

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP CARA KERJA  
*DROPSHIPPER* PADA *DISTRONYACWO OFFICIAL***

**SKRIPSI**

Oleh

**CITRA DWI ERSALINA**

**NIM: G94217149**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**2022**

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya (Citra Dwi Ersalina, G94217149), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di universitas islam negeri sunan ampel, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Surabaya, 10 Agustus 2022



**Citra Dwi Ersalina**

**NIM: G94217149**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang disusun oleh Citra Dwi Ersalina NIM. G94217149 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 25 Mei 2022

Pembimbing,



**Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.**

NIP. 197005142000031001

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh Citra Dwi Ersalina NIM. G94217149 ini telah dipertahankan di depan Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, 29 Juni 2022 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1) dalam Program Studi Ekonomi Syariah.

### Majelis Munaqosah Skripsi

Penguji I,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP. 197005142000031001

Penguji II,



Dr. Siti Musfiqoh, M.E.I.  
NIP. 197608132006042002

Penguji III,



Dr. Imroatul Azizah, M. Ag  
NIP. 197308112005012003

Penguji VI,



Saqofa Nabilah Aini, S.E., M.Sc.  
NIP. 199301092020122028

Surabaya, 10 Agustus 2022

Mengesahkan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP. 197005142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

---

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : CITRA DWI ERSALINA  
NIM : G94217149  
Fakultas/Jurusan : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH  
E-mail address : citraad.er11@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP CARA KERJA *DROPSHIPPER* PADA

DISTRONYACWO OFFICIAL

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Agustus 2022

Penulis

( CITRA DWI ERSALINA )

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Cara Kerja *Dropshipper* Pada *Distronyacwo Official*” bertujuan menjawab rumusan masalah yang terdapat pada penelitian, yaitu bagaimana cara kerja *dropshipper* pada *Distronyacwo Official* dan bagaimana analisis etika bisnis Islam terhadap cara kerja *dropshipper* pada *Distronyacwo Official*.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini didapatkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian data tersebut diperiksa keabsahan datanya menggunakan uji kredibilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Cara kerja yang diterapkan oleh *Distronyacwo Official* dengan para *dropshipper* adalah *samsarah*. Hal ini sesuai dengan pengertian *samsarah* yakni *dropshipper* sebagai perantara penjualan, dan 2) Cara kerja *Distronyacwo Official* dengan *dropshipper* dalam perspektif etika bisnis Islam telah memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yaitu prinsip keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebajikan.

Saran penelitian ini adalah 1) Bagi *supplier* seharusnya memeriksa kembali dengan teliti untuk meminimalisir kesalahan dan pengembalian oleh pembeli, dan 2) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan lebih lanjut penelitian ini. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih mendalam didukung dengan data terbaru dan pembahasan yang lebih luas agar mampu menggambarkan secara lebih jelas dan detail

**Kata kunci:** *Samsarah*, Etika Bisnis Islam

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Kajian Pustaka .....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	16
1.6 Manfaat Penelitian.....	16
1.7 Definisi Operasional .....	17
1.8 Sistematika Pembahasan .....	18
BAB 2 KAJIAN TEORI .....	20
2.1 Kajian Teori .....	20
2.1.1 <i>Samsarah</i> .....	20
2.1.2 <i>Dropshipper</i> .....	24
2.1.3 Etika Bisnis Islam.....	28

2.2 Kerangka Konseptual.....	38
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	40
3.1 Lokasi Penelitian .....	40
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	40
3.3 Sumber Data .....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	44
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	45
3.7 Teknik Analisis Data .....	47
BAB 4 HASIL PENELITIAN .....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.2 Alur Transaksi <i>Dropship</i> di <i>Distronyacwo Official</i> .....	54
4.3 Cara Kerja <i>Dropshipper</i> pada <i>Distronyacwo Official</i> .....	55
4.4 Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Cara Kerja <i>Dropshipper</i> Pada <i>Distronyacwo Official</i> .....	58
BAB 5 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	62
5.1 Analisis Cara Kerja <i>Dropshipper</i> pada <i>Distronyacwo Official</i> .....	62
5.2 Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Cara Kerja <i>Dropshipper</i> pada <i>Distronyacwo Official</i> .....	64
BAB 6 PENUTUP .....	72
6.1 Kesimpulan .....	72
6.2 Saran .....	73
DAFTAR PUSTAKA .....	74
LAMPIRAN.....	79



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distronyacwo Official ( <i>Supplier</i> ).....	53
Tabel 4.2 <i>Dropshipper</i> Distronyacwo Official .....	53



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia (2016-2021) .....	3
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Konseptual .....	38
Gambar 4.1 Akun Instagram Distrynacwo Official .....	52
Gambar 4.2 Alur Transaksi <i>Dropship</i> di Distrynacwo Official .....	54



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis kini semakin berkembang pesat dengan dukungan teknologi yang semakin canggih. Dahulu bisnis yang terjadi dalam masyarakat menggunakan cara tradisional. Namun kini masyarakat sudah menggunakan teknologi digital dan aplikasi yang sangat mudah digunakan dan mampu menjangkau konsumen secara menyeluruh di mana pun mereka berada. Semula kegiatan bisnis atau jual beli hanya dapat dilakukan secara *offline*, namun saat ini dapat pula dilakukan secara *online*. Proses jual beli yang awalnya hanya dapat dilakukan dengan cara kedua belah pihak hadir dan bertatap muka, saat ini hanya menggunakan media internet, proses jual beli dapat berjalan dengan baik. Bahkan pembeli tanpa harus pergi ke manapun, produk yang diinginkan akan datang dengan sendirinya ke rumah masing-masing. Hal ini menandakan bahwa perkembangan teknologi memberikan kemudahan bagi pelaku kegiatan transaksi jual beli baik penjual maupun pembeli.

Perkembangan teknologi yang cepat dapat memberikan pengaruh yang signifikan dalam segala aspek kehidupan manusia baik dalam hal berkomunikasi, berinteraksi, dan bahkan melakukan perdagangan atau bisnis dengan orang lain dari segala penjuru dunia dapat dilakukan dengan mudah, cepat dan murah. Jual beli atau perdagangan menggunakan media teknologi internet yang disebut *Electronic Commerce (e-commerce)* sudah bukan menjadi hal yang tidak asing lagi dalam dunia bisnis di negara-negara

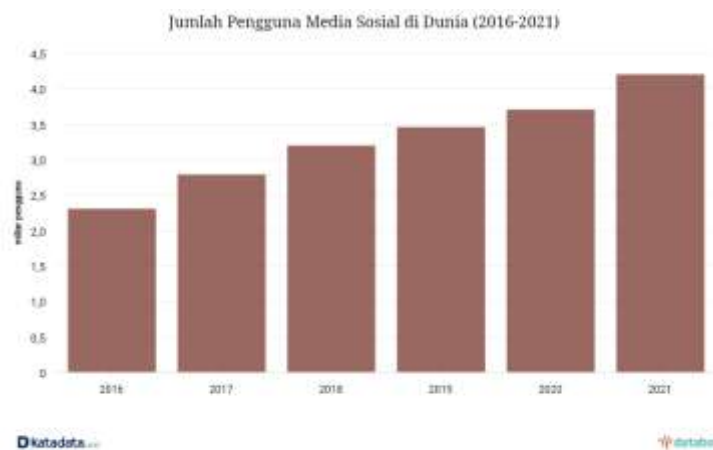
berkembang maupun maju, termasuk di Indonesia (Otono, 2017:55). Menurut McLeod (2008 : 59) dalam penelitian Maulana *et al.*, (2015:2), *e-commerce* yang berarti perdagangan elektronik adalah pemanfaatan jaringan komunikasi dan komputer untuk melakukan proses bisnis. Pengertian dari *e-commerce* sendiri yaitu menggunakan internet dan komputer dengan browser web untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan bahkan menjual produk (Maulana *et al.*, 2015:2). Penawaran *e-commerce* tidak hanya yang berbayar, tetapi juga tersedia secara gratis di Internet. Tidak hanya memberikan kemudahan bagi pihak konsumen, tetapi perkembangan *e-commerce* ini juga memudahkan pihak produsen dalam memasarkan produk yang dapat mempengaruhi penghematan biaya dan waktu, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial sebagai alternatif.

Media sosial merupakan sarana komunikasi yang dapat menghubungkan antar pengguna dengan cakupan wilayah yang sangat luas. Tentu saja tidak hanya digunakan untuk komunikasi, tetapi juga bermanfaat untuk proses pemasaran. Perkembangan teknologi yang maju dan pesat pada saat ini menuntut para pemilik usaha untuk bersaing. Adapun data statistik penggunaan aplikasi media sosial di dunia yang termasuk bisa digunakan sebagai media pemasaran produk menunjukkan peningkatan setiap tahunnya hingga saat ini. Pada Januari 2021 mencapai 4,2 miliar atau tumbuh 13,2% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Angka tersebut setara dengan 155 ribu pengguna baru perdetik. Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa pemasaran secara *online* melalui *electronic commerce* sangatlah tepat

digunakan sebagai media jual beli yang akan mampu menghasilkan hasil yang besar dibanding secara *offline*.

Gambar 1.1

Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia (2016-2021)



Sumber: katadata.co.id

Media jual beli yang semakin canggih memicu munculnya berbagai macam sistem baru dalam jual beli yang dimana salah satunya adalah sistem *dropship*. Secara umum sistem *dropship* merupakan sistem yang dimana penjual dapat melakukan penjualan produk tanpa memiliki produk tersebut. Namun penjual hanya memasarkan produk orang lain yang telah menjalin kerjasama dengannya dan orang tersebut yang benar-benar memiliki produk serta yang akan mengirimkan produk tersebut kepada pembeli. Akan tetapi dana penjualan akan tetap masuk kepada penjual yang menggunakan sistem *dropship* terlebih dahulu. Kemudian baru akan sampai kepada pemilik produk sebenarnya dengan harga yang selisih dengan penjualan dengan konsumen. Transaksi seperti ini menjadi mungkin pada saat transaksi secara *online* karena

pihak pembeli dan penjual tidak bertatap secara langsung (Prabowo *et al.*, 2016:5). Kebanyakan *dropshipper* menjual barang yang banyak dicari oleh masyarakat, dari kebutuhan primer sampai dengan kebutuhan sekunder. Barang yang dijual antara lain seperti pakaian, jilbab, tas, sepatu, dan masih banyak lagi. Kebutuhan dan minat beli masyarakat yang tinggi dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk membuka bisnis *dropshipping*.

Alur transaksi *dropshipping* ini cukup mudah. Proses pembayaran dimulai dengan pembeli yang membayarkan sejumlah uang kepada *dropshipper*, kemudian *dropshipper* akan meneruskan pembayaran tersebut kepada *supplier* sesuai dengan harga beli *dropshipper* (ditambah dengan ongkos kirim ke pelanggan) yang telah disepakati serta memberikan data-data pelanggan (nama, alamat, nomor ponsel) kepada *supplier*. Barang yang dipesan akan dikirim oleh *supplier* kepada pelanggan/pembeli. Namun ada hal yang menarik, yaitu nama pengirim yang tercantum tetaplh nama *dropshipper*. (Syafi'i, 2013:2).

