Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (2) 2026, Page: 33848-33855

Analisis Hukum Muamalah Terhadap Penerapan Etika Digital Dalam Praktik Dropshipping Di Era Transformasi E-Commerce

Yudi Febrianda[1], Maimun[2], Rachmi Helfianur[3]
[1,2]Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Mujtahadah, Pekanbaru, Indonesia
[3]Institut Az-Zuhra Pekanbaru, Indonesia

CorrespondingAuthor: febriianda089@gmail.com,
Email Auhtor: maimunalmujtahadah@gmail.com, rhelfianur@gmail.com

Published: June, 2026

ABSTRACT

The digital business transformation has given rise to various new transaction models, one of which is dropshipping. This business model allows businesses to sell goods without holding stock, with shipments handled directly by the supplier to consumers. This practice raises problems from a muamalah legal perspective, particularly regarding ownership of goods, the validity of contracts, and digital ethics in online transactions. This study aims to analyze the practice of dropshipping from a muamalah legal perspective and examine the digital ethics that must be adhered to to ensure that transactions without stock comply with Sharia principles. This study uses a qualitative method with a normative approach, drawing on a literature review of the Quran, Hadith, books on muamalah jurisprudence, opinions of contemporary scholars, and fatwas issued by the National Sharia Council of the Indonesian Ulema Council (DSN-MUI). The results indicate that dropshipping is essentially permissible in Islam if constructed through valid contracts such as wakalah and samsarah, and carried out with digital ethics that uphold honesty, transparency, trustworthiness, and consumer protection. Thus, dropshipping can be part of a digital business transformation that aligns with Islamic economic principles.

Keywords: Dropshipping, Digital Business, Ethics, Muamalah Law

ABSTRAK

Transformasi bisnis digital telah melahirkan berbagai model transaksi baru, salah satunya adalah dropshipping. Model bisnis ini memungkinkan pelaku usaha menjual barang tanpa memiliki stok, dengan pengiriman dilakukan langsung oleh pemasok kepada konsumen. Praktik tersebut menimbulkan problematika dalam perspektif hukum muamalah, khususnya terkait kepemilikan barang, keabsahan akad, serta etika digital dalam transaksi daring. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik dropshipping dalam perspektif hukum muamalah serta mengkaji etika digital yang harus dipenuhi agar transaksi tanpa stok barang sesuai dengan prinsip syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan normatif melalui studi kepustakaan terhadap Al-Qur'an, hadis, kitab fiqh muamalah, pendapat ulama kontemporer, serta fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dropshipping pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam apabila dikonstruksikan melalui akad yang sah seperti wakalah dan samsarah, serta dijalankan dengan etika digital yang menjunjung tinggi kejujuran, transparansi, amanah, dan perlindungan konsumen. Dengan demikian, dropshipping dapat menjadi bagian dari transformasi bisnis digital yang sejalan dengan prinsip ekonomi syariah.

Kata Kunci: Dropshipping, Bisnis Digital, Etika, Hukum Muamalah

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan signifikan dalam pola aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya pada sektor perdagangan. Transformasi dari transaksi konvensional menuju sistem digital melalui platform e-commerce dan media sosial telah melahirkan berbagai model bisnis baru yang lebih fleksibel dan efisien. Salah satu model yang berkembang pesat dalam ekosistem bisnis digital adalah *dropshipping*, yaitu mekanisme penjualan barang di mana penjual tidak memiliki atau menyimpan stok, melainkan bertindak sebagai perantara antara pemasok dan konsumen akhir.

Model bisnis dropshipping menawarkan peluang ekonomi yang luas karena rendahnya kebutuhan modal awal serta kemudahan akses pasar. Namun demikian, dalam perspektif hukum muamalah, praktik ini memunculkan sejumlah persoalan normatif, terutama terkait dengan larangan menjual barang yang belum dimiliki sebagaimana ditegaskan dalam hadis Nabi Muhammad SAW: *"Janganlah engkau menjual sesuatu yang belum engkau miliki"* (HR. Abu Dawud dan at-Tirmidzi).[1] Selain itu, transaksi dropshipping berpotensi mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan) apabila informasi mengenai barang, harga, maupun tanggung jawab penjual tidak disampaikan secara transparan kepada konsumen.

