

## **Implementasi Jual Beli Melalui Sistem Dropshipping Dalam Bisnis Digital Syariah: Perspektif Fiqih Muamalah**

Nur Atika<sup>1)</sup>, Muhammad Yazid<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Jawa Timur Indonesia

Email : nratikah47@gmail.com<sup>1</sup>, muhammadyazid02@gmail.com<sup>2</sup>

**Article History : Received: 28-10-2025**

**Accepted: 09-12-2025 Publication: 22-12-2025**

---

**Abstract:** *This study aims to analyze the implementation of the dropshipping sales system in digital businesses from the perspective of Islamic jurisprudence (fiqh muamalah) and to identify the appropriate form of contract to comply with Sharia principles. This study uses a qualitative descriptive method with a library study approach, reviewing classical and contemporary literature, scientific journals, and fatwas related to the dropshipping system. The results of this study conclude that the dropshipping business model can be considered Sharia-compliant if it is implemented using a valid contract and is based on the values of justice, honesty, transparency, and the common good.*

**Abstrak:** *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan sistem penjualan dropshipping dalam bisnis digital ditinjau dari perspektif fiqh muamalah serta mengidentifikasi bentuk akad yang tepat agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research) dengan menelaah literatur klasik dan kontemporer, jurnal ilmiah, serta fatwa-fatwa yang berkaitan dengan sistem dropshipping. Hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa model bisnis dropshipping dapat dinilai sesuai dengan prinsip syariah apabila dijalankan dengan menggunakan akad yang sah serta berlandaskan nilai-nilai keadilan, kejujuran, transparansi, dan kemaslahatan bersama.*

---

**Keywords :** *Dropshipping, Fiqih Muamalah, Islamic Contract.*

### **PENDAHULUAN**

Jual beli merupakan salah satu aktivitas muamalah yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan manusia. Dalam perspektif fiqh muamalah, jual beli didefinisikan sebagai perjanjian tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain (Salwa & Luthfi, 2025). Transaksi jual beli dinyatakan sah apabila memenuhi rukun dan syarat tertentu, seperti adanya penjual dan pembeli yang berakal dan baligh, objek yang diperjualbelikan halal, dan akadnya harus jelas (Nabila Azrilia Syahra et al., 2024). Seiring dengan perkembangan teknologi, sistem perdagangan mengalami perubahan besar menuju era digital, di mana transaksi dilakukan melalui media internet. Salah satu model bisnis digital yang muncul dan berkembang di tengah masyarakat adalah sistem *dropshipping*.

*Dropshipping* adalah penjualan produk yang memungkinkan penjual (*dropshipper*) menjual barang kepada konsumen dengan bermodalkan foto dari pemasok (*supplier*) tanpa harus menyetok barangnya dan menjual dengan harga yang telah ditentukan oleh *supplier*. Jika *dropshipper*

mendapatkan pesanan, maka *dropshipper* tersebut meneruskan pesannya kepada *supplier* dan mengirimkannya kepada konsumen atas nama *dropshipper* (Novendra et al., 2024).

Model bisnis *dropshipping* ini semakin diminati dalam bisnis digital karena efisiensi modal dan mudah dalam operasionalnya. Namun, implemmentasi sistem *dropshipping* menimbulkan berbagai tantangan dikalangan masyarakat terkait kepatuhan pada prinsip-prinsip fiqh muamalah, terutama mengenai ketidakjelasan kepemilikan barang yang belum dimiliki secara langsung oleh penjual dan akad yang digunakan memungkinkan mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*) dan penipuan, karena barang yang diperjualbelikan bukan milik *dropshipper* sehingga *dropshipper* belum dapat memastikan apakah barang tersebut dikirim kepada konsumen atau tidak. Selain itu, terdapat ketidakpastian karakter dan kualitas barang karena barang tersebut dijual dalam bentuk gambar (Syarqawie, 2025).

Dalam sistem ini, *dropshipper* seringkali menjual barang yang belum menjadi miliknya secara sah, bahkan tidak mengetahui secara pasti kondisi dan kualitas barang yang ditawarkan kepada konsumen karena hanya berdasarkan gambar. Hal ini menimbulkan potensi ketidakpastian (*gharar*) dan penipuan dalam transaksi. Padahal islam telah menegaskan bahwa setiap transaksi harus dilakukan dengan kejelasan, kejujuran dan kerelaan kedua belah pihak. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa: 291

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangannya yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu”

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas permasalahan ini, di antaranya penelitian oleh (Nadila et al., 2024) yang mengkaji *dropshipping* dari perspektif fiqh muamalah tetapi lebih menekankan pada deskripsi praktiknya tanpa memberikan pendekatan alternatif terhadap akad yang digunakan. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai bagaimana sistem *dropshipping* dapat dilakukan sesuai dengan prinsip syariah menggunakan akad yang tepat.