Apabila ada pesanan yang masuk, mereka (*dropshipper*) hanya perlu menghubungi *supplier*. Setelah menerima informasi mengenai pesanan tersebut, *supplier* akan mengirimkan barang langsung kepada pembeli dengan nama pengirim yang tercantum adalah penjual (*dropshipper*) tersebut. Proses pemasaran dalam sistem *dropship* ini sebenarnya bisa saja dilakukan secara *offline* juga. Namun hal tersebut jarang terjadi dan digunakan pelaku *dropship* karena sebagian dari mereka merasa pemasaran dengan cara *online* lebih efektif dan efisien, dikarenakan mereka dapat mencakup pasar secara luas dan tidak

harus memiliki barang yang akan dijual. Cukup memanfaatkan beberapa media atau sarana yang dimiliki oleh penjual untuk memasarkan produk secara *online*, seperti melalui forum, toko *online*, blog pribadi, media sosial dan media lainnya. Manfaat dari sistem *dropship* ini antara lain: 1) meminimalisir modal yang harus dikeluarkan, 2) lokasi dan waktu kerja yang fleksibel, 3) mudah dan efisien, 4) kita dapat menjual produk dari berbagai pihak sekaligus, 5) menghemat tenaga.

Pelaku yang masuk dalam dunia praktik jual beli *online* khususnya penjual dituntut untuk bersikap tidak kontradiksi yang disengaja antara perbuatan dan ucapan dalam praktik bisnisnya. Mereka diharuskan untuk menepati janji, menepati waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara terus-menerus, tidak boleh berbohong dan melakukan penipuan. Sebagai seorang penjual, harusnya memiliki sifat amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan berbuat baik dengan segala hal, apalagi hal-hal yang berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan memiliki sifat yang amanah, tentunya para pelaku usaha akan memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan apa yang menjadi kewajiban-kewajibannya. Pemanfaatan teknologi dalam melakukan aktivitas bisnis seperti komputer, internet dan lainnya tentunya tidak akan sepi dari beragam masalah. Tidak sedikit terjadi penyimpangan terjadi dalam dunia bisnis, seperti penipuan, monopoli, dan sebagainya.

Dalam Islam, jual beli termasuk dalam bentuk usaha yang diperbolehkan, serta telah diatur dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Jual beli juga dapat menjadi hal yang terlarang, salah satu dari beberapa alasannya adalah apabila dalam jual beli tersebut mengakibatkan kerugian pada salah satu pihak, baik pembeli maupun penjual. Dalam setiap kegiatan transaksi jual beli, kesepakatan dan kerelaan sangat ditekankan. Jual beli dalam muamalah termasuk yang diperbolehkan, kecuali ada dalil yang menunjukkan keharamannya.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ  
وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya : “Hai orang yang beriman! Tunaikanlah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum menurut yang dikehendaki-Nya.”

Praktik jual beli yang baru tentu berpotensi mendapatkan respon negatif dari masyarakat karena merupakan hal baru dan diluar kebiasaan sebelumnya. Apalagi jika dikaitkan dengan agama, tentu menimbulkan pertanyaan dalam masyarakat apakah sesuai dengan syariat Islam yang semestinya. Karena dalam jual beli sendiri terdapat dua pihak yakni penjual dan pembeli yang salah satunya tidak diperkenankan merasa dirugikan karena hal tersebut dapat membatalkan akad jual beli dan menyalahi aturan Islam yang berprinsip mewujudkan kemaslahatan umat.



Bisnis dalam kegiatan sehari-hari tentunya tidak lepas dari perilaku organisasi di tengah kehidupan masyarakat. Mulai dari memasarkan produk, memproduksi, berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan yang baik dengan mitra usaha dimana proses kegiatan tersebut melibatkan individu maupun kelompok, serta lingkungan kerja yang membutuhkan penerapan dari etika, moral, norma, serta kaidah yang memiliki fungsi menolong pelaku bisnis memecahkan masalah moral dalam kegiatan perdagangannya untuk kelangsungan bisnisnya. Kegiatan bisnis dalam sepanjang sejarah tentu saja tidak pernah luput dari sorotan etika. Dikarenakan dari pihak pembeli tidak dapat melihat barang yang akan dibeli secara langsung, penerapan etika bisnis yang tinggi sangat dibutuhkan dari para penjual.

Etika menjadi sisi yang mulai diperhatikan sebagai langkah antisipasi dari berbagai penyimpangan dalam bisnis. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islami harus mencakup: prinsip kesatuan, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran (Handayani *et al.*, 2019:57). Dalam mendeskripsikan barang yang akan dijual, penjual harus sangat jujur. Foto yang diunggah haruslah foto yang sesungguhnya. Barang yang dijual tidak boleh dalam keadaan rusak, walaupun ada kerusakan, haruslah dijelaskan. Tentu saja tidak diperbolehkan ada pihak yang dirugikan dalam transaksi jual beli. Dilihat dari sisi keadilan, tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

Permasalahan yang dapat timbul akibat adanya sistem kerjasama *dropship* ini diantaranya dalam hal yang terkait dengan produk yang dipesan

tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, kesalahan dalam proses pembayaran, maupun ketidaktepatan waktu dalam proses pengiriman barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan (Barkatullah & Prasetyo, 2006:4).

Salah satu contoh pelaku usaha yang menerapkan sistem *dropship* adalah Distronyacwo Official sebagai *supliemya*. Distronyacwo Official merupakan *supplier* celana yang menawarkan kemudahan dalam proses jual beli melalui *platform* Instagram kepada para *dropshipper*. *Platform* Instagram diketahui memiliki kelebihan yaitu *platform* tersebut tidak memungut biaya apapun untuk pelaku bisnis tersebut, yang mana masyarakat dapat memanfaatkannya sebagai fasilitas untuk jual beli *online*.

*Dropshipper* pada Distronyacwo Official bertindak sebagai perantara untuk membantu proses penjualan. *Dropshipper* bertugas menyampaikan informasi tentang produk yang dijual kepada pembeli. *Dropshipper* menjual barang kepada pelanggan dengan bermodalkan gambar yang diberikan oleh Distronyacwo Official tanpa harus memiliki stok barang dengan harga yang telah ditentukan oleh *dropshipper* itu sendiri. Sebagaimana penjelasan tersebut, *dropshipper* dan *supplier* telah memiliki ketentuan yang terkait dengan penjualan barang dan pembagian hasil penjualan.

Menjalankan bisnis *online* tentu saja dalam proses transaksinya pembeli dan penjual tidak perlu bertatap muka secara langsung. Saat bertransaksi, pembeli membutuhkan informasi produk dan adanya kepastian bahwa barang yang dipesan sesuai permintaan.

Dalam transaksi jual beli *online*, tentu saja rawan dengan adanya penipuan baik itu berupa barang yang dijual ataupun dalam hal pembayaran. Dalam sistem penjualan tersebut tentunya terdapat beberapa kelebihan dan kekurangannya. Maka dari itu perlu adanya penelitian khusus untuk menganalisis cara kerja *dropshipper* yang diterapkan serta menganalisis dari perspektif etika bisnis Islam terkait cara kerja *dropshipper* yang diterapkan pada Distronyacwo Official. Hal inilah yang membuat peneliti ingin melakukan penelitian mengenai “**Analisis Kesepakatan Kerjasama Antara *Supplier* Dengan *Dropshipper* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Distronyacwo Official)**”.

## 1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat teridentifikasi beberapa masalah diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan teknologi dalam aktivitas bisnis seperti komputer, internet dan lainnya tentunya tidak akan sepi dari beragam masalah.
2. Praktik jual beli yang baru berpotensi mendapatkan respon negatif dari masyarakat karena merupakan hal baru dan di luar kebiasaan sebelumnya.
3. Cara kerja yang digunakan oleh Distronyacwo Official
4. Analisis etika bisnis Islam terhadap cara kerja *dropshipper* pada Distronyacwo Official

Agar penelitian terfokus dan tepat pada sasaran yang diinginkan, maka dari itu penulis melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Cara kerja yang digunakan oleh Distronyacwo Official
2. Analisis etika bisnis Islam terhadap cara kerja *dropshipper* pada Distronyacwo Official

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, penulis telah merumuskan pokok permasalahan yang akan dibahas antara lain:

1. Bagaimana cara kerja *dropshipper* pada Distronyacwo Official?
2. Bagaimana analisis etika bisnis Islam terhadap cara kerja *dropshipper* pada Distronyacwo Official?

### 1.4 Kajian Pustaka

Bagian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara singkat tentang penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dan bertujuan untuk menambah referensi serta sebagai sumber kajian untuk mengembangkan penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan sistem *dropship* adalah:

- a. Dzikrulloh, dalam jurnal Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam (2017), dengan judul “Jual Beli *Dropshipping* dalam Bisnis Online (Tinjauan terhadap proses dan objek Transaksi dalam Bisnis dengan sistem *dropshipping*)”. Hasil penelitiannya menyampaikan beberapa kesimpulan. Pertama, transaksi yang terus berkembang pada kemajuan ekonomi diperbolehkan selama praktik tersebut tidak melanggar dan bertentangan

dengan prinsip Islam. Kedua, transaksi *dropshipping* yang berlaku di masyarakat diperbolehkan selama pelaku praktik tersebut memahami tata cara dalam bertransaksi, karena dalam sistem tersebut rawan dan mengarah pada batalnya suatu akad, yaitu menjual barang yang bukan miliknya.

- b. Wati Susilawati, dalam Jurnal Ekonomi Islam (2017), dengan judul “Jual Beli dan Dalam Konteks Kekinian”. Penelitian ini menyampaikan bahwa jual beli merupakan sebuah transaksi yang di dalamnya terdapat rukun dan syarat yang harus dilakukan oleh penjual dan pembeli agar sebuah transaksi jual beli tersebut dapat dikatakan sah. Saat ini model transaksi jual beli semakin banyak, hal ini mengharuskan kita lebih teliti dan lebih berhati-hati dalam melakukan akad jual beli tanpa mengurangi esensi rukun dan syarat jual beli sesuai dengan syariat agama Islam.
- c. Nani Utami, dalam skripsi (2018), dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli *Online* Sistem *Dropshipping* Di Ritel Wilayah Ponorogo”. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa jual beli *online* sistem *dropshipping* di ritel wilayah ponorogo ini belum menerapkan etika bisnis Islam. Pertama, hal ini dikarenakan dari pihak *dropshipper* masih melakukan diskriminasi terhadap pihak pembeli dengan melakukan kebohongan dan juga mengiklankan gambar yang tidak sesuai dengan aslinya. Sehingga dapat merugikan pihak pembeli apabila barang tersebut datang tidak sesuai dengan gambar yang diposting. Kedua, praktik ini terindikasi melanggar prinsip tanggung jawab. Karena pihak *dropshipper* tidak mau menerima komplain dalam bentuk apapun. Apabila terjadi

ketidakesesuaian barang yang diterima pembeli, seharusnya pihak *dropshipper* harus bertanggung jawab untuk mengganti sesuai dengan ekspektasi pembeli.