Al-Qur'an secara tegas menekankan pentingnya kejujuran dan keadilan dalam transaksi muamalah. Allah SWT berfirman:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِيْنَۙ ﴿١﴾ الَّذِيْنَ اِذَا اكْتَالُوْا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُوْنَ ﴿٢﴾ وَاِذَا كَالُوْهُمْ اَوْ وَّزَنُوْهُمْ يُخْسِرُوْنَۗ ﴿٣﴾

Artinya: *"Celakalah bagi orang-orang yang curang, yaitu mereka yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi"* (QS. al-Muṭaffifīn [83]: 1–3).

Ayat ini menegaskan bahwa praktik ekonomi, termasuk dalam ranah digital, harus dilandasi nilai kejujuran dan tanggung jawab moral. Dalam konteks muamalah kontemporer, para ulama memberikan penjelasan bahwa praktik jual beli tanpa kepemilikan barang dapat dibolehkan apabila dilakukan melalui akad yang sah, seperti akad *wakālah* atau *simsārah* (perantara), dengan syarat terpenuhinya unsur kejelasan objek, harga, serta tanggung jawab masing-masing pihak. Wahbah az-Zuhaili menegaskan bahwa larangan menjual barang yang belum dimiliki tidak berlaku apabila penjual bertindak sebagai wakil yang sah dari pemilik barang.[2] Pandangan ini sejalan dengan pendapat Ibnu Qudamah yang membolehkan praktik perantara dalam jual beli selama tidak mengandung unsur penipuan dan kerugian salah satu pihak.[3]

Di Indonesia, legitimasi praktik transaksi digital syariah diperkuat melalui fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli dan Fatwa Nomor 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Wakalah menegaskan bahwa transaksi jual beli modern, termasuk dalam platform digital, diperbolehkan sepanjang memenuhi prinsip syariah, seperti kejelasan akad, transparansi informasi, serta perlindungan terhadap hak konsumen.[4]

Berdasarkan uraian tersebut, kajian terhadap praktik dropshipping tidak cukup hanya difokuskan pada aspek keabsahan akad, tetapi juga perlu dianalisis dari perspektif etika digital dalam hukum muamalah. Etika digital mencakup nilai kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan perlindungan konsumen yang menjadi fondasi penting dalam menjaga keadilan dan kemaslahatan transaksi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik dropshipping dalam perspektif hukum muamalah serta mengkaji penerapan etika digital dalam transaksi tanpa stok barang agar selaras dengan prinsip-prinsip syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan normatif-yuridis. Pendekatan normatif-yuridis dipilih untuk mengkaji norma-norma hukum Islam yang bersumber dari teks-teks otoritatif, baik Al-Qur'an, hadis, maupun produk ijtihad ulama dan fatwa lembaga resmi, yang berkaitan

[1]Abu Dawud Sulaiman ibn al-Asy'ats al-Sijistani, Sunan Abi Dawud, Kitab al-Buyu', Bab fī al-Rajuli Yabi'u Ma Laysa 'Indahu (Beirut: Dar al-Risalah al-'alamiyyah, 2009), no. hadis 3503; lihat juga Muḥammad ibn 'isa al-Tirmizi, Sunan al-Tirmizi, Kitab al-Buyu', Bab Ma Ja'a fī Karahiyyati Bay'i Ma Laysa 'Indaka (Beirut: Dār al-Gharb al-Islami, 1998).

[2]Wahbah az-Zuḥailī, *Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dār al-Fikr, 1985), 2864–2866.

[3]Ibnu Qudāmah al-Maqdisī, *Al-Mughnī*, Jilid IV (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1997), 174–176.

[4]Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli*, Jakarta: DSN-MUI, 2017.

dengan praktik transaksi dropshipping dalam konteks bisnis digital.[5] Pendekatan ini relevan digunakan untuk menilai kesesuaian praktik muamalah kontemporer dengan prinsip-prinsip syariah.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), dengan menelaah sumber-sumber hukum Islam yang relevan. Sumber data primer dalam penelitian ini meliputi Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW yang mengatur prinsip-prinsip dasar muamalah, khususnya terkait jual beli, kepemilikan barang, serta larangan unsur gharar dan tadlis. Adapun sumber data sekunder mencakup kitab-kitab fiqh muamalah, pandangan ulama klasik dan kontemporer, artikel jurnal ilmiah, serta fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yang berkaitan dengan akad jual beli dan praktik transaksi digital.

Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan metode deskriptif-analitis. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan konsep-konsep hukum muamalah yang relevan, kemudian menganalisisnya secara kritis guna menilai kesesuaian praktik dropshipping dan penerapan etika digital dalam transaksi tanpa stok barang dengan ketentuan syariah.[6] Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai aspek legalitas dan etika dalam praktik dropshipping perspektif hukum Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dropshipping dalam Kerangka Transformasi Bisnis Digital

Transformasi bisnis digital telah mendorong lahirnya berbagai model transaksi baru yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana utama aktivitas ekonomi. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah dropshipping, yaitu sistem penjualan barang di mana pelaku usaha berperan sebagai perantara pemasaran tanpa harus memiliki atau menyimpan persediaan barang. Dalam mekanisme ini, pemasok bertanggung jawab atas ketersediaan dan pengiriman barang, sementara dropshipper fokus pada promosi dan komunikasi dengan konsumen. Model ini dinilai mampu meningkatkan efisiensi distribusi dan membuka peluang ekonomi yang lebih luas dalam ekosistem perdagangan digital. Ada beberapa keunggulan dan kelemahan dalam transaksi dropshipping yaitu:

a. **Segi Keunggulan**:
   1) Kebutuhan modal yang relatif terjangkau, yang mana pelaku usaha tidak diwajibkan menyediakan persediaan barang maupun fasilitas penyimpanan seperti Gudang.
   2) Efisiensi Risiko Operasional dalam sistem dropshipping, tanggung jawab pengelolaan persediaan, penyimpanan, dan distribusi barang berada pada pihak supplier.[7]
   3) Fleksibilitas dalam pengelolaan bisnis, pemanfaatan platform digital memungkinkan aktivitas usaha dijalankan tanpa keterikatan pada lokasi tertentu, waktu dan sumber daya yang dimiliki sehingga aktivitas bisnis dapat berjalan lebih efisien.[8]
   4) Akses terhadap pasar yang lebih luas, kemajuan teknologi informasi membuka peluang bagi dropshipper untuk menjangkau konsumen dari berbagai daerah bahkan lintas wilayah geografis kondisi ini berpotensi meningkatkan peluang penjualan dan memperbesar cakupan pasar yang dapat dijangkau oleh pelaku usaha.
   5) Mendukung perkembangan ekonomi digital, dropshipping merupakan salah satu bentuk inovasi dalam aktivitas perdagangan modern yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi digital. Model bisnis ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi kegiatan ekonomi sehingga dapat mendorong lahirnya wirausahawan baru serta memperluas akses masyarakat terhadap aktivitas perdagangan berbasis teknologi.[9]

---

[5]Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 2014), 51–52; lihat juga Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif* (Malang: Bayumedia Publishing, 2006), 295.

[6]Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), 11–13

[7]Oni Sahroni, *Fikih Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Republika Penerbit, 2019), hlm 248

[8]Ibid. hlm 250

[9]Yusuf al-Qaradawi, *Daur al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami* (Kairo: Maktabah Wahbah, 1995), hlm. 178