Urgensi penelitian ini didasari oleh kebutuhan akan pedoman hukum islam yang kontekstual dan relevan terhadap model bisnis digital yang terus berkembang, termasuk *dropshipping*. Sejumlah penelitian dan fatwa telah menyatakan bahwa model bisnis *dropshipping* menyimpan risiko ketidakjelasan kepemilikan barang, ketidakpastian pengiriman dan potensi praktik tidak transparan yang kemungkinan dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen (Syarqawie, 2025). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan utama dalam implementasi *dropshipping* yang sesuai dengan prinsip syariah dan menawarkan mekanisme akad yang tepat seperti wakalah bil ujah, akad salam dan ju'alah sebagai alternatif solusi terbaik.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*), yang berfokus pada analisis sistem *dropshipping* dalam bisnis digital syariah, terutama tantangan ketidakpastian (*gharar*) dalam transaksi dan ketidaksesuaian akad dengan prinsip-prinsip syariah. Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber literatur berupa buku, jurnal, artikel ilmiah, fatwa ulama dan dokumen yang relevan terkait sistem *dropshipping* dan penerapannya dalam bisnis digital syariah. Seluruh data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara kritis dan sistematis untuk memberikan gambaran yang mendalam terkait implementasi serta ketidaksesuaian akad *dropshipping* dengan ketentuan syariah.

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 04 bulan September hingga tanggal 27 Oktober 2025 dengan target penelitian memahami implementasi prinsip-prinsip syariah dalam bisnis digital pada sistem *dropshipping*. Sasaran dalam penelitian ini adalah literatur dan karya ilmiah yang membahas tema tentang sistem *dropshipping* dalam bisnis digital, khususnya yang mengulas aspek hukum syariah, akad, dan prinsip fiqh kontemporer dalam transaksi *dropshipping*. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh literatur dan karya ilmiah yang relevan dengan topik sistem *dropshipping*, sampel diambil secara purposive berdasarkan relevansi dan kualitas sumber pustaka untuk mendukung analisis secara mendalam.

Prosedur penelitian dimulai dengan pengumpulan literatur primer dan literatur sekunder terkait *dropshipping* dan fiqh kontemporer. Selanjutnya dilakukan telaah isi, pengelompokan dan analisis kritis terhadap data yang diperoleh. Data dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) dan analisis tematik untuk memberikan gambaran sistematis mengenai kesesuaian praktik *dropshipping* serta berbagai tantangan yang muncul dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kerangka analisis yang digunakan untuk menelaah isi literatur dan dokumen yang fokus pada aspek akad, kepatuhan syariah dan risiko dalam praktik *dropshipping*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Jual Beli**

Secara etimologis, istilah jual beli berasal dari bahasa arab “*Al-bai*” yang berarti menjual, menukar atau mengganti sesuatu dengan sesuatu yang lain (Salwa & Luthfi, 2025). Sedangkan menurut terminologis, jual beli di definisikan sebagai kegiatan pertukaran barang tertentu dengan barang lain yang dilakukan atas dasar kerelaan dan kesepakatan antara kedua belah pihak (Ajir, 2022). Dalam istilah fiqh, jual beli atau *al-bai*’ didefinisikan sebagai pertukaran harta dengan harta untuk memperoleh kepemilikan dengan cara yang dibenarkan oleh syariat *وجه مشروع* *على وجه التملك* yang artinya transaksi jual beli harus memenuhi unsur kerelaan (*ridho*), kejelasan objek akad, dan tidak mengandung

unsur penipuan (gharar) (Khatimah & Alim, 2024). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan suatu bentuk perjanjian antara kedua belah pihak untuk saling menukar barang yang telah disepakati bersama.

