memenuhi syarat untuk bertransaksi, barang yang diperjualbelikan merupakan harta yang bermanfaat dan mubah, barang yang diperjualbelikan telah dimiliki oleh penjual atau telah diizinkan untuk dijual, barang yang diperjualbelikan tidak samar, barang yang diperjualbelikan diketahui wujud dan spesifikasinya oleh penjual dan pembeli, dan memiliki harga yang jelas.

Ketentuan di atas menunjukkan bahwa penjual harus memiliki barang yang dijual atau telah memperoleh izin untuk menjualnya, sehingga sebelum terjadi transaksi jual beli otoritas kesepakatan penjualan sudah berada di tangan penjual. Sedangkan dalam *dropship marketing system*, penjual yang

---

<sup>5</sup> Badruddin Ad-Dimasyqi, Muhammad, *Idhahul 'Ibarat Fi Syarhi Akhshar Al-Mukhtasharat 'Ala Madhab Al-Imam Ahmad Bin Hanbal*, (Kuwait: Maktabah Al-Imam Adz-Dzahabi, 2013). 8-11.

berperan sebagai *dropshipper* tidak menyetok dan tidak memiliki barang yang dijualnya sehingga tidak memiliki kuasa penuh atas barang tersebut.

Selain itu, dalam Kitab *Idhohul 'Ibarah Fii Syarhi Akhsharul Mukhtasharat 'Ala Mazhab Imam Ahmad Bin Hanbal* juga tertulis bahwa barang yang diperjualbelikan tidak samar, yang berarti baik penjual ataupun pembeli harus mengetahui betul wujud asli dan kualitas barang dengan spesifikasi yang detail. Hal ini mempertanyakan terpenuhi tidaknya syarat tersebut terkait jual beli dengan sistem *dropship marketing* mengingat prosesnya yang dilakukan secara *e-commerce* sehingga pembeli tidak melihat wujud barang secara langsung melainkan hanya melalui perantara media *online*.

Kita pahami bahwa adanya ketentuan dalam syariat tidak serta merta tanpa alasan, melainkan untuk mencapai tujuan yang baik yaitu kemaslahatan bersama. Namun pesatnya perkembangan zaman meniscayakan problematika yang semakin kompleks seperti maraknya praktik bisnis secara *e-commerce* yang salah satunya adalah *dropship marketing system*. Oleh karena fenomena inilah peneliti ingin mengkajinya lebih lanjut melalui studi lapangan terkait sistem *dropship marketing* yang diterapkan di Purnama Galery dan Al-Ghifary Shop Pamekasan. Purnama Galery merupakan supplier yang memiliki banyak *dropshipper* untuk berbisnis dengannya tanpa stok barang. Sedangkan Al-Ghifary Shop merupakan *dropshipper* yang berbisnis dengan banyak supplier tanpa stok barang. Keduanya telah melakukan aktivitas jual

beli dengan *dropship marketing system* ini selama lebih dari 5 tahun. Hal inilah yang ingin ditelaah lebih lanjut oleh peneliti.

Penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengkaji unsur kemaslahatannya bagi masyarakat dengan analisa *maqashid syariah* kontemporer Jasser Auda yang dijuluki Al-Ghazali masa kini oleh karena pemikirannya yang filosofis dan reformatif yang memposisikan *maqashid syariah* sebagai dasar filosofi berfikirnya dan menggunakan pendekatan sistem sebagai metode berfikir serta pisau analisisnya. Adapun praktik *dropship marketing system* ini sudah pernah dikaji dan diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya namun masih menuai pro dan kontra. Hal ini terjadi sebab *dropship marketing system* merupakan salah satu problematika *muamalah* yang belum pernah dikenal oleh para *fuqoha* terdahulu, sehingga sebagai umat Islam sudah seharusnya mengkaji hal ini lebih dalam lagi termasuk esensi kemaslahatan yang timbul dari sistem *dropship marketing* dan turut berkontribusi terhadap berbagai perkembangan peradaban manusia yang dinamis.