b. Segi Kelemahan

1) Terbatasnya kontrol terhadap produk, Dalam praktik dropshipping, pelaku usaha tidak memiliki akses langsung terhadap barang yang dipasarkan. Keterbatasan tersebut menyebabkan dropshipper sulit melakukan pengawasan terhadap kualitas produk, ketersediaan stok, maupun proses pengemasan sebelum barang dikirim kepada konsumen. Akibatnya, apabila terjadi ketidaksesuaian produk atau kesalahan pengiriman, kepercayaan konsumen terhadap dropshipper dapat menurun meskipun sumber permasalahan berasal dari supplier.
2) Resiko terjadinya unsur gharar, Karakteristik dropshipping yang tidak memiliki penguasaan fisik penuh terhadap barang akan berpotensi menimbulkan unsur gharar apabila informasi yang disampaikan kepada konsumen tidak lengkap atau tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Risiko ini dapat muncul dalam bentuk ketidakjelasan spesifikasi produk, kualitas barang, maupun ketersediaan stok. Oleh karena itu, penyampaian informasi yang transparan menjadi syarat penting untuk menjaga validitas transaksi menurut prinsip syariah.[10]
3) Tingginya ketergantungan terhadap supplier, Keberhasilan bisnis dropshipping sangat dipengaruhi oleh kinerja supplier sebagai penyedia produk. Keterlambatan pengiriman, perubahan harga secara sepihak, maupun ketidaktersediaan barang dapat berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan dan keberlangsungan usaha. Situasi tersebut menunjukkan bahwa dropshipper memiliki tingkat ketergantungan yang cukup tinggi terhadap pihak supplier dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.
4) Tingkat profitabilitas yang cenderung terbatas, Salah satu kelemahan bisnis dropshipping adalah keuntungan yang diperoleh cenderung tidak terlalu besar. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pelaku usaha yang menjual produk yang sama sehingga persaingan menjadi semakin ketat, Akibatnya, keuntungan yang diperoleh dari setiap penjualan biasanya lebih kecil dibandingkan dengan usaha yang memiliki dan mengelola stok barang sendiri.[11]
5) Potensi timbulnya perselisihan dengan konsumen, Transaksi yang dilakukan secara daring memiliki risiko lebih besar terhadap terjadinya kesalahpahaman antara penjual dan pembeli. Perbedaan antara informasi yang ditampilkan pada platform digital dengan kondisi barang yang diterima konsumen dapat memicu munculnya komplain maupun sengketa.[12]

Dalam kajian fiqh muamalah, keberadaan model bisnis seperti dropshipping tidak serta-merta dinilai bertentangan dengan ketentuan syariah. Hal ini sejalan dengan kaidah fiqh yang menyatakan bahwa hukum asal dalam muamalah adalah boleh, kecuali terdapat dalil yang secara tegas melarangnya (*al-aṣlu fī al-mu'āmalāt al-ibāḥah illā an yadulla dalīlun 'alā taḥrīmihā*).[13] Kaidah tersebut memberikan dasar normatif bagi penerimaan inovasi bisnis digital selama praktik yang dijalankan tidak mengandung unsur riba, gharar, maupun penipuan yang dilarang dalam syariah.

Meskipun demikian, praktik dropshipping kerap dikaitkan dengan larangan menjual barang yang belum dimiliki. Nabi Muhammad SAW menegaskan: *"Janganlah engkau menjual sesuatu yang belum engkau miliki"* (HR. Abu Dawud dan at-Tirmidzi).[14] Hadis ini menjadi pijakan utama dalam menilai keabsahan transaksi dropshipping apabila diposisikan sebagai akad jual beli murni. Namun, para ulama menjelaskan bahwa larangan tersebut bersifat kondisional dan tidak berlaku apabila pelaku transaksi bertindak sebagai wakil yang sah dari pemilik barang.

Wahbah az-Zuhaili menegaskan bahwa penjualan atas barang yang belum dimiliki dapat dibenarkan apabila dilakukan melalui akad *wakālah* atau perantaraan (*simsārah*), karena kepemilikan dan tanggung jawab barang tetap berada pada pemasok.[15] Pandangan ini diperkuat oleh Ibnu Qudamah yang menyatakan bahwa praktik perantara dalam jual beli diperbolehkan selama memenuhi unsur kejelasan

[10]Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz IV, (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985), hlm. 3045–3055

[11]M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah (Bandung: Pustaka Setia, 2018)*

[12]Yusuf al-Qaradawi, *Daur al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami*, (Kairo: Maktabah Wahbah, 1995)hlm. 180.

[13]Jalāl al-Dīn al-Suyūṭī, *Al-Asybāh wa al-Naẓā'ir* (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1998), 60.

[14]Abū Dāwūd Sulaimān ibn al-Asy'ats al-Sijistānī, *Sunan Abi Dāwūd*, Kitāb al-Buyū', no. 3503; Muḥammad ibn 'Īsā al-Tirmiżī, *Sunan al-Tirmiżī*, Kitāb al-Buyū'.

[15]Wahbah az-Zuḥailī, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dār al-Fikr, 1985), 2864–2866.

akad, tidak mengandung unsur penipuan, serta tidak merugikan salah satu pihak.[16] Dengan demikian, posisi dropshipper dalam transaksi digital lebih tepat dipahami sebagai wakil atau perantara, bukan sebagai pemilik barang.