Kaidah fiqh yang menjadi dasar utama dalam jual beli adalah:

الأصل في المعاملات الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم

*“Hukum asal dalam muamalah adalah boleh, sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya”*

Kaidah ini menjelaskan bahwa setiap bentuk transaksi ekonomi yang tidak secara eksplisit dilarang oleh Al-Qur’an atau hadits dianggap sah dan diperbolehkan selama tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah seperti riba, gharar (ketidakjelasan) dan maysir (perjudian) (Sohibul Hizbullah & Basri Na’ali, 2024).

Dalam hukum islam, suatu transaksi jual beli dikatakan sah apabila memenuhi rukun dan syarat sah jual beli, meliputi (Lutfianisa & Hana, 2025): Aqidain (pelaku akad) yakni pihak yang melakukan transaksi yakni penjual dan pembeli. Kedua belah pihak harus memenuhi beberapa syarat supaya akad dianggap sah secara syariat yakni mereka harus berakal sehat (aqil), dewasa (baligh), atas kehendak sendiri (bukan paksaan) dan melakukan transaksi dengan kerelaan (taraadhin). Ma’qud alaih (objek akad) yakni objek akad (barang atau jasa) yang diperjual belikan harus halal yakni tidak dalam kategori yang diharamkan oleh syariat baik dalam dzatnya maupun faktor yang lainnya, memiliki manfaat yakni memberikan nilai guna bagi pembeli serta objek akad ada wujudnya (mawjud) dan dapat di serahterimakan artinya penjual harus benar-benar memiliki atau menguasai barang tersebut dan mampu menyerahkannya kepada pembeli. Shighat (ijab dan qabul) merupakan pernyataan kesepakatan atau serah terima antara penjual dan pembeli, baik secara lisan, tulisan maupun tindakan yang menunjukkan kerelaan. Tsaman (harga) harus ditentukan dengan jelas, disepakati kedua belah pihak dan tidak mengandung unsur ketidakpastian. Penetapan harga yang tidak jelas, berubah-ubah tanpa kesepakatan atau tidak dijelaskan dari awal termasuk dalam kategori gharar yang dapat membatalkan akad jual beli. Harga jual beli harus mencerminkan keadilan dan kerelaan kedua belah pihak, di mana penjual tidak boleh memanfaatkan ketidaktahuan pembeli untuk menaikkan harga secara dzalim, begitu juga pembeli tidak boleh menekan penjual hingga menjual barang di bawah harga wajar. Prinsip ini sejalan dengan kaidah fiqh لا ضرر ولا ضرر (tidak boleh membahayakan diri sendiri dan orang lain).

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat melakukan transaksi jual beli guna memenuhi berbagai kebutuhannya. Saat ini, perkembangan teknologi telah mendorong munculnya berbagai bentuk kegiatan jual beli yang menggunakan internet sebagai media utama dalam melakukan transaksi, yang dikenal dengan istilah jual beli online. Jual beli online merupakan bentuk transaksi pertukaran barang yang dilakukan melalui media elektronik dengan menggunakan media internet (Ahmad Zamharir & Naila Azzahro, 2024). Dalam praktiknya, penjual mempromosikan produk dagangannya melalui berbagai

platform media sosial, seperti WhatsApp, Facebook, Tiktok maupun Instagram untuk menarik minat dan memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian.

Perkembangan jual beli online tidak hanya mempermudah akses konsumen terhadap berbagai produk, tetapi juga membawa dampak yang signifikan bagi pola konsumsi dan perilaku pasar. Dengan adanya jual beli online, konsumen tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, sehingga transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Hal ini memberikan fleksibilitas dan kenyamanan yang lebih besar dibandingkan dengan metode konvensional (Ajir, 2022). Namun, transaksi online juga menimbulkan sejumlah tantangan dan risiko, seperti potensi penipuan, ketidaksesuaian produk dengan deskripsi, serta masalah pengembalian barang dan layanan (Ahmad Zamharir & Naila Azzahro, 2024). Oleh karena itu, konsumen perlu lebih teliti dan berhati-hati dalam memilih dan berinteraksi dengan penjual secara online.

### **Konsep Sistem Dropshipping**

*Dropshipping* merupakan model bisnis yang bertindak sebagai perantara antara konsumen dan pemasok. Dalam sistem ini, *dropshipper* memasarkan produk dari pemasok melalui *e-commerce* atau media sosial tanpa harus membeli barang terlebih dahulu. ketika konsumen memesan barang kepada *dropshipper* kemudian *dropshipper* meneruskan pesanan dan pembayaran kepada pemasok yang kemudian mengirimkan produk langsung kepada konsumen atas nama *dropshipper* (Agustina et al., 2022). Model bisnis ini menawarkan kemudahan bagi pelaku usaha, khususnya yang baru memulai, karena tidak membutuhkan modal yang besar untuk membeli dan menyetok barang (Adriansyah et al., 2025).