## **B. Fokus Penelitian**

Sehubungan dengan konteks penelitian ini, maka akan diuraikan beberapa pokok permasalahan, yaitu:

1. Bagaimana penerapan *dropship marketing system* di Purnama Galery dan Al-Ghifary Shop Pamekasan?
2. Bagaimana relevansi *maqashid syariah* kontemporer Jasser Auda pada penerapan *dropship marketing system* di Purnama Galery dan Al-Ghifary Shop Pamekasan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai yang tertera pada fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini di antaranya:

1. Untuk mengetahui penerapan *dropship marketing system* di Purnama Galery dan Al-Ghifary Shop Pamekasan.
2. Untuk mengetahui relevansi *maqashid syariah* kontemporer Jasser Auda pada penerapan *dropship marketing system* di Purnama Galery dan Al-Ghifary Shop Pamekasan.

## **D. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi IAIN Madura

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi kepada IAIN Madura khususnya prodi ekonomi syariah dalam meningkatkan perkembangan

ilmu pengetahuan dan menjadi tambahan referensi pada proses belajar mengajar.

2. Bagi Purnama Galery dan Al-Ghifary Shop
  - a. Sebagai bahan pertimbangan terhadap penerapan bisnis yang telah berjalan selama ini.
  - b. Sebagai bahan referensi dalam meningkatkan perkembangan bisnis di Purnama Galery dan Al-Ghifary Shop, serta dapat menjadikan prinsip-prinsip syariah sebagai dasar dalam mengembangkan sistem bisnis.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu dan pengalaman serta dapat menjadi motivasi dalam memperluas wawasan bisnis. Adapun bagi peneliti selanjutnya dapat menjadi sumber inspirasi dan deskripsi awal untuk mengkaji lebih dalam serta menindaklanjuti hasil penelitian terkait permasalahan serupa.

## **E. Definisi Istilah**

Beberapa istilah dalam tesis ini perlu didefinisikan dalam rangka menyamakan persepsi peneliti dengan pembaca, di antaranya:

1. *Dropship marketing system* yaitu sistem jual beli yang mana penjual tidak memiliki barang yang diperdagangkan dan tidak menyetok barang dagangan melainkan hanya berbekal foto produk untuk dipasarkan melalui media sosial yang jika terjual maka *dropshipper* membeli

barang dari *supplier* dengan meminta tolong kepadanya untuk mengirimkan barang tersebut atas nama *dropshipper*.<sup>6</sup>

2. *Maqashid syariah* kontemporer Jasser Auda yaitu reformasi *maqashid syariah* dalam perspektif kontemporer dimana terjadi pergeseran paradigma (*shifting paradigm*) dari yang semula bernuansa klasik bergeser menjadi nuansa kontemporer, serta pengembangan *maqashid* melalui analisa pendekatan sistem (*a system approach*).
3. Purnama Galery yaitu bisnis yang didirikan pada tahun 2014, bergerak di bidang fashion muslimah brand Daffi dan Yessana sejak tahun 2017 yang secara bertahap mengikuti jenjang karir dari kedua brand tersebut hingga menjadi distributor terbesar di Pamekasan.
4. Al-Ghifary Shop yaitu bisnis yang didirikan pada tahun 2016, bergerak secara konsisten di bidang fashion muslimah, bekerjasama dengan beberapa supplier di Indonesia dengan mengandalkan sistem *Dropship Marketing System*.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian ilmiah yang hampir sejalan dengan penelitian ini yang dapat menjadi bahan acuan, pertimbangan dan pembandingan serta dapat memberikan gambaran lebih luas kepada peneliti. Di antara beberapa penelitian tersebut yaitu:

---

<sup>6</sup> Abdul Wahab, Muhammad, *Halal Haram Dropshipping*, Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018. Hlm. 7.

1. “*Dropship Dalam Pemberdayaan Kaffahisme Ekonomi Perspektif Islam (Studi pada CV. Karya Utama Surabaya)*”<sup>7</sup>. Diteliti oleh Syarifuddin Hidayatullah Hamdani, Tesis mahasiswa Pascasarjana Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018. Penelitian ini membahas transaksi *dropship* sebagai bentuk produktivitas secara *online* dan peralihan industri yang berupa inovasi teknologi, yang mana dari *dropship* tersebut muncul pemberdayaan ekonomi secara menyeluruh. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *dropship* memberi sumbangsih terhadap pemberdayaan ekonomi secara merata serta Islam memperbolehkan praktik ini selama tidak ada dalil yang melarang.
2. “*Penerapan Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Islam Di Indonesia)*”<sup>8</sup>. Diteliti oleh Misbahul Ulum, Tesis mahasiswa Pascasarjana Ekonomi Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020. Penelitian ini membahas tentang beberapa prinsip jual beli secara *online* yang selaras dengan hukum Islam, dan menganalisa keserasiannya antara praktik jual beli *online* pada situs *e-commerce* Islam di Indonesia dengan beberapa prinsip tadi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode

---

<sup>7</sup> Syarifuddin Hidayatullah Hamdani, “*Dropship Dalam Pemberdayaan Kaffahisme Ekonomi Perspektif Islam (Studi pada CV. Karya Utama Surabaya)*”, diakses dari <http://digilib.uinsby.ac.id/26007/> pada tanggal 08 Juni 2021 pukul 10.18 WIB.

<sup>8</sup> Misbahul Ulum, “*Penerapan Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Islam Di Indonesia)*” diakses dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/54197/1/MISBAHUL%20ULUM%20-%20SPs.pdf> pada tanggal 08 Juni 2021 pukul 10.18 WIB.

wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip jual beli *online* dalam Islam yang meliputi prinsip kerelaan, kemaslahatan, keadilan, ketuhanan, kejujuran, kebebasan, etika, dan kebenaran telah diterapkan pada penerapan jual beli melalui situs *e-commerce* Islam Indonesia.

3. “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Internet*”<sup>9</sup>. Diteliti oleh Yuanito Bayu Ardi, Tesis mahasiswa Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2008. Penelitian ini meneliti tentang perlindungan konsumen dalam bertransaksi online dan aspek hukumnya, serta tanggung jawab penjual jika terjadi kerugian termasuk tata cara pembayarannya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode yuridis normatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aspek hukum dari jual beli *online* di Indonesia termasuk bagian dari aspek hukum perdata dan aspek hukum perikatan sehingga antara penjual dan pembeli harus melaksanakan perjanjian sesuai kesepakatan. Dan jika ada pihak yang dirugikan maka dapat menuntut terlaksananya perjanjian dengan permintaan ganti rugi atau pembatalan perjanjian.
4. “*Analisis Yuridis Wanprestasi Oleh Penjual Dalam Jual Beli Melalui Media Internet*”<sup>10</sup>. Diteliti oleh Dhea Cynara Torong, Tesis mahasiswa

---

<sup>9</sup> Yuanito Bayu Ardi, “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Internet*” diakses dari <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2016-9/20269697-T37454-Yuanito%20Bayu%20Ardi.pdf> pada tanggal 08 Juni 2021 pukul 10.18 WIB.

<sup>10</sup> Dhea Cynara Torong, “*Analisis Yuridis Wanprestasi Oleh Penjual Dalam Jual Beli Melalui Media Internet*” diakses dari

Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan, 2020. Penelitian ini membahas tentang jual beli *online* yang dilakukan tanpa tatap muka dan tanpa adanya berkas perjanjian seperti transaksi jual beli konvensional, sehingga rawan adanya wanprestasi oleh penjual. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis empiris yang dipaparkan secara deskriptif analitis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip transaksi *e-commerce* pada umumnya sama dengan jual beli konvensional yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang berisi syarat sahnya perjanjian berdasarkan kesepakatan. Apabila penjual melakukan wanprestasi maka harus bertanggung jawab memberikan ganti rugi berupa pengembalian dana, penukaran barang, atau pengembalian barang.

5. “*Aspek Pajak Dalam Skema Penjualan Dengan Dropship*”<sup>11</sup>. Diteliti oleh Hanik Susilawati, Jurnal Pajak Indonesia Vol: 01 No: 01 (2017). Penelitian ini membahas tentang skema penjualan secara *dropship* yang berpotensi pajak yang cukup besar sehubungan dengan besarnya pula frekuensi pelaku *dropship*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa wajib pajak *dropshipper* hanya berperan sebagai perantara yang mana dalam skema penjualannya terdapat aspek pajak penghasilan, dan berpotensi pajak

---

<http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/30235/157011257.pdf?sequence=1&isAllowed=y> pada tanggal 08 Juni 2021 pukul 10.18 WIB.

<sup>11</sup> Hanik Susilawati, “*Aspek Pajak Dalam Skema Penjualan Dengan Dropship*”, diakses dari <http://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/JPI/article/view/169> pada tanggal 08 Juni 2021 pukul 10.18 WIB.

pertambahan nilai jika pihak tersebut dikukuhkan sebagai pengusaha kena pajak.