Selain aspek keabsahan akad, praktik dropshipping juga harus memperhatikan dimensi etika dalam transaksi digital. Al-Qur'an menegaskan prinsip kejujuran dan keadilan dalam aktivitas ekonomi, sebagaimana firman Allah SWT: *"Celakalah bagi orang-orang yang curang"* (QS. al-Muṭaffifīn [83]:1).[17]Ayat ini menegaskan bahwa setiap bentuk transaksi, termasuk transaksi berbasis digital, wajib dijalankan secara transparan dan bertanggung jawab. Dalam konteks dropshipping, etika digital tercermin dalam penyampaian informasi yang benar mengenai spesifikasi barang, harga, waktu pengiriman, serta mekanisme penyelesaian sengketa apabila terjadi ketidaksesuaian.

Dalam praktik muamalah kontemporer di Indonesia, legitimasi transaksi dropshipping diperkuat oleh fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli menegaskan bahwa suatu transaksi dinilai sah apabila memenuhi prinsip kerelaan para pihak, kejelasan objek dan harga, serta tidak mengandung unsur gharar.[18] Sementara itu, Fatwa DSN-MUI Nomor 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Wakalah memberikan landasan hukum bagi praktik perwakilan dalam transaksi digital, termasuk dropshipping, sepanjang akad wakalah dilakukan secara jelas dan tidak bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen.[19]

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa dropshipping sebagai bagian dari transformasi bisnis digital dapat diterima dalam perspektif hukum muamalah apabila dijalankan dengan akad yang sesuai dengan ketentuan syariah serta disertai penerapan etika digital yang menjunjung tinggi nilai kejujuran, amanah, dan keadilan. Dengan demikian, praktik dropshipping tidak hanya dinilai dari aspek formalitas akad, tetapi juga dari sejauh mana transaksi tersebut mampu mewujudkan kemaslahatan dan mencegah terjadinya mudarat dalam interaksi ekonomi digital.

2. Etika/Akad Digital Dalam Perspektif Hukum Muamalah

a. Akad Wakalah

Dalam kajian fikih muamalah kontemporer, akad wakalah dipahami sebagai mekanisme pendelegasian kewenangan yang memungkinkan seseorang menunjuk pihak lain untuk bertindak atas namanya dalam suatu urusan yang sah menurut syariat. Konsep ini memiliki landasan normatif dalam Al-Qur'an dan hadis serta telah menjadi instrumen penting dalam berbagai aktivitas ekonomi modern. Menurut az-Zuhaili, keberadaan akad wakalah bertujuan untuk memberikan kemudahan dan efisiensi dalam transaksi, mengingat tidak semua pihak dapat melaksanakan kepentingannya secara langsung. Dalam model bisnis dropshipping, supplier berperan sebagai *muwakkil* yang memberikan kuasa kepada dropshipper sebagai *wakil* untuk melakukan kegiatan pemasaran dan pencarian konsumen. Dengan demikian, imbalan yang diterima dropshipper dapat dikategorikan sebagai *ujrah* atas jasa perwakilan yang diberikan, selama mekanisme transaksi dilakukan secara transparan dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.[20]

b. Akad Samsarah

Dalam praktik perdagangan berbasis digital, akad samsarah dapat dijadikan landasan hukum bagi aktivitas dropshipping karena menempatkan dropshipper sebagai mediator yang mempertemukan supplier dengan konsumen. Kedudukan tersebut sejalan dengan konsep simsar dalam fikih muamalah yang memperoleh kompensasi atas jasa perantara yang diberikannya. Menurut Ibnu Qudamah, kebolehan akad samsarah didasarkan pada adanya kebutuhan masyarakat terhadap jasa perantara dalam kegiatan perdagangan, dengan syarat besaran upah diketahui secara jelas serta tidak terdapat unsur tadlis (penipuan) maupun gharar yang berpotensi menimbulkan sengketa. Dengan karakteristik tersebut, akad samsarah dinilai mampu mengakomodasi

---

[16]Ibnu Qudāmah al-Maqdisī, *Al-Mughnī*, Jilid IV (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1997), 174–176.

[17]Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. al-Muṭaffifīn [83]: 1.

[18]Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa No. 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli*.

[19]Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa No. 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Wakalah*.