Mekanisme *dropshipping* mencakup (Fauzan & Kusmayadi, 2025): Langkah awal yang dilakukan oleh *dropshipper* adalah memilih produk yang akan dijual. Pemilihan produk ini perlu didasarkan pada riset pasar, minat dan tingkat permintaan agar usaha dapat berjalan efektif dan menguntungkan. Setelah menemukan produk yang relevan, *dropshipper* mencari pemasok terpercaya yang mampu menyediakan produk berkualitas dan amanah. Setelah menemukan pemasok yang cocok, *dropshipper* biasanya akan mendaftar sebagai mitra atau *dropshipper* resmi dari pemasok tersebut. Pada tahap ini, mereka akan mendapatkan katalog produk, daftar harga khusus *dropshipper*, serta prosedur operasional yang berlaku.

Setelah Kerjasama terjalin, *dropshipper* mulai mempromosikan produk melalui berbagai platform dengan menyertakan katalog produk, menulis deskripsi yang menarik, dan menyusun harga jual agar menarik minat pembeli. Penting untuk branding dan strategi pemasaran agar produk dapat dikenal luas dan bersaing di pasar. *Dropshipper* juga harus memastikan bahwa gambar dan deskripsi produk yang digunakan akurat. Saat konsumen memutuskan membeli, mereka akan melakukan transaksi melalui

platform pemasaran milik *dropshipper*. Pada tahap ini, *dropshipper* bertindak sebagai penjual utama dan harus memberikan layanan pelanggan yang baik agar kepercayaan tetap terjaga. Setelah pembayaran berhasil, *dropshipper* mencatat detail pesanan seperti jumlah barang, alamat pengiriman, dan nomor kontak konsumen.

Langkah selanjutnya meneruskan pesanan kepada pemasok, begitu pesanan dan pembayaran dari konsumen diterima, *dropshipper* kemudian meneruskan data pesanan ke pemasok, termasuk informasi lengkap produk yang dipesan, jumlah dan alamat pengiriman. *Dropshipper* akan membayar harga barang kepada pemasok menggunakan dana dari hasil penjualan. Pada bagian ini, penting untuk memastikan bahwa data pengiriman jelas dan benar agar barang sampai ke tangan konsumen dengan baik. Setelah menerima pesanan, pemasok mengemas dan mengirimkan produk langsung ke alamat konsumen. Pengiriman ini dilakukan atas nama *dropshipper* agar identitas pemasok tetap tersembunyi dari konsumen.

Pemasok biasanya bekerja sama dengan layanan kurir terpercaya untuk memastikan produk sampai dalam keadaan baik dan tepat waktu. Pada tahap ini, *dropshipper* biasanya mendapat informasi tentang status pengiriman dan perkiraan waktu kedatangan produk. Jika terjadi kendala seperti keterlambatan atau kerusakan, *dropshipper* harus mampu menginformasikan kepada konsumen dan menanganinya secara profesional. Selisih antara harga jual kepada konsumen dan harga beli dari pemasok merupakan profit margin atau keuntungan bersih dari *dropshipper*. Jika *dropshipper* bertindak sebagai wakil (agen) dari pemasok, maka keuntungan yang diperoleh disebut ujah (komisi) yang telah disepakati di awal.

*Dropshipper* hampir sama dengan *reseller*, akan tetapi *reseller* memiliki stok barang dan sudah mempunyai izin dari pemasok, sedangkan *dropshipper* tidak memiliki stok barang sama sekali (Syaqawie, 2025). *Dropshipper* melakukan penjualan ketika ada pemesanan dari konsumen kemudian dipesan kepada pihak pemasok, maka pihak pemasoklah yang akan melakukan pengiriman pesanan kepada konsumen (Agustina et al., 2022). *Dropshipping* ini termasuk jenis bisnis online yang paling praktis, tetapi juga agak rumit karena seorang *dropshipper* harus tekun melakukan komunikasi dengan konsumen dan pemasok karena *dropshipper* harus memastikan keinginan konsumen bisa terpenuhi sebelum transaksi dilakukan.