- d. Destyana, dalam skripsi (2018), dengan judul “Jual Beli Online Menggunakan Sistem *Dropshipping* dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Distro Indie Clothing di Jl. Yos Sudarso Kecamatan Metro Barat Kota Metro)”. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa etika bisnis Islam memberikan ketentuan bahwa pelaku bisnis harus mengetahui, memahami dan juga menjalankan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis, seperti tauhid (keesaan), adil, jujur dan bertanggungjawab agar semua aktivitas bisnis berjalan dengan baik dan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Dengan ini, sistem *dropshipping* dalam jual beli di distro Indie Clothing dilihat dari segi prinsip-prinsip etika bisnis Islam telah memenuhi kriteria, terutama dalam segi keadilan dan tauhid. Kemudian masih perlu ditekankannya prinsip kejujuran dan prinsip tanggungjawab.
- e. Iwan Fahri Cahyadi, dalam jurnal *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law* (2018), dengan judul “Sistem Pemasaran Dropship dalam Perspektif Islam”. Penelitiannya menyampaikan mengenai perubahan yang terjadi saat ini adalah pemasaran dengan sistem *dropship*. Disisi lain sistem pemasaran *dropship* menjadi polemik bagi pemuka agama. Ada sebagian pemuka agama yang mengharamkan dan sebagian menghalalkan. Islam adalah agama yang sempurna. Beberapa pemuka agama memberikan jawaban secara jelas bahwa jual beli *dropship* diperbolehkan dalam Islam

dengan catatan harus memenuhi syariat Islam. Solusinya adalah melalui akad *samsarah*, *wakalah* dan *salam*. Dengan demikian hukum jual beli sistem dropship adalah diperbolehkan, selama tidak ada unsur yang diharamkan.

- f. Faisal Fahmi, dalam skripsi (2018), dengan judul “Kesesuaian Akad Jual Beli Dropship dengan Fatwa MUI (Studi Kasus Pada Market Place Bukalapak)”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa skema jual beli dengan sistem *dropshipping* memiliki kesamaan dengan akad *salam*. Terdapat penjual, pembeli, objek barang, serta ijab dan qobul di dalamnya. Keuntungan yang didapat *dropshipper* merupakan hasil dari perjanjian nilai harga jual antara *dropshipping* dan *supplier*. Sistem *dropshipping* juga memiliki kesamaan dengan akad *wakalah*, yang di dalamnya terdapat *supplier* yang mewakili suatu barang kepada *dropshipper*. Jual beli ini telah memenuhi rukun dan syarat sah yang berlaku, sehingga diperbolehkan dengan catatan mengambil keuntungan yang sewajarnya.
- g. Labib Nubahai, dalam jurnal Misykat Vol. 04, No. 01 (2019), dengan judul “Konsep Jual Beli Model *Dropshipping* Perspektif Ekonomi Islam”. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa dari sisi rukun dan syarat jual beli, transaksi model *dropshipping* ini telah memenuhi rukun akad dalam Syariah. Sedangkan dari sisi kepemilikan objek memiliki dua pendapat. Pendapat pertama, menyatakan diperbolehkan, meskipun dari pihak penjual tidak memiliki persediaan barang yang akan dijualnya, dengan syarat penjual telah mendapatkan izin dari *supplier* dan dapat

menghadirkan barang yang akan diperjual belikan, karena dalam transaksi sistem *dropshipping* ini pada prinsipnya penjual adalah sebagai wakil bagi pemilik barang. Kedua, tidak diperbolehkan karena barang tersebut belum sepenuhnya menjadi milik penjual dan barang yang akan diperjual belikan masih ditangan pemiliknya (*supplier*).

- h. Shinta Nova Andani, dalam skripsi (2019), dengan judul “Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Jual Beli Di Facebook *Marketplace*”. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa jual beli online yang terjadi di Facebook *Marketplace* sudah memenuhi rukunnya. Akan tetapi secara syarat sahnya masih belum bisa dikatakan sebagai bisnis online yang sesuai dengan syariat Islam. Hal ini dikarenakan masih terdapat pedagang yang menjualkan barang yang dilarang dalam Islam dan masih banyak barang dijual yang tidak sesuai dengan spesifikasi barang atau gambaran yang diiklankan. Selain itu, praktik ini secara keseluruhan belum sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, yaitu tidak jujur. Kebanyakan dari pedagang melakukan sistem *dropship* ini dengan mengiklankan gambar yang tidak sesuai dengan produk aslinya atau berbeda dari segi kualitasnya.
- i. Yazida Salsabiila dan Achmad Fajaruddin, dalam *Journal of Islamic Economics and Philanthropy* (JIEP) (2020), dengan judul “Analisis Model *Dropshipping* dalam Etika Bisnis Islam”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa berbisnis dengan model *dropshipping* merupakan salah satu wujud usaha atau bekerja. Strategi dan cara berbisnis yang diadopsi model *dropshipping* sudah sangat jelas dan sesuai dengan etika berbisnis dalam



Islam. Seperti halnya kerjasama dan kesepakatan antar pelaku *dropshipping*, kriteria barang pada saat penjualan, harga yang sesuai dengan pasar, pemasaran dan transaksi konsumen. Kesepakatan dalam menjalin hubungan kerja antar pelaku *dropshipping* diperbolehkan dengan menggunakan model *wakalah*. Maka dari itu, jual beli model *dropshipping* merupakan jual beli yang diperbolehkan dalam Islam.

- j. Karina Nur Setyaningsih, dalam skripsi (2020), dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap *Samsarah* Dalam Jual Beli Online Di Kampung Marketer Desa Tamansari Karangmoncol Purbalingga”. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa pihak Kampung Marketer selaku organisasi yang menghubungkan SDM yang sudah terdidik dan berkualitas dengan partner. Pihak partner merupakan pemilik produk (pengusaha) yang dimana membutuhkan SDM untuk menjalankan jual beli online tersebut. SDM tersebut menjadi perantara untuk menjualkan produk partner kepada konsumen. Menurut hukum Islam, praktik ini diperbolehkan, karena rukun dan syarat dalam *samsarah* telah dipenuhi.
- k. Mohammad Jauharul Arifin, dalam jurnal Lisyabab: Jurnal Studi Islam dan Sosial (2020), dengan judul “Keabsahan Akad Transaksi Jual Beli dengan Sistem *Dropshipping* dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa jual beli dengan sistem *dropshipping* memungkinkan untuk dilakukan sesuai dengan syariat Islam dengan memenuhi kriteria-kriteria yang ada. Dalam Islam, jual beli sistem *dropshipping* diperbolehkan dengan menggunakan akad *salam* (pesanan).

Tentunya dengan syarat terhindar dari ketidakjelasan, baik barang maupun transaksinya. Akad *salam* tidak serta merta menjadi keabsahan akad dalam jual beli sistem *dropshipping*, terdapat rukun dan syarat jual beli yang harus terpenuhi agar jual beli tersebut dinyatakan sah.

### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui cara kerja *dropshipper* pada Distronyacwo Official
2. Untuk mengetahui analisis etika bisnis Islam terhadap cara kerja *dropshipper* pada Distronyacwo Official.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dalam penerapan etika bisnis Islam khususnya dalam jual beli dengan sistem *dropship* sehingga dapat diterapkan dalam praktiknya di Distronyacwo Official.

#### 2. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran terhadap pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi Islam mengenai kesepakatan kerjasama dalam sistem *dropship* yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan juga

dapat menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu untuk penelitian lanjutan terhadap objek sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.

### 1.7 Definisi Operasional

a. *Samsarah*

*Samsarah* adalah pedagang perantara yang berfungsi untuk menjualkan barang milik orang lain tanpa menanggung resiko dengan mengambil upah. Dengan kata lain sebagai penengah antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli (Ya'qub, 1992:269).

b. *Dropshipper*

*Dropshipper* merupakan pihak yang mempromosikan barang dari *supplier*, jika ada konsumen, *dropshipper* langsung memesan kepada *supplier* dan barang langsung dikirim kepada konsumen dengan menuliskan nama/toko *dropshipper* sebagai pengirim (Triyono dan Utami, 2011).

c. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan (Aziz, 2013:32).

## 1.8 Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan dalam penelitian ini mengarah pada maksud yang sesuai dengan judul, maka pembahasan ini disusun dengan rincian sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, serta sistematika pembahasan.

Bab 2 Kajian Teori. Bab ini berisi landasan teori yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu pengertian *samsarah*, rukun dan syarat *samsarah*, pengertian *dropshipper*, sistem *dropship* dalam Islam, pengertian etika bisnis Islam, prinsip dasar etika bisnis Islam, fungsi etika bisnis Islam, serta kerangka konseptual.

Bab 3 Metode Penelitian. Bab ini berisi metode penelitian yang meliputi lokasi penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data.

Bab 4 Hasil Penelitian. Bab ini berisi tentang pemaparan data hasil penelitian yang telah dihimpun dari berbagai sumber yang telah dikumpulkan oleh peneliti sesuai dengan fokus penelitian dan metode pengumpulan data. Bab ini berisi gambaran umum tentang Distronyacwo Official, alur transaksi *dropship* yang bersumber dari hasil penelitian dan wawancara kepada pihak Distronyacwo Official dan *dropshipper*.

Bab 5 Pembahasan Hasil Penelitian. Bab ini berisi analisis serta deskripsi mengenai data hasil penelitian yang telah diperoleh untuk menjelaskan tentang cara kerja *dropshipper* yang diterapkan serta analisis etika bisnis Islam terhadap cara kerja *dropshipper* pada Distronyacwo Official.

Bab 6 Penutup, berisi kesimpulan dan saran, yang kemudian diikuti dengan daftar pustaka.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB 2

### KAJIAN TEORI

#### 2.1 Kajian Teori

##### 2.1.1 *Samsarah*

##### 2.1.1.1 Pengertian *Samsarah*

*Samsarah* berasal dari kosakata bahasa Persia yang telah diadopsi menjadi bahasa Arab yang berarti sebuah profesi dalam menengahi dua pihak berbeda yang memiliki kepentingan dengan kompensasi berupa upah (*ujrah*) dalam menyelesaikan suatu transaksi. Secara umum *samsarah* adalah perantara perdagangan (orang yang menjualkan barang dan mencari pembeli), atau perantara antara penjual dan pembeli untuk memudahkan proses jual beli (Hasan, 2004:289).

Secara terminologis *samsarah* menurut Imam Abu Hanifah adalah suatu nama yang diperuntukkan bagi seseorang yang bekerja untuk orang lain dengan suatu upah yang berkaitan dengan penjualan dan pembelian (Fauzia, 2015:339). Orang yang bekerja untuk orang lain dalam penjualan atau pembelian dengan mendapatkan upah disebut sebagai *simsar*.