[20]Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz V (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985), hlm. 4011–4014.

perkembangan transaksi elektronik modern yang semakin mengandalkan peran pihak ketiga dalam kegiatan pemasaran dan distribusi produk.[21]

3. Etika Digital Dalam Perspektif Hukum Muamalah

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, penerapan etika digital pada praktik dropshipping tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap ketentuan transaksi elektronik, tetapi juga mencakup kewajiban untuk mengedepankan transparansi dan akuntabilitas dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Transparansi tersebut diwujudkan melalui keterbukaan mengenai posisi dropshipper dalam transaksi, penyampaian informasi produk yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, serta komitmen untuk memberikan respons dan penyelesaian yang adil terhadap setiap keluhan konsumen.

Implementasi prinsip-prinsip tersebut memiliki relevansi yang kuat dengan tujuan syariat (*maqāṣid al-syarī'ah*), khususnya dalam aspek perlindungan harta (*ḥifẓ al-māl*) dan pencegahan terhadap berbagai bentuk kerugian (*daf'al-mafāsid*) yang dapat timbul akibat ketidakjelasan informasi maupun praktik bisnis yang tidak bertanggung jawab. Dengan demikian, etika digital berfungsi sebagai instrumen normatif yang mendukung terciptanya transaksi elektronik yang aman, adil, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.[22] Beberapa etika yang harus diterapkan dalam bisnis dropshipping antara lain sebagai berikut:

a. ***Kejujuran (Ṣidq)***, Kejujuran merupakan prinsip utama dalam muamalah. Dropshipper wajib menyampaikan informasi produk secara benar, baik mengenai kualitas, spesifikasi, harga, kondisi barang, maupun estimasi pengiriman. Penyampaian informasi yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya dapat dikategorikan sebagai *tadlis* (penipuan) yang dilarang dalam Islam.[23]
b. ***Amanah***, Dropshipper harus menjaga kepercayaan yang diberikan oleh supplier maupun konsumen. Amanah diwujudkan dengan mengelola pesanan secara profesional, menyampaikan pembayaran kepada supplier sesuai kesepakatan, serta memastikan hak-hak konsumen terpenuhi.[24]
c. ***Transparansi (Keterbukaan)***, Transparansi merupakan aspek penting dalam transaksi digital. Konsumen berhak memperoleh informasi yang jelas mengenai produk, harga, biaya pengiriman, kebijakan pengembalian barang, serta status dropshipper sebagai perantara dalam transaksi.[25]
d. ***Keadilan***, Prinsip keadilan mengharuskan dropshipper memperlakukan seluruh konsumen secara proporsional tanpa diskriminasi serta tidak mengambil keuntungan dengan cara yang merugikan pihak lain.[26]
e. ***Tanggung Jawab (Mas'uliyyah)***, Dalam perspektif syariah, pelaku usaha bertanggung jawab terhadap dampak transaksi yang dilakukan. Oleh karena itu, dropshipper harus bersedia menerima dan menyelesaikan komplain konsumen secara profesional apabila terjadi kesalahan produk atau kendala pengiriman.[27]
f. ***Gharar(ketidak jelasan)***, Dalam praktik dropshipping, prinsip penghindaran *gharar* menjadi aspek yang harus diperhatikan untuk menjaga validitas transaksi menurut hukum ekonomi syariah pelaku dropshipping berkewajiban memastikan bahwa seluruh informasi yang berkaitan dengan objek transaksi disampaikan secara jelas dan transparan, meliputi spesifikasi produk, harga, kualitas, kuantitas, serta waktu penyerahan barang. Kejelasan informasi tersebut diperlukan untuk menjamin terpenuhinya prinsip kerelaan para pihak (*an-taraḍin minkum*) dan meminimalkan potensi kerugian yang dapat timbul akibat kesalahpahaman dalam transaksi elektronik.[28]

---

[21]Al-Mughni Ibnu Qudamah, *Al-Mughni*, Juz VI (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1994), hlm. 443–445.

[22]Al-Muwafaqat Abu Ishaq al-Syatibi, *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah*, Juz II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2004), hlm. 8–12

[23]Yusuf al-Qaradawi, *Daur al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami* (Kairo: Maktabah Wahbah, 1995), hlm. 162–165

[24]Ihya' Ulum al-Din Abu Hamid al-Ghazali, *Ihya' Ulum al-Din*, Juz II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2005), hlm. 75–78.