### **Analisis Penerapan Akad dalam Fiqih Muamalah Terhadap sistem Dropshipping**

Dalam fiqih muamalah, setiap transaksi ekonomi harus didasarkan pada akad yang sah sesuai dengan ketentuan syariah. Suatu akad jual beli dianggap sah apabila telah memenuhi rukun jual beli meliputi *aqidain* yang berakal dan ridha, *ma'qud alaih* yang halal, jelas dan dimiliki penjual, *shighat* yang menunjukkan kesepakatan antara kedua belah pihak dan *tsaman* (Nabila Azrilia Syahra et al.,

2024). Dalam sistem *dropshipping*, masalah utama muncul karena *dropshipper* menjual barang yang belum dimilikinya secara fisik, padahal Rasulullah SAW dengan tegas melarang seseorang menjual sesuatu yang belum dimiliki sebagaimana diriwayatkan dalam hadits:

نَهَانِي رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ أُبَيْعَ مَا لَيْسَ عِنْدِي

“Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi Wasallam melarangku untuk menjual barang yang tidak aku miliki” (HR. Turmudzi).

Larangan tersebut untuk mencegah munculnya gharar (ketidakpastian) dan tadlis (penipuan) dalam bertransaksi. Dalam sistem *dropshipping*, gharar dapat terjadi apabila *dropshipper* tidak mengetahui dengan pasti keadaan, kualitas atau ketersediaan barang yang dijual, sedangkan konsumen tidak dapat melihat secara langsung. Jika informasi produk tidak dijelaskan secara transparan, maka konsumen berpotensi dirugikan. Hal ini bertentangan dengan prinsip keadilan dan transparansi dalam islam. Ketidakpastian juga bisa muncul apabila *dropshipper* tidak memiliki kontrol penuh terhadap pengiriman barang, sehingga tidak dapat menjamin kapan barang akan diterima oleh konsumen (Permatasari, 2024).

Meskipun demikian, tidak semua bentuk sistem *dropshipping* dilarang menurut fiqh muamalah, sistem ini dapat menjadi halal dan sah secara syariah apabila dijalankan dengan akad yang benar dan memenuhi prinsip syariah yakni keadilan, kejelasan serta kejujuran. Salah satu akad yang dapat diterapkan dalam sistem *dropshipping* adalah akad *wakalah bil ujah* yaitu akad perwakilan dalam hukum islam, di mana seseorang (*muwakkil*) memberikan kuasa kepada orang lain (*wakil*) untuk melakukan suatu pekerjaan atau tindakan tertentu atas nama *muwakkil*, dan *wakil* tersebut berhak menerima imbalan atau upah (*ujrah*) atas jasa yang dilakukannya (Soleha et al., 2025). Dalam konteks ini, *dropshipper* berperan sebagai wakil dari pemasok untuk menjual barang kepada konsumen dengan imbalan berupa komisi atau upah (*ujrah*). *Dropshipper* tidak sebagai pemilik barang, melainkan sebagai agen resmi yang membantu memasarkan dan menjual barang si pemasok. Dengan demikian, *dropshipper* menjalankan tugas sebagai wakil yang bertanggung jawab atas pemasaran produk tanpa memiliki kepemilikan atas barang yang dijual. Akad *wakalah bil ujah* sah dilakukan apabila telah memenuhi rukun dan syarat yakni: adanya pihak yang berakad (*muwakkil* dan *wakil*), objek perwakilan (*muwakkal bih*), *shighat* serta upah (*ujrah*) yang telah disepakati sejak awal akad (Dharmasisya et al., 2022). Dengan adanya akad ini, *dropshipper* berperan secara transparan sebagai pihak yang membantu transaksi bukan sebagai pihak yang menjual barang milik orang lain tanpa izin.

Selain *wakalah bil ujah*, sistem *dropshipping* juga dapat menerapkan akad *salam* (pesanan). Akad *salam* merupakan akad yang menjual sesuatu yang tidak dapat dilihat dzatnya, hanya dapat ditentukan sifatnya, yang apabila transaksi dilakukan dengan sistem pemesanan terlebih dahulu, di mana pembeli membayar harga di muka untuk barang yang akan dikirim di kemudian hari (Gaffar et al., 2023).