Kegiatan *samsarah* merupakan salah satu bentuk penunjuk dan perantara antara penjual dan pembeli. *Samsarah* dapat mempermudah kedua belah pihak untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dan kemanfaatan yang lain. Di masa sekarang, kegiatan seperti demikian terasa dibutuhkan di banding pada masa-masa sebelumnya. Hal itu disebabkan

oleh rumitnya transaksi bisnis saat ini, dari bisnis ekspor import, bisnis grosir, hingga bisnis retail, semua itu menjadikan peran *samsarah* sangat penting (Qardhawi, 2005:364).

Dengan adanya *samsarah*, kedua belah pihak akan mendapat manfaat. Bagi *simsar* mendapatkan lapangan pekerjaan dan upah jasa dari hasil pekerjaannya itu. Demikian juga orang memerlukan jasa mereka, mendapat kemudahan, karena dibantu dalam meringkankan pekerjaannya. Pekerjaan semacam ini mengandung unsur tolong menolong yang saling menguntungkan (Hasan, 2004:289).

*Simsar* berhak menerima imbalan setelah berhasil memenuhi akadnya, sedangkan pihak yang menggunakan jasa *samsarah* tersebut harus segera memberikan imbalannya. Jumlah imbalan yang harus diberikan adalah sesuai kesepakatan, sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ... ﴿١٠٠﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji. ..."

Dapat disimpulkan bahwa *samsarah* merupakan perantara perdagangan antara penjual dan pembeli untuk memudahkan proses jual beli. Sebagai *simsar* harus bersikap jujur, amanah, terbuka dan tidak melakukan penipuan dengan bisnis yang haram.

### 2.1.1.2 Rukun dan Syarat *Samsarah*

Dalam istilah fiqh dikenal dua istilah yang saling berdampingan dan berkaitan yaitu istilah syarat dan rukun. Meskipun kedua istilah ini sering dikaitkan dan diartikan sebagai sesuatu yang sama-sama harus dipenuhi dalam sebuah perbuatan, akan tetapi kedua istilah ini memiliki perbedaan. Syarat adalah sesuatu yang harus dipenuhi dalam sebuah perbuatan namun tidak menjadi bagian dari perbuatan tersebut (di luar dari perbuatan). Sedangkan rukun adalah sesuatu yang harus dipenuhi dalam sebuah perbuatan dan menjadi bagian dari perbuatan itu sendiri. Rukun merupakan sendi atau dasar untuk melakukan sesuatu yang menentukan sah tidaknya suatu pekerjaan atau ibadah (Masadi, 2002:78).

Rukun *samsarah* antara lain:

a. *Al-Muta'qidani* (perantara dan pemilik harta)

Untuk melakukan hubungan kerja sama ini, maka harus ada perantara dan pemilik harta agar kerja sama tersebut dapat berjalan lancar.

b. *Mahall al-ta'qud* (jenis transaksi yang dilakukan dan kompensasi)

Jenis transaksi yang dilakukan harus diketahui dan bukan barang yang mengandung maksiat dan haram, juga nilai kompensasi (upah) harus diketahui terlebih dahulu agar tidak terjadi salah paham. Jumlah imbalan yang harus diberikan kepada *samsarah* adalah menurut perjanjian. Apabila jumlah imbalannya tidak ditentukan dalam



perjanjian, maka hal ini dapat dikembalikan kepada adat-istiadat yang berlaku di masyarakat

- c. *Al-Shigat* (lafadz atau sesuatu yang menunjukkan keridhoaan atas transaksi tersebut)

Agar kerja sama tersebut menjadi sah, maka kedua belah pihak harus membuat sebuah kesepakatan yang memuat hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak.

Untuk syarat *samsarah*, antara lain sebagai berikut :

- a. Persetujuan kedua belah pihak bahwa jual beli wajib dilakukan berdasarkan prinsip saling rela antara penjual dan pembeli. Setiap pihak harus menyetujui atau sepakat mengenai isi materi akad, tanpa adanya unsur paksaan, intimidasi ataupun penipuan.
- b. Objek akad bisa diketahui manfaatnya secara nyata dan dapat diserahkan. Objek akad harus dapat ditentukan dan dapat dilaksanakan oleh para pihak, bukan hal yang tidak nyata.
- c. Objek akad bukan hal-hal yang maksiat atau haram. Objek akad merupakan sesuatu yang halal, tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan dan undang-undang (Sudrajad, n.d.:285).

Kerjasama akan sah apabila pihak yang terlibat dapat memenuhi hak serta kewajiban masing-masing. Sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, maka perwujudan *samsarah* adalah salah satu

instrumen yang dapat membantu. Ada yang tidak mengerti cara membeli atau menjual, ada pula yang memiliki kondisi yang tidak memungkinkan untuk langsung berinteraksi dengan penjual dan pembeli. Maka dalam keadaan demikian, adanya samsarah sangat membantu dalam pemenuhan kebutuhan tersebut.

## 2.1.2 *Dropshipper*

### 2.1.2.1 Pengertian *Dropshipper*

Pengertian *dropshipping* yaitu satu sistem jual beli yang memungkinkan satu individu atau perusahaan memiliki barang tanpa harus memiliki menyimpan stok, dan bahkan tanpa harus melakukan pengiriman sendiri (Wahana Komputer, 2013:13). Sedangkan *dropshipper* adalah seseorang yang menjual produk milik pihak lain, tanpa harus menyetok dan mengirimkan pesanan sebab proses pengiriman dilakukan oleh pihak ketiga, yaitu produsen atau *supplier*.

Praktik sistem transaksi *dropship* mirip dengan metode penjualan secara eceran, akan tetapi dari pihak pengecer tidak perlu menyimpan atau memiliki produk secara fisik. Pengecer yang kemudian disebut sebagai *dropshipper* bekerjasama dengan pihak *supplier* yang berperan sebagai memasok produk yang dijual oleh pihak *dropshipper*. Pihak *supplier* nantinya yang akan mengirim langsung barang pesanan kepada pembeli. Hal yang menarik dari sistem transaksi *dropship* ini adalah calon pembeli tidak mengetahui bahwa ia sedang bertransaksi online dengan *dropshipper* yang sebenarnya tidak memegang produk secara fisik. Transaksi seperti ini

menjadi mungkin pada saat transaksi secara *online* karena pihak pembeli dan penjual tidak bertatap muka secara langsung (Prabowo *et al.*, 2016:5).

Dalam sistem *dropshipping*, kita hanya menjadi perantara untuk konsumen dengan pihak penjual atau *supplier* yang sebenarnya. Pihak *supplier* inilah yang menyediakan, menyimpan, dan kemudian mengirimkannya langsung kepada konsumen.

*Supplier* merupakan penyedia produk untuk memenuhi kebutuhan yang relatif banyak yang bertujuan untuk dijual kembali oleh para pengusaha kecil atau pedagang. Menurut Pujawan (2005) dalam penelitian Umaindra, Pujotomo, dan Adi (2018:100), yang dimaksud dengan *supplier* adalah perusahaan maupun individu yang mampu menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan dan para pesaing untuk memproduksi barang dan jasa tertentu. Dengan memilih *supplier* yang tepat, akan dapat menghasilkan penghematan yang cukup berarti, serta dapat meminimasi resiko yang terjadi.

*Supplier* yang dipilih haruslah kompeten, hal ini akan menjadi salah satu yang paling penting yang harus dilakukan oleh perusahaan maupun individu. Beberapa kriteria yang dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan *supplier* antara lain:

1. Harga penawaran, merupakan harga yang ditawarkan oleh *supplier* dalam melakukan transaksi dengan perusahaan atau individu.
2. Mutu *supplier*, yaitu kualitas kondisi perusahaan *supplier*.
3. Keandalan dalam ketepatan, yaitu keandalan *supplier* dalam ketepatan, baik ketepatan terhadap barang yang diproduksi maupun

keandalan dalam servis yang diberikan oleh perusahaan yang menjadi distributornya.

4. Kemampuan koordinasi informasi, yaitu kemampuan perusahaan *supplier* dalam menangani komunikasi dengan perusahaan maupun individu yang bekerja sama dalam pemberian informasi terkini sehingga baik *supplier* atau distributor tidak dirugikan.
5. Ketersediaan produk, merupakan kondisi dimana fleksibilitas ketersediaan tipe maupun jumlah produk yang ada dalam mengantisipasi apabila terjadi perubahan dari permintaan pelanggannya.

#### 2.1.2.2 Sistem *Dropship* dalam Islam

Kesepakatan sistem *dropship* ini bisa dipandang dalam beberapa akad yang telah dikenal dalam Islam, yaitu jual beli, wakalah, samsarah, dan jual beli salam (Dzikrulloh, 2017:10). Pendekatan akad ini dapat dijadikan solusi dalam menjawab permasalahan menganalisa sistem dropshipping yang sesuai dengan prinsip dan atura- aturan Syariah.

1. Bisa dengan cara *samsarah* atau makelar.

Dengan adanya perantara ini, maka pihak penjual dan pembeli akan lebih mudah dalam bertransaksi, baik transaksi dalam bentuk jasa maupun barang. Samsarah merupakan pedagang perantara yang berfungsi menjualkan barang orang lain dan kemudian mendapatkan upah dari jasanya tersebut tanpa menanggung resiko. Dengan kata lain

makelar ini ialah penengah antara penjual dan pembeli yang memudahkan dalam proses jual beli (Ya'qub, 1992:269).

2. Akad antara *dropshipper* dan produsen bisa dengan akad wakalah.

Wakalah dapat diartikan sebagai penyerahan sesuatu oleh seseorang yang mampu dikerjakan sendiri sebagian dari suatu tugas yang bisa diganti, kepada orang lain agar orang tersebut mengerjakannya semasa hidupnya (Muhammad, 1995:163).

Wakalah merupakan akad yang memberikan kuasa kepada pihak lain untuk melakukan suatu kegiatan dimana yang memberi kuasa tidak dalam posisi melakukan kegiatan tersebut. Akad wakalah pada hakikatnya adalah akad yang digunakan oleh seseorang apabila dia membutuhkan orang lain atau mengerjakan sesuatu yang tidak dapat dilakukannya sendiri dan meminta orang lain untuk melaksanakannya.

3. Akad salam atau memesan terlebih dahulu (*pre order*)

Muhammad Syafi'i Antonio dalam bukunya Bank Syariah dari teori ke praktik memaparkan secara sederhana pengertian bai' as-salam adalah pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka (Antonio, 2014:108).

Dikatakan salam karena orang yang memesan menyerahkan harta pokoknya dalam majlis. Dikatakan salam juga karena ia menyerahkan uangnya terlebih dahulu sebelum menerima barang yang dibelinya. Salam termasuk jual beli yang sah jika memenuhi persyaratan keabsahan jual beli pada umumnya. Secara terminologi,

salam adalah transaksi terhadap sesuatu yang dijelaskan sifatnya dalam tanggungan dalam suatu tempo dengan harga yang diberikan kontan di tempat transaksi (Mardani, 2012:113).