[25]M. Nur Rianto Al Arif, "Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Elektronik," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 13, No. 1, hlm. 45–52.

[26]Al-Iqtishad fi al-I'tiqad Al-Ghazali, *Al-Iqtishad fi al-I'tiqad* (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2004), hlm. 112.

[27]Yusuf al-Qaradawi, *Daur al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami*, hlm. 170–173.

[28]Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985), hlm. 3045–3055

g. ***Menghindari Tadlis (Penipuan)*** Islam melarang segala bentuk manipulasi informasi yang dapat menyesatkan konsumen. Oleh karena itu, seluruh informasi yang ditampilkan dalam media digital harus sesuai dengan kondisi sebenarnya.[29]
h. **Menjaga Kemaslahatan (Maslahah),** Aktivitas bisnis harus memberikan manfaat bagi semua pihak dan tidak menimbulkan kerugian. Prinsip ini sejalan dengan maqāṣid al-syarīʻah yang bertujuan mewujudkan kemaslahatan serta mencegah kemudaratan dalam kehidupan ekonomi.[30]

4. Analisis Hukum Muamalah terhadap Praktik Dropshipping

Dalam kajian hukum muamalah kontemporer, praktik dropshipping merupakan salah satu bentuk inovasi bisnis yang muncul sebagai konsekuensi perkembangan perdagangan elektronik (*e-commerce*). Sistem ini memungkinkan seseorang memasarkan produk tanpa harus memiliki atau menyimpan stok barang secara fisik. Meskipun demikian, legalitas dropshipping dalam perspektif syariah tidak dapat ditentukan hanya berdasarkan model bisnisnya, melainkan harus dianalisis berdasarkan akad yang digunakan serta kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.[31]

Dari aspek akad, praktik dropshipping dapat dikonstruksikan melalui akad **wakalah**, **samsarah**. Akad wakalah terjadi ketika supplier memberikan kuasa kepada dropshipper untuk memasarkan produk atas nama supplier. Dalam akad ini, dropshipper bertindak sebagai wakil (*wakil*) yang memperoleh imbalan atas jasa yang diberikannya. Sementara itu, akad samsarah menempatkan dropshipper sebagai perantara (*simsar*) yang mempertemukan supplier dengan konsumen dan memperoleh komisi dari aktivitas tersebut. Adapun akad juʻalah dapat diterapkan ketika supplier menjanjikan imbalan tertentu kepada dropshipper atas keberhasilannya memperoleh pembeli atau mencapai target penjualan yang telah ditentukan.[32]

Dari aspek etika muamalah, praktik dropshipping pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur yang dilarang oleh syariah. Namun, karakteristik dropshipping yang mengandalkan media digital memiliki potensi menimbulkan permasalahan hukum apabila pelaku usaha tidak menerapkan prinsip transparansi dan kejujuran. Risiko tersebut dapat muncul dalam bentuk penyampaian informasi produk yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya, ketidakjelasan status kepemilikan barang, keterlambatan pengiriman yang tidak diinformasikan kepada konsumen, maupun pengabaian terhadap keluhan pelanggan. Kondisi tersebut berpotensi mengandung unsur *gharar* dan *tadlīs* yang dilarang dalam hukum Islam karena dapat merugikan salah satu pihak dalam transaksi.[33]

Berdasarkan kaidah fikih muamalah, hukum asal transaksi adalah boleh (*al-aṣlu fi al-muʻāmalāt al-ibāḥah*) selama tidak terdapat dalil yang mengharamkannya. Oleh karena itu, praktik dropshipping dapat dinilai sah dan diperbolehkan apabila memenuhi rukun dan syarat akad, objek transaksi yang halal, adanya kerelaan para pihak (*an-tarāḍin*), serta terbebas dari unsur riba, gharar, maisir, dan penipuan. Selain itu, pelaku dropshipping juga harus menjalankan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, amanah, transparansi, profesionalisme, dan tanggung jawab dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.[34]

Dengan demikian, analisis hukum muamalah menunjukkan bahwa praktik dropshipping pada dasarnya dapat diterima dalam sistem ekonomi Islam sebagai bentuk inovasi perdagangan modern. Namun, kebolehannya bersifat kondisional, yaitu bergantung pada kejelasan akad yang digunakan, kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, serta implementasi etika digital yang menjamin perlindungan hak dan kepentingan seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi.[35]

---

[29]Ibnu Qudamah, *Al-Mughni*, Juz VI (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1994), hlm. 443–445

[30] Al-Syatibi, *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah*, Juz II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2004), hlm. 8–12.