6. “*Analisis Mekanisme Reseller Dan Dropshipper Dalam Bisnis Online Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Ulfa Hijab Store Tulungagung)*”<sup>12</sup>. Diteliti oleh Amalia Damayanti, Jurnal Eksyar Vol: 07 No: 02 (November, 2020). Penelitian ini membahas tentang mekanisme *reseller* dan *dropshipper* di toko *online* Ulfa Hijab Store Tulungagung yang mana berpatokan pada harga yang ditetapkan oleh *supplier*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses pemesanan di toko *online* Ulfa Hijab Store menggunakan akad *salam* dalam pembayarannya. Adapun praktik sistem *dropship* di toko *online* Ulfa Hijab Store tidak dilarang oleh hukum Islam sebab barang yang dijual walaupun bukan pemilik penjual namun sudah mendapatkan izin dari *supplier* sehingga praktik ini termasuk akad *wakalah bil ujah* yang kemudian memperbolehkan penjual selaku wakil untuk mengambil upah sebagai imbalan.

---

<sup>12</sup> Amalia Damayanti, “*Analisis Mekanisme Reseller Dan Dropshipper Dalam Bisnis Online Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Ulfa Hijab Store Tulungagung)*” diakses dari <https://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/eksyar/article/view/518> pada tanggal 08 Juni 2021 pukul 10.18 WIB.

7. “*Transaksi Dropshipping Perspektif Ekonomi Syariah*”<sup>13</sup>. Diteliti oleh Rusdiana dan Achmad Otong Bustomi, MPRA Paper No: 76302 (Januari, 2017). Penelitian ini membahas tentang kemiripan sekilas transaksi dropship dengan *bai’ as-salam*, namun perbedaannya terletak pada transaksi *dropship* yang tidak menampung barang sehingga menimbulkan ketidakjelasan status hukum *dropship* dalam ranah ekonomi syariah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi *dropship* tidak sejalan dengan konsep *bai’ as-salam* sebab *dropship* tidak pernah menampung barang sehingga tidak memiliki kekuasaan penuh terhadap barang yang dijual.
8. “*Keabsahan Akad Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”<sup>14</sup>. Diteliti oleh Mohammad Jauharul Arifin, Jurnal Studi Islam dan Sosial Vol: 01 No: 02 (Desember 2020). Penelitian ini membahas tentang jual beli *dropship* yang pada praktiknya penjual belum memiliki barang yang dijualnya, sehingga pembeli harus membayarnya terlebih dahulu baru kemudian transaksi tersebut diteruskan pada *supplier*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jual beli dengan sistem *dropship* diperbolehkan dalam Islam dengan

---

<sup>13</sup> Rudiana dan Achmad Otong Bustomi, “*Transaksi Dropshipping Perspektif Ekonomi Syariah*” diakses dari [https://mpra.ub.uni-muenchen.de/76302/1/MPRA\\_paper\\_76302.pdf](https://mpra.ub.uni-muenchen.de/76302/1/MPRA_paper_76302.pdf) pada tanggal 08 Juni 2021 pukul 10.18 WIB.

<sup>14</sup> Mohammad Jauharul Arifin, “*Keabsahan Akad Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” diakses dari <https://lisyabab-staimas.e-journal.id/lisyabab/article/view/34> pada tanggal 08 Juni 2021 pukul 10.18 WIB.

menggunakan akad *salam* dan dapat dikatakan sah apabila dalam transaksinya tidak menimbulkan *gharar*.

9. “*Analisis Sistem Dropship Marketing Perspektif Konsep Maqashid Syariah Al-Syatibi*”<sup>15</sup>. Diteliti oleh Riqqa Soviana dan Zainal Abidin, Jurnal Tawazun Vol: 03 No: 01 (Maret, 2020). Penelitian ini membahas tentang sistem *dropship marketing* yang memiliki unsur ketidakjelasan oleh karena tidak adanya barang di tangan penjual sedangkan suatu jual beli untuk dianggap sah harus memenuhi rukun dan syaratnya yang mana objek transaksi tersebut harus ada. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sistem *dropship marketing* tidak sesuai dengan konsep *maqashid syariah* Al-Syatibi oleh sebab adanya lafadh perintah dan larangan yang jelas terkait keharusan dimilikinya barang di tangan penjual sehingga antara penjual dan pembeli tidak ada yang dirugikan.
10. “*Analisis Praktek Jual Beli Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”<sup>16</sup>. Diteliti oleh Risvan Hadi, Jurnal At-Tawassuth Vol: 04 No: 02 (Juli-Desember, 2019). Penelitian ini membahas tentang skema *dropship* pada umumnya yang merupakan teknik manajemen rantai pasokan dimana pengecer tidak perlu memiliki stok barang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini

---

<sup>15</sup> Riqqa Soviana dan Zainal Abidin, “*Analisis Sistem Dropship Marketing Perspektif Konsep Maqashid Syariah Al-Syatibi*” diakses dari <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/tawazun/article/view/7533> pada tanggal 08 Juni 2021 pukul 10.18 WIB.

<sup>16</sup> Risvan Hadi, “*Analisis Praktek Jual Beli Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” diakses dari <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/5548> pada tanggal 08 Juni 2021 pukul 10.18 WIB.

menyimpulkan bahwa *dropshipping* diperbolehkan dalam perspektif ekonomi Islam dengan akad *syirkah* yaitu *syirkah wujuh* dan *simsarah* selama tidak ada unsur *gharar*, serta praktiknya sudah sesuai dengan *maqashid syariah*.

Adapun perbedaan dan persamaannya, penulis simpulkan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1.1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis & Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Syarifuddin Hidayatullah Hamdani, “ <i>Dropship Dalam Pemberdayaan Kaffahisme Ekonomi Perspektif Islam (Studi pada CV. Karya Utama Surabaya).</i> ”	Implementasi <i>dropship</i> memberikan sumbangsih pemberdayaan ekonomi secara merata serta Islam memperbolehkan praktik ini selama tidak ada dalil yang melarang.	Penelitian ini membahas praktik <i>dropship</i> sebagai bentuk aktivitas produktif dan revolusi industri yang kemudian muncul pemberdayaan ekonomi secara menyeluruh. Sedangkan peneliti juga membahas tentang praktik <i>dropship</i> .	Peneliti fokus pada praktik <i>dropship marketing system</i> dan penerapannya di Purnama Gallery dan Al-Ghifary Shop di Pamekasan yang kemudian akan dianalisis dengan analisa <i>maqashid syariah</i> kontemporer Jasser Auda untuk melihat sebanyak apa kemaslahatan yang ditimbulkan dari penerapan <i>dropship marketing system</i> .
2	Misbahul Ulum, “ <i>Penerapan Prinsip-Prinsip Jual Beli Online</i> ”	Prinsip-prinsip jual beli <i>online</i> dalam Islam telah terimplementasi pada praktik	Penelitian ini membahas tentang jual beli <i>online</i> yang sesuai dengan syariat	Peneliti fokus pada praktik <i>dropship marketing system</i> dan penerapannya di Purnama

	<i>Dalam Islam (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Islam Di Indonesia).”</i>	jual beli melalui situs <i>e-commerce</i> Islam Indonesia yang meliputi prinsip kerelaan, kemaslahatan, keadilan, ketuhanan, kejujuran, kebebasan, etika, dan kebenaran.	Islam, dan menganalisis kesesuaiannya pada situs <i>e-commerce</i> Islam di Indonesia. Sedangkan peneliti juga membahas tentang jual beli secara <i>online</i> .	Gallery dan Al-Ghifary Shop di Pamekasan yang kemudian akan dianalisis dengan analisa <i>maqashid syariah</i> kontemporer Jasser Auda untuk melihat sebanyak apa kemaslahatan yang ditimbulkan dari penerapan <i>dropship marketing system</i> .
3	Yuanito Bayu Ardi, “ <i>Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Internet.</i> ”	Aspek hukum dari jual beli <i>online</i> di Indonesia adalah aspek hukum perdata dan aspek hukum perikatan sehingga antara penjual dan pembeli harus melaksanakan perjanjian sesuai kesepakatan. Dan jika ada pihak yang dirugikan maka dapat menuntut terlaksananya perjanjian dengan permintaan ganti rugi atau pembatalan perjanjian.	Penelitian ini membahas tentang perlindungan konsumen dalam bertransaksi melalui internet, aspek hukum, dan tanggung jawab penjual jika terjadi kerugian. Sedangkan peneliti juga membahas tentang transaksi jual beli melalui internet.	Peneliti fokus pada praktik <i>dropship marketing system</i> dan penerapannya di Purnama Gallery dan Al-Ghifary Shop di Pamekasan yang kemudian akan dianalisis dengan analisa <i>maqashid syariah</i> kontemporer Jasser Auda untuk melihat sebanyak apa kemaslahatan yang ditimbulkan dari penerapan <i>dropship marketing system</i> .