### **2.1.3 Etika Bisnis Islam**

#### **2.1.3.1 Pengertian Etika Bisnis Islam**

Etika berasal dari bahasa latin *ethos* yang berarti kebiasaan. Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat (Keraf, 2018:14). Etika dapat diartikan sebagai kebiasaan yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri berkaitan dengan tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak.

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis dapat dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu maupun kelompok (lembaga), untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antar individu, adanya peluang, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya (Fauzia, 2018:3).

Dapat dipahami bahwa etika bisnis merupakan aturan-aturan yang berhubungan erat dengan norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku di dalam masyarakat yang memiliki tujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pihak-pihak yang melakukan aktivitas bisnis di dalamnya

terdapat aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta (Zamzam dan Aravik, 2020:4).

Istilah dalam Islam yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika di dalam al-Qur'an adalah *khuluq*. Untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan, Al-Qur'an juga mempergunakan sejumlah istilah lain, seperti *khayr* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *'adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahui dan menyetujui), dan *taqwa* (ketakwaan). Tindakan yang terpuji disebut sebagai *salihat* dan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyi'at*.

Adapun termasuk yang berhubungan dengan etika dalam al-Qur'an yang secara langsung adalah *al-khuluq*. *Al-Khuluq* dari kata dasar *khaluqa-khuluqan*, yang berarti, tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, kesatriaan, keprawiraan. Kata dasar *khalaqa-khalqan* yang berarti, menjadikan, menciptakan. Dari kata *khalaqa* berubah-ubah dalam bentuknya menjadi *al-khaliq* yang menciptakan dan *al-makhluk* yang diciptakan. Sedangkan dari *khuluqa-khuluq* perubahannya menjadi *al-akhlaq* yang kemudian dikenal menjadi sebuah ilmu yang berdiri sendiri.

Bisnis dalam realitasnya, baik sebagai aktivitas maupun sebagai entitas, telah ada dalam sistem dan strukturnya yang baku. Bisnis berjalan sebagai proses yang telah menjadi kegiatan manusia sebagai individu atau masyarakat untuk mencari keuntungan dan memenuhi keinginan dan kebutuhan hidupnya. Sementara etika telah dipahami sebagai sebuah

disiplin ilmu yang mandiri dan karenanya terpisah dari bisnis (Muhammad, 2004:15).

Etika dan bisnis apabila digabungkan dapat berarti memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan memanajemeni tuntutan- tuntutan etika pihak- pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya. Etika bisnis dalam al-Qur'an tidak hanya dilihat dari aspek etika secara parsial, karena bisnis-bisnis pun dalam al-Qur'an tetap menyatu dengan nilai-nilai etika itu sendiri.

Dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, halal dan haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip yang sesuai dengan Syariah.

### **2.1.3.2 Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam**

Menurut Beekun (1997:21) dalam Muhammad (2004:53), prinsip dasar yang membentuk sistem etika Islam ada lima, yaitu keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, serta kebajikan.

1. Keesaan, merupakan refleksi dari konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan. Baik dari aspek ekonomi, sosial, politik budaya menjadi keseluruhan yang homogen, konsisten dan teratur. Adanya dimensi vertikal (manusia dengan penciptanya) dan dimensi horizontal (sesama manusia). Sumber utama etika bisnis Islam adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap keesaan Tuhan. Dalam prinsip



ini kita harus mengakui keesaan Allah SWT dan yakin segala sesuatunya yang ada di muka bumi ini hanya milik Allah SWT semata. Setiap umat muslim wajib menjalankan kehidupannya seakan-akan Allah selalu hadir bersamanya.

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

Artinya: “Katakanlah (Muhammad), “Sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam,” (Q.S. Al-An’am ayat 162).

2. Keseimbangan, yang dimaksud adalah pelaku bisnis harus adil dan seimbang. Seimbang berarti tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan dalam ekonomi. Konsep keadilan ekonomi dalam bisnis Islam mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian milik orang lain (Lubis, 1995:466).

Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاؤُ قَوْمٍ عَلَىٰ  
 أَلَّا تَعْدِلُوا إِعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”

3. Kehendak bebas, yang berarti manusia memiliki kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam kegiatan ekonomi, manusia bebas untuk mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam. Karena

perihal ekonomi termasuk muamalah, maka berlaku padanya kaidah umum, “semua diperbolehkan kecuali hal-hal yang dilarang”.

Seperti firman Allah SWT dalam surah an-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

4. Tanggung jawab, merupakan bentuk pertanggung jawaban atas setiap Tindakan. Manusia sebagai pelaku bisnis, memiliki tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam, adalah amanah dari Tuhan yang harus dipertanggung jawabkan di hadapan Tuhan.

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ﴿٦٠﴾  
Artinya: “Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya”

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat. Dalam prinsip ini, manusia diberi kebebasan untuk memilih dan akan menerima akibatnya dari apa yang menjadi pilihannya.

5. Kebajikan, yang dimaksud adalah niat, sikap dan perilaku yang benar dalam melakukan berbagai proses ekonomi. Baik itu proses transaksi, proses untuk memperoleh komoditas, proses pengembangan produk, maupun proses untuk memperoleh keuntungan (Nawatmi, 2010:57). Berbuat baik dalam transaksi jual beli bukanlah suatu kewajiban, akan tetapi hal tersebut merupakan suatu perbuatan yang akan membawa keutamaan dan kemuliaan bagi penjual maupun bagi pembeli.

### 2.1.3.3 Fungsi Etika Bisnis Islam

Fungsi etika bisnis Islam sendiri merupakan penerapan dari aturan-aturan dalam menjalankan bisnis agar tidak keluar dari ajaran Islam. Etika bisnis Islam setidaknya memiliki 18 fungsi (Aprianto, dkk. 2020:8-12), diantaranya adalah:

1. Prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran

Kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis.

Nabi Muhammad SAW sangat menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Nabi SAW sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di bagian bawah dan barang baru di bagian atas.

2. Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis

Menurut Islam, pelaku bisnis tidak hanya sekedar mengejar keuntungan yang sebanyak-banyaknya tetapi juga berorientasi pada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis.

3. Tidak melakukan sumpah palsu

Nabi Muhammad SAW bersabda:

الْحَلْفُ مُنْقَعَةٌ لِلسَّلْعَةِ، مُمَحَقَّةٌ لِلْبِرْكَاتِ

Artinya: “Sumpah itu melariskan barang dagangan, namun menghilangkan keberkahan.” (HR. Bukhari No. 2087 dan Muslim No. 1606)

Nabi Muhammad SAW bersungguh-sungguh melarang para pelaku bisnis untuk melakukan sumpah palsu dalam melakukan sebuah transaksi bisnis. Praktek sumpah palsu ini seringkali dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, serta dapat meningkatkan daya beli atau pemasaran. Akan tetapi perlu diingat bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, hasilnya tidak menjadi berkah.

4. Ramah tamah

Seorang pelaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis.

5. Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi dengan tujuan agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut

6. Tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain dengan tujuan agar orang lain membeli kepadanya.

7. Tidak melakukan ikhtikar

Ihtikar ialah menumpuk dan menyimpan barang dalam waktu tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh. Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.

8. Takaran, ukuran dan timbangan yang benar

Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Sebagaimana Firman Allah dalam QS. Al-Muthaffifin ayat 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”.

9. Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah SWT

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُلْهِكُمْ أَمْوَالُكُمْ وَلَا أَوْلَادُكُمْ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَمَن يَفْعَلْ  
ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْخَاسِرُونَ ﴿٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah harta-hartamu dan anak-anakmu melalaikan kamu dari mengingat Allah. Barangsiapa yang membuat demikian maka mereka itulah orang-orang yang rugi,” (QS Al Munafiqun: 9).

10. Membayar upah sebelum keringnya keringat karyawan

Pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan. Islam memberikan pedoman bahwa upah dibayarkan setelah selesai sebuah pekerjaan. Dalam hal ini, pekerja didorong untuk mempercepat layanan kepada majikan sementara atas nama majikan sendiri disarankan untuk mempercepat pembayaran upah pekerja.

11. Tidak monopoli

Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.

12. Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi bahaya (*mudarat*) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial.
13. Misalnya, larangan untuk melakukan bisnis senjata di saat terjadi kekacauan politik. Tidak boleh menjual barang halal, seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena ia diduga keras, mengolahnya menjadi miras. Semua bentuk bisnis tersebut dilarang Islam karena dapat merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat.
14. Komoditas bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal  
Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dan sebagainya.
15. Bisnis dilakukan dengan sukarela, tanpa ada paksaan

Sebagaimana Firman Allah dalam QS. An-Nisaa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu”*.

16. Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya

Rasulullah memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan hutangnya.

17. Memberi tenggang waktu apabila pemilik hutang belum mampu membayar.

18. Bisnis yang dilakukan bebas dari unsur riba

Riba secara bahasa dinamakan dengan *al-ziyadah* yang berarti tumbuh subur, tambahan (Yazid, 2017:74). Fuqaha sepakat bahwasannya hukum riba adalah haram. Hal ini berdasarkan pada keterangan yang sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an dan Al-Hadis.

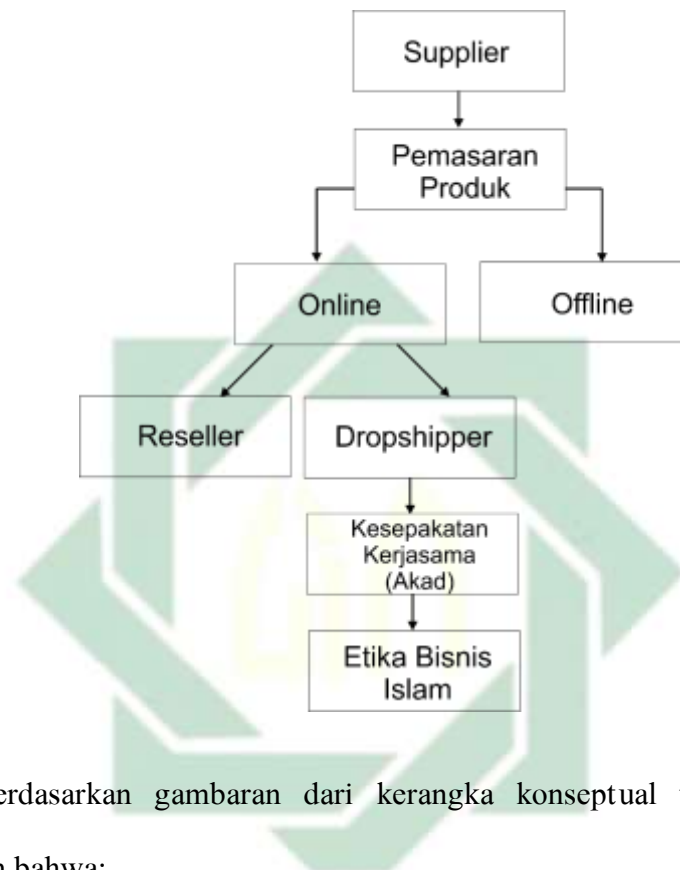
Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 278-279.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا  
فَأَذْنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رِءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.”*

## 2.2 Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Konseptual



Berdasarkan gambaran dari kerangka konseptual tersebut, dapat dijelaskan bahwa:

1. *Supplier* merupakan pihak yang berperan sebagai penyedia produk untuk kebutuhan yang relatif banyak untuk dijual kembali oleh para pengusaha kecil atau pedagang.
2. Dalam pemasaran produknya, *supplier* dapat memasarkan produknya melalui dua cara, yakni *online* dan *offline*. Untuk pemasaran *offline*, konsumen dapat langsung datang ke tempat *supplier* untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Sedangkan untuk pemasaran *online*, *supplier* menggunakan media sosial yang saat ini banyak diminati. Dari sosial media tersebut, selain konsumen akan ada



pedagang yang berminat menjual kembali barang dari *supplier* tersebut yang mana mereka dinamakan *reseller* dan *dropshipper*.