Dalam akad *salam*, pembeli menyerahkan harga secara penuh di awal, sedangkan penjual berkewajiban menyerahkan barang sesuai dengan kesepakatan waktu, jumlah dan kualitas yang telah ditetapkan (Ahmad Zamharir & Naila Azzahro, 2024). Dalam konteks sistem *dropshipping*, akad *salam* dapat diterapkan sebagai mekanisme jual beli yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. *Dropshipper* berperan sebagai penjual yang menerima pembayaran di awal dari konsumen untuk barang yang belum ada fisiknya saat transaksi. *Dropshipper* kemudian memesan barang tersebut kepada pemasok yang bertanggung jawab menyediakan dan mengirim barang sesuai pesanan konsumen. Syarat utama akad *salam* adalah spesifikasi barang harus jelas, harga disepakati di awal dan waktu pengiriman ditentukan secara pasti (Harahap & Tanjung, 2022).

Selain dua akad di atas, sistem *dropshipping* juga menerapkan akad *ju'alah* yaitu perjanjian pemberian imbalan kepada seseorang atas keberhasilannya dalam menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu (Adawiyah & Azazy, 2020). Dalam akad ini, pihak pertama (pemasok) menjanjikan imbalan tertentu kepada pihak kedua (*dropshipper*) apabila ia berhasil melakukan pekerjaannya yakni menjual produk. Penerapan akad *ju'alah* dalam sistem *dropshipping* di mana *dropshipper* sebagai pihak yang diberikan pekerjaan oleh pemasok untuk memasarkan dan menjual produk dan menjanjikan imbalan tertentu jika penjualan berhasil dilakukan. Dalam akad ini, hubungan antara *dropshipper* dan pemasok bersifat kerja jasa dengan pembayaran berdasarkan hasil yang diperoleh, bukan jual beli barang yang belum dimiliki. Dalam praktiknya, akad *ju'alah* sah apabila disertai kejelasan pekerjaan, kesepakatan imbalan dan kriteria pencapaian keberhasilan yang menjadi dasar pemberian upah. Dengan demikian, akad *ju'alah* dalam *dropshipping* menggarisbawahi bahwa *dropshipper* bertindak sebagai agen pemasaran yang memperoleh upah dari pemasok, memastikan hubungan bisnis berjalan transparan dan tidak menimbulkan unsur riba atau gharar (Hadi, 2025). Akad ini juga menjamin *dropshipper* tidak melakukan penjualan barang yang belum dimiliki secara tidak sah, melainkan menerima imbalan jasa atas usaha pemasaran dan penjualannya.

## **KESIMPULAN**

Jual beli melalui sistem *dropshipping* dalam bisnis digital merupakan bentuk inovasi perdagangan modern yang memanfaatkan kemajuan teknologi. Namun, sistem ini seringkali menimbulkan persoalan dalam perspektif fiqh muamalah, terutama terkait ketidakjelasan kepemilikan barang, potensi gharar dan unsur tadlis. Dalam hukum Islam, setiap transaksi harus memenuhi prinsip keadilan, kejelasan dan kerelaan kedua belah pihak. Berdasarkan hasil penelitian, sistem *dropshipping* dapat disesuaikan dengan fiqh muamalah melalui penerapan beberapa akad yang sah, seperti wakalah bil ujah, *salam* dan *ju'alah*. Ketiga akad tersebut memberikan dasar hukum yang jelas dan adil, sehingga menghindarkan transaksi dari unsur gharar dan tadlis. Dengan demikian, praktik *dropshipping* dapat dinyatakan sesuai dengan