[31] Oni Sahroni, *Fikih Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Republika Penerbit, 2019), hlm. 245–250.

[32] Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz V (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985), hlm. 3875–3880; 4011–4014

[33] Ibnu Qudamah, *Al-Mughni*, Juz VI (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1994), hlm. 443–445

[34] Bidayat al-Mujtahid Ibnu Rusyd, *Bidayat al-Mujtahid wa Nihayat al-Muqtashid*, Juz II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2007), hlm. 154–156.

[35] Al-Syatibi, *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah*, Juz II, hlm. 8–12.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa dropshipping merupakan salah satu bentuk transformasi bisnis digital yang berkembang seiring kemajuan teknologi informasi dan perdagangan elektronik. Dalam perspektif hukum Islam, praktik dropshipping pada dasarnya diperbolehkan selama memenuhi ketentuan syariah yang berlaku. Keabsahan transaksi dropshipping sangat bergantung pada konstruksi akad yang digunakan, seperti akad wakalah (perwakilan) dan samsarah (perantara), yang harus dilakukan secara jelas, sah, dan sesuai dengan prinsip muamalah Islam. Selain itu, penerapan etika digital menjadi aspek yang tidak dapat dipisahkan dari praktik bisnis ini. Nilai-nilai seperti kejujuran dalam penyampaian informasi produk, transparansi harga dan proses transaksi, amanah dalam menjalankan tanggung jawab, serta perlindungan terhadap hak-hak konsumen merupakan syarat penting untuk menjaga keadilan dan menghindari unsur gharar maupun penipuan. Dengan demikian, dropshipping dapat menjadi model bisnis digital yang halal, etis, bertanggung jawab, dan memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

Abu Dawud Sulaiman ibn al-Asy‘ats al-Sijistani, Sunan Abi Dawud, Kitab al-Buyu‘, Bab fī al-Rajuli Yabi‘u Ma Laysa ‘Indahu (Beirut: Dar al-Risalah al-‘alamiyyah, 2009), no. hadis 3503; lihat juga Muḥammad ibn ‘isa al-Tirmizi, Sunan al-Tirmizi, Kitab al-Buyu‘, Bab Ma Ja’a fi Karahiyyati Bay‘i Ma Laysa ‘Indaka (Beirut: Dār al-Gharb al-Islami, 1998).

Al-Iqtishad fi al-I'tiqad Al-Ghazali, *Al-Iqtishad fi al-I'tiqad* (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2004)

Al-Mughni Ibnu Qudamah, *Al-Mughni*, Juz VI (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1994),

Al-Muwafaqat Abu Ishaq al-Syatibi, *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah*, Juz II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2004)

Al-Syatibi, *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah*, Juz II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2004)

Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz V (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985)

Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985), hlm. 3045–3055

Bidayat al-Mujtahid Ibnu Rusyd, *Bidayat al-Mujtahid wa Nihayat al-Muqtashid*, Juz II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2007)

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa No. 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.*

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa No. 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Wakalah.*

Ibnu Qudāmah al-Maqdisi, *Al-Mughni*, Jilid IV (Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1997)

Ihya' Ulum al-Din Abu Hamid al-Ghazali, *Ihya' Ulum al-Din*, Juz II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2005)

Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif* (Malang: Bayumedia Publishing, 2006)

Jalal al-Din al-Suyuṭi, *Al-Asybah wa al-Naẓa'ir* (Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1998)

Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. al-Muṭaffifīn [83]

Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018)

M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah (Bandung: Pustaka Setia, 2018)*

M. Nur Rianto Al Arif, "Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Elektronik," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 13, No. 1

Oni Sahroni, *Fikih Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Republika Penerbit, 2019)

Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 2014)

Wahbah az-Zuḥaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985)

Yusuf al-Qaradawi, *Daur al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami* (Kairo: Maktabah Wahbah, 1995)