3. *Reseller* dan *dropshipper* pun dapat dikatakan sebagai agen, hanya perbedaannya adalah dari segi fisik yang dimiliki. Perbedaannya adalah jika *reseller* adalah agen yang memiliki produk fisik dari *supplier*, berbeda halnya dengan *dropshipper* yang hanya memiliki informasi produk *supplier*-nya. Dapat disimpulkan bahwa *reseller* merupakan pelaku yang menjual kembali dengan adanya produk fisik ditangan agen tersebut. Sedangkan *dropshipper* merupakan pelaku yang hanya menjual informasi dari suatu produk.
4. Cara kerja sistem *dropship* ini bisa dipandang dalam beberapa akad:
  - a. Bisa dengan cara *samsarah* atau makelar, yaitu seseorang yang menjadi perantara antara penjual dan pembeli kemudian mendapatkan upah dari jasanya tersebut.
  - b. Akad antara *dropshipper* dan produsen bisa dengan akad wakalah.
  - c. Akad salam atau memesan terlebih dahulu (*pre order*)
5. Setelah ditinjau dari beberapa akad tersebut, perlu dianalisis kembali apakah dalam pelaksanaan tersebut telah sesuai dengan etika bisnis Islam atau belum yang mana diimplementasikan berdasarkan prinsip kesatuan, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab serta prinsip kebenaran.

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti dapat memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Suwarma Al Muchtar (2015:243) mengatakan bahwa pemilihan lokasi penelitian hendaknya didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan, antara lain kemenarikan, keunikan, serta kesesuaian dengan topik yang dipilih. Dengan adanya pemilihan lokasi penelitian ini, diharapkan peneliti dapat menemukan hal-hal yang baru dan bermakna (Nurgiansah, 2018:63). Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi pada toko online milik Distronyacwo Official pada *platform* Instagram yaitu @distronyacwo.official (<https://instagram.com/distronyacwo.official>).

#### **3.2 Jenis Data dan Pendekatan Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Data**

Dalam penelitian ini data yang akan diambil adalah data kualitatif. Karena dalam penelitian ini, data yang akan digali berasal dari pernyataan kata atau uraian tentang suatu hal, dan pernyataan tersebut diungkapkan dengan kata-kata atau penjelasan tertulis.

##### **3.2.2 Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.

Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan dengan memiliki tujuan dan semakin bertambah, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Setiawan dan Anggito, 2018:8).

Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan suatu hal, seperti kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang maupun proses yang sedang berlangsung (Mega, dkk. 2016:1). Penelitian deskriptif ini terpusat pada pemecahan masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode yang dapat menggambarkan suatu fenomena melalui deskripsi dalam bentuk kalimat dan bahasa yang menggunakan metode alamiah

### 3.3 Sumber Data

Data adalah informasi tentang suatu masalah, yang dapat diketahui, dipertimbangkan atau diasumsikan. Atau fakta yang dijelaskan dengan angka, simbol, kode, dll. (Hasan, 2002: 82). Data diperoleh melalui proses yang disebut pengumpulan data. Data penelitian dikumpulkan melalui alat

pengumpulan data, observasi, wawancara atau melalui data dokumen. Sumber data secara garis besar dibagi menjadi dua bagian, yaitu data asli (primer) dan data pembantu (sekunder).

### 3.3.1 Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian berupa data mengenai variabel yang dibutuhkan dalam penelitian (Azuar Juliandi, Ifan, 2014:115). Kata-kata dan tindakan merupakan sumber data yang diperoleh dari lapangan dengan mengamati atau mewawancarai. Peneliti menggunakan data ini untuk mendapatkan informasi langsung tentang cara kerja *dropshipper* yang diterapkan pada Distronyacwo Official yaitu dengan cara wawancara kepada pihak Distronyacwo Official dan *dropshipper* Distronyacwo Official.

### 3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber bacaan dan berbagai sumber lainnya, antara lain surat pribadi, buku harian, catatan rapat asosiasi, dan dokumen resmi berbagai instansi pemerintah. Data pembantu juga dapat berupa majalah, pengumuman, publikasi berbagai organisasi, lampiran lembaga resmi (seperti departemen pemerintah), hasil penelitian, makalah, hasil survei, penelitian sejarah, dll. Peneliti menggunakan data tambahan ini untuk meningkatkan penemuan dan melengkapi informasi yang dikumpulkan dari data lain melalui jurnal tentang subjek yang sama.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data. Tanpa memahami teknologi pengumpulan data, peneliti tidak akan dapat memperoleh data yang memenuhi standar data yang telah ditetapkan.

#### 3.4.1 Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis, mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan (Subagyo, 2004:63). Dalam hal ini peneliti membuat laporan berdasarkan apa yang dilihat dan didengar selama observasi pada Distronyacwo Official.

#### 3.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan keterangan-keterangan secara lisan melalui percakapan dan bertatap muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan kepada peneliti (Mardalis, 1995:64). Peneliti akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait dengan judul penelitian. Pada teknik pengumpulan data dengan teknik wawancara, penulis melakukan tanya jawab kepada Distronyacwo Official (*Supplier*) beserta *dropshipper*.

Wawancara ini menggunakan teknik semi terstruktur, yaitu dalam melakukan wawancara tersebut peneliti sudah membuat daftar pertanyaan dan narasumber menjawab tanpa peneliti mencantumkan jawaban.

Sehingga narasumber dapat merasa lebih bebas dalam menjawab pertanyaan peneliti. Narasumber yang dipilih disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, yaitu terkait cara kerja dropshipper yang diterapkan. Oleh karena itu penulis mengambil narasumber yang masuk dalam kriteria penelitian yaitu 7 dari masing-masing pihak, yang terdiri dari, 2 pihak dari Distronyacwo Official dan 5 *dropshipper* yang telah bergabung minimal 6 bulan.

### 3.4.3 Dokumentasi

Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data dari sumber-sumber seperti buku, undang-undang, foto-foto, artikel, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan tema yang digunakan dalam penelitian ini yang digunakan sebagai landasan teori oleh peneliti terhadap permasalahan yang dibahas. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu, sehingga memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menemukan apa yang terjadi di masa lalu. (Rahmat, 2009:7).

### 3.5 Teknik Keabsahan Data

Untuk mencapai keabsahan data dalam penelitian kualitatif, ada beberapa teknik yaitu: kredibilitas, transferabilitas, auditabilitas (dipendabilitas), konfirmabilitas dan triangulasi. Dari beberapa teknik ini dapat dipilih salah satu atau lebih untuk mencapai keabsahan data (Endraswara, 2006:111).

Adapun uji keabsahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *credibility* (kredibilitas). Uji kredibilitas merupakan uji kepercayaan terhadap

data hasil dari penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang telah dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah.

Kredibilitas meliputi aneka kegiatan, antara lain:

- a. Memperpanjang cara observasi. Tujuan hal ini dilakukan adalah agar waktu yang digunakan cukup untuk mengenal responden, lingkungannya, kegiatan serta peristiwa-peristiwa yang terjadi.
- b. Pengamatan terus-menerus. Tujuan hal ini adalah agar peneliti dapat melihat sesuatu secara cermat, terinci dan mendalam, sehingga dapat membedakan mana yang bermakna dan mana yang tidak.
- c. Triangulasi ini berupa pengumpulan data yang lebih dari satu sumber, yang menunjukkan informasi yang sama.
- d. *Peer debriefing* yang dilakukan dengan cara membicarakan masalah penelitian dengan orang lain, tanya jawab pada teman sejawat, tentunya juga harus dicari orang-orang yang respek.
- e. *Member-check* yang artinya mengulangi setiap akhir wawancara, agar subjek dapat memeriksanya kembali.

Uji kredibilitas disini menggunakan bahan referensi. Yang dimaksud dengan referensi adalah alat pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti.

### 3.6 Teknik Pengolahan Data

Tahap pengolahan data yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

### 3.6.1 *Organizing*

*Organizing* merupakan suatu proses yang sistematis dalam pengumpulan, dan penyajian fakta untuk tujuan penelitian. Data-data yang telah didapat disusun kembali dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis. Peneliti melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data-data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan peneliti dalam menganalisa data.

### 3.6.2 *Editing*

Editing merupakan kegiatan pengeditan akan kebenaran dan ketepatan data tersebut. Dalam hal ini, penulis melakukan pemeriksaan kembali terhadap data-data yang diperoleh dilapangan.

Editing diperlukan untuk menghindari kemungkinan kekeliruan dalam proses pencatatan yang dilakukan oleh peneliti pada saat mengumpulkan data, untuk menjamin kelengkapan, konsistensi dan kesiapan data penelitian dalam proses analisis (Agusinta, 2020:65).

### 3.6.3 *Analizing*

*Analizing* merupakan kegiatan menganalisis data-data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah. Penulis melakukan analisis dari data-data yang diperoleh dilapangan kemudian menarik kesimpulan dari data tersebut sesuai tujuan penelitian.



### 3.6.4 Triangulasi Data

Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi metode yang merupakan langkah pengumpulan data dengan menggunakan bermacam-macam metode pengumpulan data seperti, observasi, wawancara, dan dokumentasi (Endraswara, 2006:110). Penelitian ini membuat laporan berdasarkan apa yang dilihat dan didengar selama observasi, wawancara dengan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut, serta mengumpulkan data dari sumber-sumber seperti buku, undang-undang, foto-foto, artikel, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan tema yang digunakan dalam penelitian ini.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah proses pengumpulan data dari lapangan dengan menggunakan metode pengumpulan data di atas, maka peneliti akan melakukan pengolahan serta menganalisis data tersebut. Penulis akan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif untuk menganalisis data ini, dimana teknik ini akan penulis gunakan untuk menggambarkan, menuturkan, melukiskan serta menguraikan data yang bersifat kualitatif yang telah penulis peroleh dari hasil metode pengumpulan data. Data yang digunakan adalah data hasil dokumentasi, observasi, dan wawancara yang berupa kata-kata saat wawancara secara verbal. Data-data tersebut akan diolah peneliti. Kemudian akan dilakukan verifikasi dengan memeriksa kebenaran data tersebut. Lalu peneliti akan menarik kesimpulan dari data yang diperoleh.