hukum islam apabila dilakukan dengan akad yang sah, transparan, serta berlandaskan pada prinsip keadilan dan kemaslahatan bersama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R., & Azazy, Y. (2020). Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Pelaksanaan Jual Beli dengan Sistem Dropshipping di Aplikasi Marketplace Sorabel PT. Sale Stok Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 1–19. <https://doi.org/10.15575/am.v7i1>
- Adriansyah, A. A., Shintiya, A., Nst, N. N., Hapsah, Z. F., & Nurbaiti. (2025). Implementasi Strategi Bisnis Digital terhadap Bisnis Dropshipping. *Kampus Akademik Publisng Jurnal Ilmiah Nusantara ( JINU)*, 2(1), 252–265. <https://doi.org/10.61722/jinu.v2i1.3251>
- Agustina, D., Nopianti, N., & Munandar, E. (2022). Analisis Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Jual Beli Sistem Dropshipping dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pelaku Usaha di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 2603–2611. <https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/3940>
- Ahmad Zamharir, T., & Naila Azzahro, B. (2024). Analisis Fiqih Muamalah Terhadap Transaksi Jual Beli Online Pada Platform Shopee. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 3752–3761. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i5.24650>
- Ajir, D. (2022). Fikih Perbandingan Tentang Syarat dan Rukun Jual Beli serta Relevansinya dengan Jual Beli Modern Keywords : Buying and Selling , Online , Syariah Economy. *Risalah Iqtisadiyah*, 1(1), 35–46.
- Dharmasisya, ", Fakultas, J., Wakalah, A., Ujrah, B., Akad, D., Dalam, Q., Akad, P., Barang, P., & Sellyfio Ardiana, Z. (2022). Akad Wakalah Bil Ujrah Dan Akad Qard Dalam Penerapan Akad Pembelian Barang. *Jurnal Program Magister Hukum FHUI*, 2(December), 15.
- Fauzan, Z. M., & Kusmayadi, D. (2025). Analisis Sistem Kerja Dropshipping Marketplace Tokopedia: Studi Kasus Pada Toko Hypedunk23. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 6(2), 410–421. <https://doi.org/10.36085/jems.v6i2.8157>
- Gaffar, A., Kurniati, K., Rahman R, A., & Darliana, D. (2023). Tinjauan Hukum Islam Tentang Bisnis E-Commerce Dengan Sistem Dropshipping. *Jurnal Al-Kharaj: Studi Ekonomi Syariah, Muamalah, Dan Hukum Ekonomi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.30863/alkharaj.v3i1.3898>
- Hadi, A. S. (2025). Masalah Mursalah Dalam Fatwa DSN-MUI Tentang Akad Wasathah (Keperantaraan) Dalam Bisnis Properti. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 13–25.
- Harahap, S. K., & Tanjung, D. (2022). Sistem Akad Transaksi Jual Beli Online Dropshipping Perspektif Maqashid Syari'ah. *Human Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(2), 46. <https://doi.org/10.30829/hf.v9i2.11840>
- Khatimah, H., & Alim, A. (2024). *Konsep Jual Beli dalam Islam dan Implementasinya pada Marketplace*. 10(01), 43–57.
- Lutfianisa, N., & Hana, N. S. (2025). Analisis Hukum Syari'ah Terhadap Transaksi Jual Beli Barang Ball (Karungan) Dalam Islam. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3(3), 540–547.

- Nabila Azrilia Syahra, Fitriana Yasintha, Rawdia Tuzahara, Nur Azmi, & Wismanto Wismanto. (2024). Konsep Jual Beli dalam Perspektif Fiqih Muamalah dan Implikasinya Terhadap Ekonomi Syariah. *Hikmah : Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 1(4), 112–121. <https://doi.org/10.61132/hikmah.v1i4.256>
- Nadila, C., Ghani, N. A., Sembiring, N., Islam, F. A., Islam, U., & Utara, S. (2024). Implementasi Jual Beli Melalui Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Fiqh Muamalah Pada Toko Online Yolla Shop Kecamatan Medan Polonia Citra. 12–22.
- Novendra, A., Sari, R. P., & Ikhwan, M. (2024). Dropship dalam Tinjauan Hukum Islam. 11(1), 21–30.
- Permatasari, A. (2024). Analisis Konsep Jual Beli Dalam Islam Pada Transaksi.
- Salwa, N., & Luthfi, A. (2025). Jual Beli Dalam Perspektif Islam. *Agrifo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 26(1), 60–78.
- Sohibul Hizbullah, & Basri Na'ali. (2024). Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Jual Beli Pada Tempat yang Dilarang. *Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)*, 6(1), 81–96. <https://doi.org/10.55606/ai.v6i1.246>
- Soleha, S. N., Nursobah, A., & Ma'rufi, A. (2025). Implementasi Akad Wakalah Bil Ujroh dalam Transaksi Marketplace pada Mahasiswa Santri An-Nawawi Berjan Purworejo. *Al-Sulthaniyah*, 14(1), 85–102. <https://doi.org/10.37567/al-sulthaniyah.v14i1.3544>
- Syarqawie, F. (2025). Jual Beli Sistem Dropship : Antara Peluang Bisnis. *Jual Beli Sistem Dropship*, 961–969.