4	Dhea Cynara Torong, “ <i>Analisis Yuridis Wanprestasi Oleh Penjual Dalam Jual Beli Melalui Media Internet.</i> ”	Prinsip transaksi <i>e-commerce</i> pada umumnya sama dengan jual beli konvensional yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang berisi syarat sahnya perjanjian berdasarkan kesepakatan. Apabila penjual melakukan wanprestasi maka harus bertanggung jawab memberikan ganti rugi berupa pengembalian dana, penukaran barang, atau pengembalian barang.	Penelitian ini membahas tentang jual beli <i>online</i> yang dilakukan tanpa tatap muka dan tanpa adanya berkas perjanjian seperti transaksi jual beli konvensional, sehingga rawan adanya wanprestasi oleh penjual. Sedangkan peneliti juga membahas tentang jual beli secara <i>online</i> yang dilakukan tanpa tatap muka.	Peneliti fokus pada praktik <i>dropship marketing system</i> dan penerapannya di Purnama Gallery dan Al-Ghifary Shop di Pamekasan yang kemudian akan dianalisis dengan analisa <i>maqashid syariah</i> kontemporer Jasser Auda untuk melihat sebanyak apa kemaslahatan yang ditimbulkan dari penerapan <i>dropship marketing system</i> .
5	Hanik Susilawati, “ <i>Aspek Pajak Dalam Skema Penjualan Dengan Dropship.</i> ”	Wajib pajak <i>dropshipper</i> hanya berperan sebagai perantara yang mana dalam skema penjualannya terdapat aspek pajak penghasilan, dan berpotensi pajak pertambahan	Penelitian ini membahas tentang skema penjualan secara <i>dropship</i> yang berpotensi pajak yang cukup besar sehubungan dengan besarnya pula frekuensi pelaku	Peneliti fokus pada praktik <i>dropship marketing system</i> dan penerapannya di Purnama Gallery dan Al-Ghifary Shop di Pamekasan yang kemudian akan dianalisis dengan analisa <i>maqashid syariah</i> kontemporer

		nilai jika pihak tersebut dikukuhkan sebagai pengusaha kena pajak.	<i>dropship</i> . Sedangkan peneliti juga membahas tentang praktik <i>dropship</i> .	Jasser Auda untuk melihat sebanyak apa kemaslahatan yang ditimbulkan dari penerapan <i>dropship marketing system</i> .
6	Amalia Damayanti, “ <i>Analisis Mekanisme Reseller Dan Dropshipper Dalam Bisnis Online Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Ulfa Hijab Store Tulungagung)</i> .”	Proses pemesanan di toko <i>online</i> Ulfa Hijab Store menggunakan akad <i>salam</i> dalam pembayarannya. Adapun praktik sistem <i>dropship</i> di toko <i>online</i> Ulfa Hijab Store tidak dilarang oleh hukum Islam sebab barang yang dijual walaupun bukan pemilik penjual namun sudah mendapatkan izin dari <i>supplier</i> sehingga praktik ini termasuk akad <i>wakalah bil ujah</i> yang kemudian memperbolehkan penjual selaku wakil untuk mengambil upah sebagai imbalan.	Penelitian ini membahas tentang mekanisme <i>reseller</i> dan <i>dropshipper</i> di toko <i>online</i> Ulfa Hijab Store Tulungagung yang mana berpatokan pada harga yang ditetapkan oleh <i>supplier</i> . Sedangkan peneliti juga membahas tentang <i>dropshipper</i> .	Peneliti fokus pada praktik <i>dropship marketing system</i> dan penerapannya di Purnama Gallery dan Al-Ghifary Shop di Pamekasan yang kemudian akan dianalisis dengan analisa <i>maqashid syariah</i> kontemporer. Jasser Auda untuk melihat sebanyak apa kemaslahatan yang ditimbulkan dari penerapan <i>dropship marketing system</i> .