Menurut Miles dan Huberman (1992) dalam Agusta (2003:10), terdapat tiga jalur analisis data penelitian kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi data

Mereduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya, serta membuang bagian yang tidak perlu. Reduksi data ini dapat dilakukan dengan cara melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha untuk dapat membuat rangkuman yang inti, proses serta pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian. Proses reduksi data ini, dengan kata lain dilakukan oleh peneliti secara terus-menerus saat melakukan penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang diperoleh dari hasil penggalian data. Dapat disimpulkan bahwa reduksi data bertujuan untuk menyederhanakan data yang telah diperoleh selama penggalian data di lapangan (Siyoto dan Sodik, 2015:122).

b. Penyajian data

Untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan, diperlukan penyajian data. Langkah ini dilakukan dengan cara menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian

kualitatif berlangsung biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya (Siyoto dan Sodik, 2015:123).

c. Penarikan kesimpulan

Tahap akhir dalam proses analisis data yaitu penarikan kesimpulan. Pada bagian ini, peneliti akan mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, maupun perbedaan. Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian antara pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar yang ada di dalam penelitian tersebut (Siyoto dan Sodik, 2015:124).



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB 4

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 4.1.1 Gambaran Umum Distronyacwo Official

Distronyacwo Official merupakan *suppliy* yang menyediakan produk celana pria. Selain menjual, usaha ini juga memproduksi barangnya sendiri. Distronyacwo Official ini didirikan oleh Arif Firman Hidayat atau yang lebih akrab disapa dengan Mas Dai sejak tahun 2019. Usaha ini dapat terus berjalan berkat ketekunannya dalam mempelajari ilmu bisnisnya.

Sejalan dengan itu, diawal tahun 2016 Mas Dai sudah memutuskan untuk membuka usaha. Mas Dai yang memiliki latar belakang sebagai guru mengaji mengaku tidak mengetahui sama sekali cara untuk berbisnis. Berbekal modal yang bersumber dari hasil penjualan laptop serta *handphone*, beliau mulai menjual produk berupa pomade. Pomade merupakan produk untuk rambut laki-laki yang sempat trend di tahun 2012.

Pada awal bisnisnya menjual celana, beliau menjual produk yang diambil dari pedagang di sebuah pasar yang ada di wilayah Surabaya. ketika ada pesanan yang masuk, beliau akan langsung mengambil barang di pedagang langganannya sesuai dengan pesanan. Hingga di pertengahan tahun 2020, beliau memutuskan untuk menjalankan konveksinya sendiri. Dimana saat itu beliau pergi kesalah satu wilayah di Jawa Tengah, kemudian beliau berdiskusi dengan sebuah konveksi untuk menjalin kerjasama. Barang yang

diproduksi oleh konveksi tersebut akan dibeli oleh Distronyacwo Official dan dilarang memproduksi untuk orang lain. Ada tiga konveksi yang secara khusus memproduksi pesanan Distronyacwo Official. Untuk bahannya, beliau memilih bahannya sendiri dari Bandung, kemudian diolah di konveksi yang berada di Jawa Tengah tersebut.

Saat ini Distronyacwo Official memiliki pegawai berjumlah 12 orang. Yang dibagi dalam tiga tim, 5 orang untuk bagian gudang, 4 orang untuk admin pemesanan, dan 3 orang untuk tim pemasaran.

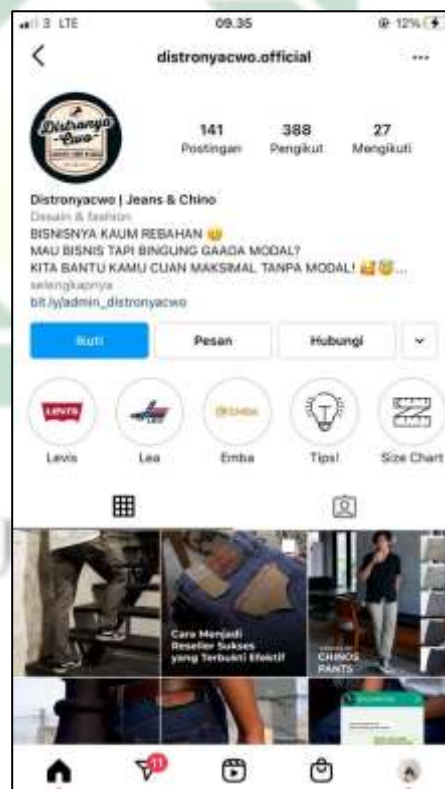
Sistem penjualan produk *online* yang diterapkan oleh Distronyacwo Official hanya *dropship*. Untuk penjualan secara *offline* masih belum ada, akan tetapi apabila ingin mengambil barang untuk penjualan sendiri dari gudang diperbolehkan. *Supplier* juga melayani permintaan secara grosir.

Tujuan dari menerapkan sistem *dropship* tentunya ingin memperbesar penjualan. Akan tetapi beliau selalu menggunakan resep Islam. Dimana beliau mengusung konsep bahwa setiap manusia pasti memiliki jatah rezekinya masing-masing, apabila jatah rezeki tersebut digabungkan, kemudian diperantarai oleh bisnis, maka sebagai perantara juga akan mendapatkan bagiannya. Dengan adanya sistem *dropship* ini, pemilik usaha sangat bersyukur, karena dengan adanya sistem ini *supplier* sangat terbantu dalam penjualan dan tentunya mendapatkan hasil yang lebih banyak.

#### 4.1.2 Akun Instagram Distronyacwo Official

Instagram merupakan salah satu sosial media yang paling populer. Kelebihan dan fitur yang dimiliki oleh Instagram terletak pada *Instagram story, feed, reels*, dan lain sebagainya. Instagram juga dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan bisnis seperti promosi produk, jasa, maupun layanan yang kita miliki.

Gambar 4.1  
Akun Instagram Distronyacwo Official



#### 4.1.3 Data Informan Penelitian

Data penelitian ini diambil dari hasil wawancara atas daftar pertanyaan yang telah diajukan kepada informan. Informan merupakan seseorang orang-orang yang dapat memberikan informasi yang terkait dengan

objek penelitian. Terdapat dua macam sumber informan dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 4.1

Distronyacwo Official (*Supplier*)

No	Nama	Keterangan
1.	Arif Firman Hidayat	<i>Supplier</i>
2.	Afidatul	<i>Supplier</i>

Tabel 4.1 menunjukkan data informan sebagai pihak Distronyacwo Official (*supplier*).

Tabel 4.2

*Dropshipper* Distronyacwo Official

No	Nama	Keterangan
1.	Atha	<i>Dropshipper</i>
2.	Eko	<i>Dropshipper</i>
3.	Kisty	<i>Dropshipper</i>
4.	Komariyah	<i>Dropshipper</i>
5.	Fatah	<i>Dropshipper</i>

Tabel 4.2 menunjukkan data informan sebagai *dropshipper* Distronyacwo Official. Selain melakukan wawancara kepada pihak *supplier*, peneliti juga melakukan wawancara kepada 5 (lima) orang *dropshipper* dari Distronyacwo Official.

## 4.2 Alur Transaksi *Dropship* di *Distronyacwo Official*

Gambar 4.2

Alur Transaksi *Dropship* di *Distronyacwo Official*



Keterangan:

- 1) *Dropshipper* mengiklankan produk dari *supplier* ke berbagai media sosial yang dimilikinya. Gambar beserta keterangan yang berkaitan dengan produk berasal dari pihak *supplier*.
- 2) Pembeli melihat iklan barang dari *dropshipper*. Kemudian pembeli yang tertarik akan melakukan order (pesanan) kepada *dropshipper*. *Dropshipper* akan menanyakan ketersediaan barang terlebih dahulu kepada *supplier*.
- 3) Setelah meneruskan pesanan kepada *supplier*, dengan menyertakan data yang diperlukan, barang akan segera dikirimkan kepada pembeli oleh *supplier* dengan nama pengirim adalah pihak *dropshipper*.



- 4) Setelah pembeli menerima barang, pembayaran baru akan dilakukan menggunakan sistem COD (*Cash on Delivery*).
- 5) Hasil pembayaran dari pembeli akan masuk ke pihak *supplier* terlebih dahulu, kemudian akan dibagikan kepada para dropshipper sesuai dengan waktu yang telah disepakati.

#### 4.3 Cara Kerja Dropshipper Pada Distronyacwo Official

Teknologi internet yang berkembang tidak terkecuali perkembangan dunia bisnis juga turut berkembang. Banyak yang memanfaatkan internet sebagai media untuk memasarkan bisnis atau produknya. Selain dari sisi pemasaran, dalam kegiatan berbisnis wajib bagi setiap manusia untuk mengetahui bagaimana proses transaksi yang baik agar tidak terjerumus dalam jurang keharaman akibat ketidaktahuan.

Praktik jual beli dengan sistem *dropship* yang diterapkan oleh pemilik Distronyacwo Official adalah dengan cara menawarkan kepada rekan-rekan terdekat terlebih dahulu. *Supplier* menawarkan untuk melakukan bisnis jual beli tanpa modal juga tanpa harus memiliki fisik produk tersebut. Kemudian mereka akan diajarkan bagaimana cara untuk menjual produk secara *online*, yang mana mereka kemudian akan menjadi *dropshipper*. Selain itu, banyak pula yang menawarkan diri untuk menjadi *dropshipper*. Pemilik Distronyacwo Official juga menganggap bahwa dirinya sebenarnya tidak menjual produk, akan tetapi menjual pelatihan bisnis. Beliau menawarkan konsep jual beli

*online* dengan mudah, belajar tanpa dipungut biaya, serta menyediakan produk yang akan dijual.

Distronyacwo Official memiliki dua macam *dropshipper*, yaitu *dropshipper* berbayar dan *dropshipper* non-berbayar. Perbedaannya adalah untuk *dropshipper* non-berbayar dipersilahkan untuk langsung bergabung. Sedangkan untuk *dropshipper* berbayar, akan mendapatkan fasilitas berupa pelatihan *online* yang mana akan ada pembekalan khusus, seperti *upgrade* ilmu untuk berjualan, foto-foto produk terbaru, serta harga yang lebih murah. Untuk *dropshipper* berbayar, cukup dengan melakukan pembelian 1pcs celana, dan menyebutkan nama dan alamat, maka akan langsung dipersilahkan untuk bergabung dalam grup khusus. *Dropshipper* berbayar maupun *dropshipper* non-berbayar dalam waktu satu bulan minimal harus ada 1 penjualan (Afidatul, 2022).

*Supplier* menyiapkan admin khusus untuk melayani pesanan *dropship* melalui WhatsApp. Untuk konsultasi *dropshipper*, dapat melalui WhatsApp maupun Telegram. Para *dropshipper* akan bergabung dalam suatu grup, apabila ada pesanan *dropshipper* akan terhubung langsung dengan admin dalam grup tersebut.