7	Rudiana dan Achmad Ootong Bustomi, “ <i>Transaksi Dropshipping Perspektif Ekonomi Syariah.</i> ”	Transaksi <i>dropship</i> tidak sejalan dengan konsep <i>bai' as-salam</i> sebab <i>dropship</i> tidak pernah menampung barang sehingga tidak memiliki kekuasaan penuh terhadap barang yang dijual.	Penelitian ini membahas tentang kemiripan transaksi <i>dropship</i> dengan <i>bai' as-salam</i> . Sedangkan peneliti juga membahas tentang transaksi <i>dropship</i> .	Peneliti fokus pada praktik <i>dropship marketing system</i> dan penerapannya di Purnama Gallery dan Al-Ghifary Shop di Pamekasan yang kemudian akan dianalisis dengan analisa <i>maqashid syariah</i> kontemporer Jasser Auda untuk melihat sebanyak apa kemaslahatan yang ditimbulkan dari penerapan <i>dropship marketing system</i> .
8	Mohammad Jauharul Arifin, “ <i>Keabsahan Akad Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam.</i> ”	Jual beli dengan sistem <i>dropship</i> diperbolehkan dalam Islam dengan menggunakan akad <i>salam</i> dan dapat dikatakan sah apabila dalam transaksinya tidak menimbulkan <i>gharar</i> .	Penelitian ini membahas tentang akad transaksi jual beli <i>dropship</i> dan menganalisisnya dengan tinjauan ekonomi Islam. Sedangkan peneliti juga membahas tentang transaksi jual beli <i>dropship</i> .	Peneliti fokus pada praktik <i>dropship marketing system</i> dan penerapannya di Purnama Gallery dan Al-Ghifary Shop di Pamekasan yang kemudian akan dianalisis dengan analisa <i>maqashid syariah</i> kontemporer Jasser Auda untuk melihat sebanyak apa kemaslahatan yang ditimbulkan dari penerapan <i>dropship marketing system</i> .
9	Riqqa Soviana dan Zainal Abidin,	Sistem <i>dropship marketing</i> tidak sesuai	Penelitian ini membahas tentang sistem <i>dropship</i>	Peneliti fokus pada praktik <i>dropship marketing system</i>

	<p>“Analisis Sistem Dropship Marketing Perspektif Konsep Maqashid Syariah Al-Syatibi.”</p>	<p>dengan konsep <i>maqashid syariah</i> Al-Syatibi oleh sebab adanya lafadh perintah dan larangan yang jelas terkait keharusan dimilikinya barang di tangan penjual sehingga antara penjual dan pembeli tidak ada yang dirugikan.</p>	<p><i>marketing</i> yang memiliki unsur ketidakjelasan oleh karena tidak adanya barang di tangan penjual. Sedangkan peneliti juga membahas tentang sistem <i>dropship marketing</i>.</p>	<p>dan penerapannya di Purnama Gallery dan Al-Ghifary Shop di Pamekasan yang kemudian akan dianalisis dengan analisa <i>maqashid syariah</i> kontemporer Jasser Auda untuk melihat sebanyak apa kemaslahatan yang ditimbulkan dari penerapan <i>dropship marketing system</i>.</p>
10	<p>Risvan Hadi, “Analisis Praktek Jual Beli Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam.”</p>	<p><i>Dropshipping</i> diperbolehkan dalam perspektif ekonomi Islam dengan akad <i>syirkah</i> yaitu <i>syirkah wujuh</i> dan <i>simsarah</i> selama tidak ada unsur <i>gharar</i>, serta praktiknya sudah sesuai dengan <i>maqashid syariah</i>.</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang praktik <i>dropship</i> yang merupakan teknik manajemen rantai pasokan dan menganalisisnya dengan tinjauan ekonomi Islam. Sedangkan peneliti juga membahas tentang praktik <i>dropship</i>.</p>	<p>Peneliti fokus pada praktik <i>dropship marketing system</i> dan penerapannya di Purnama Gallery dan Al-Ghifary Shop di Pamekasan yang kemudian akan dianalisis dengan analisa <i>maqashid syariah</i> kontemporer Jasser Auda untuk melihat sebanyak apa kemaslahatan yang ditimbulkan dari penerapan <i>dropship marketing system</i>.</p>