*Dropshipper* akan mengirim data alamat pemesan ke bagian admin gudang agar pesanan segera diproses. Barang yang dikirim kepada pembeli adalah barang yang telah disesuaikan harga jual dari para *dropshipper* (Eko, 2022). Untuk resi pengiriman, *dropshipper* hanya perlu mengecek dalam grup dikarenakan resi pengiriman akan dibagikan dalam grup tersebut.

*Supplier* mengintruksikan kepada para *dropshipper* untuk menerapkan sistem pembayaran COD (*Cash on Delivery*). Akan tetapi, sistem pembayaran transfer juga dapat diterapkan karena permintaan dari pembeli (Komariyah, 2022). Sistem pembayaran transfer biasanya digunakan untuk mengantisipasi ketika pembeli sedang tidak berada di tempat ketika barang datang.

Untuk seluruh keuntungan dari hasil penjualan akan masuk ke rekening *supplier* terlebih dahulu. Apabila ada barang pesanan yang telah terkirim kepada pembeli atau dapat dikatakan transaksi telah berhasil, maka pihak *supplier* akan membagikan total keuntungan sesuai dengan yang didapatkan oleh pihak *dropshipper*.

*Supplier* memiliki kesepakatan khusus dengan *dropshipper* mengenai harga, yaitu menerapkan standart harga. Kemudian ada pula yang dinamakan harga minimum. Yang dimaksud harga minimum adalah, *dropshipper* tidak diperbolehkan untuk menjual produk dibawah harga yang telah ditentukan. Hal ini dimaksudkan agar tidak merusak harga pasar juga agar tidak terjadi kericuhan dalam harga. Sebagai contoh, 1pcs celana dari *supplier* dihargai Rp 90.000, standart harga jual yang diberikan oleh *supplier* adalah Rp 120.000. Harga ini berlaku untuk seluruh *dropshipper*, yang mana *dropshipper* akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 30.000.

Karena adanya perbedaan harga jual dari tiap *dropshipper*, maka *dropshipper* harus melakukan konfirmasi kepada admin penjualan dengan menyebutkan nama, nomor telepon, alamat lengkap, produk yang dipesan,

serta total pembayaran yang akan dibayarkan oleh pembeli, maka keuntungan akan dicatat sesuai dengan pesanan dropshipper. Keuntungan dari penjualan akan dibagikan per-15 hari (Hidayat, 2022).

Produk yang diiklankan juga sesuai dengan produk yang dijual, karena ada konten kreator khusus untuk produknya sehingga foto produk benar-benar milik *supplier*. Akan tetapi terdapat sedikit perbedaan warna yang disebabkan oleh tingkat pencahayaan yang berbeda antara hasil foto dengan produk asli. Foto dan detail deskripsi produk murni dari *supplier*.

#### 4.4 Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Cara Kerja *Dropshipper* Pada *Distronyacwo Official*

Etika bisnis Islam memberikan ketentuan bahwa pelaku bisnis harus mengetahui, memahami dan juga menjalankan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis, agar semua transaksi yang dilakukan berjalan dengan baik dan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Prinsip etika bisnis dalam Islam yang harus diterapkan antara lain:

##### 1. Keesaan

Kita harus mengakui keesaan Allah SWT dan yakin segala sesuatunya yang ada di muka bumi ini hanya milik Allah SWT semata. Seperti yang diungkapkan oleh Arif:

“Saya menggunakan resep Islam. Jadi konsep yang diusung dalam bisnis ini yaitu setiap manusia pasti memiliki jatah rezekinya masing-masing, apabila jatah rezeki tersebut digabungkan, kemudian diperantarai oleh bisnis kita, maka kita yang sebagai perantara juga akan kecipratan”.

Pada konsep ini Islam membentuk perpaduan antara agama, ekonomi, dan sosial yang berguna untuk membentuk kesatuan.

## 2. Keseimbangan

Prinsip ini mengantarkan pelaku bisnis untuk bersikap adil dalam melakukan pekerjaannya. Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan bahwa *supplier* berlaku adil kepada para *dropshipper* dalam memberikan *reward*. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Atha yang menyatakan:

“*Dropshipper* yang mampu memenuhi target penjualan akan mendapatkan *reward*. Target penjualan ini biasanya dihitung per-tahun. Saya sudah sering mendapat *reward*, banyak yang saya dapat mulai dari jam tangan, baju, batik, dan lain sebagainya”.

Sama halnya dengan Atha, Kisty juga mengatakan:

“*Reward* yang didapat ini berdasarkan dari target penjualan. Tetapi ada juga *dropshipper* yang belum pernah mendapatkan *reward* sama sekali, alasannya karena belum mampu memenuhi target penjualan. Target penjualan ini berdasarkan jumlah pengiriman, bukan dari banyaknya barang yang dipesan. Karena kalau dari banyaknya barang yang dipesan, yang lain pasti kalah jumlah”.

## 3. Kehendak bebas

Prinsip ini memberikan kebebasan pada pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya. Kehendak bebas yang diterapkan yakni dalam hal menentukan harga jual. *Supplier* memberikan ketentuan standard harga jual, akan tetapi *dropshipper* diperbolehkan apabila ingin memasang harga lebih dari harga standard tersebut.

Eko dan Fatah memasang selisih harga jual produk dari harga yang diberikan *supplier* kurang lebih 30.000–80.000. Sedangkan Atha, Kisty, dan Komariyah lebih memilih untuk menerapkan harga standard saja sehingga keuntungan yang didapatkan sebesar Rp 25.000 – Rp 30.000 untuk setiap produk yang berhasil terjual.

#### 4. Tanggung jawab

Tanggung jawab merupakan prinsip yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis agar mendapat kepercayaan dari para pelanggan. Tanggung jawab sebagai penjual adalah semaksimal mungkin memuaskan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, *supplier* dan *dropshipper* bersedia menerima keluhan dari para pembeli. Keluhan yang kerap terjadi adalah pengembalian barang yang disebabkan oleh pembeli yang ingin menukar produk. Seperti yang dijelaskan

oleh Fatah yaitu:

“Ada. Biasanya karena pembeli yang ingin menukar ukuran barang”.

Sejalan dengan hal tersebut, Arif juga menyampaikan:

“Bentuk tanggung jawab yang dapat kami berikan yaitu apabila produk yang diterima cacat, tidak sesuai, atau tidak cocok, pembeli mendapat garansi penuh atas barang, boleh ditukar dengan barang baru atau ditukar dengan uang kembali”.

## 5. Kebajikan

Kebajikan merupakan kehendak untuk melakukan kebaikan hati dan meletakkan bisnis dengan tujuan kebaikan. Salah satu bentuk kebajikan yaitu bersikap jujur ketika menjalankan bisnis.

Arif menyatakan bahwa:

“Kita punya konten kreator khusus untuk konten produknya. Jadi foto kita *real*, tidak mengambil milik orang lain. Foto dan detail produk kita sendiri yang jalankan. Untuk pencahayaan memang ada perbedaan dari foto dan *real* nya. Hal seperti ini disebabkan oleh tingkat pencahayaan yang berbeda antara hasil foto dengan produk asli”.

Bentuk kejujuran yang diterapkan yaitu produk yang diiklankan sesuai dengan produk yang dijual.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB 5

### PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

#### 5.1 Analisis Cara Kerja *Dropshipper* Pada *Distronyacwo Official*

Sebagai makhluk sosial, manusia dalam hidupnya memerlukan adanya manusia-manusia lain yang hidup bersama dalam masyarakat. Di kehidupan bermasyarakat setiap insan memiliki hubungan antara satu dengan lainnya, hubungan terbentuk untuk saling memenuhi kebutuhan satu sama lain. Tempat dimana terjadinya hubungan satu orang dengan orang-orang yang lain disebut *muamalat* (Basyir, 2000:11).

Sebagian masyarakat memiliki barang tetapi tidak tahu cara menjualnya, sehingga membutuhkan perantara untuk memasarkan dan menjualkan barang dagangannya. Kehadiran perantara di tengah masyarakat modern sangat dibutuhkan untuk memudahkan dunia bisnis.

Pada dasarnya, jual beli dengan sistem *dropship* ini sama dengan bisnis *online* seperti biasanya. Antara penjual dan pembeli tidak saling bertatap muka dan transaksi berdasarkan pada kepercayaan. Perbedaannya hanya terletak di kepemilikan barang, yang mana *dropshipper* menjual barang milik *supplier*.

Menjalin kerjasama yang baik antara *supplier* dengan *dropshipper* dalam berbisnis merupakan salah satu wujud ibadah, yaitu saling tolong menolong. Cara kerja *dropshipper* yang diterapkan pada *Distronyacwo Official* adalah *samsarah*. *Samsarah* memiliki pengertian perantara antara



penjual dengan pembeli untuk melangsungkan jual beli (Hanifuddin, 2014:11). Hal ini sesuai dengan *dropshipper* sebagai perantara penjualan.

Cara kerja ini telah memenuhi rukun dan syarat samsarah yang pertama, yaitu adanya perantara dan pemilik harta. *Dropshipper* sebagai perantara dan Distronyacwo Official sebagai pemilik harta. Rukun yang kedua yaitu jenis transaksi yang dilakukan jelas, barang yang dijual bukan barang yang mengandung maksiat atau haram. Barang yang dijual bermanfaat dan ada bentuk nyatanya, seperti halnya barang yang dijual Distronyacwo Official yang berupa pakaian yang merupakan kebutuhan sehari-hari. Selain itu, ada imbalan yang telah diketahui nilainya dan telah disepakati antara pihak yang terlibat. Rukun yang ketiga yaitu adanya *shigat* yang menunjukkan keridhoan atas adanya transaksi tersebut, yang di dalamnya memuat hak dan kewajiban dari *supplier* dan *dropshipper*. Persetujuan wajib dilakukan berdasarkan prinsip saling rela satu sama lain tanpa adanya unsur paksaan maupun penipuan. Seperti contoh *dropshipper* berhak menentukan harga di atas harga standard dan *supplier* wajib membayarkan sejumlah ketentuan tersebut.

Terkait dengan imbalan untuk *simsar*, harus diperhatikan bahwa pengupahan telah disepakati dan diketahui sejak awal, ataupun pengupahan bisa jadi persentase tertentu pun semisal *ujrat al-mithli*. Seorang *simsar* tidak mendapatkan upah kecuali jika telah menyelesaikan pekerjaannya dengan baik. Ketika pekerjaan yang dilakukannya tidak berhasil, maka dia tidak akan mendapatkan apa-apa (Fauzia, 2015:340).

## 5.2 Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Cara Kerja *Dropshipper* Pada *Distronyacwo Official*

Kebebasan dalam berbisnis dalam menjalin kerjasama dengan menggunakan berbagai model dan konsep jual beli salah satunya seperti *dropshipping* merupakan salah satu bagian terpenting dalam etika bisnis Islam. Seorang pedagang haruslah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam prakteknya, sekaligus menempatkan diri sebagai pedagang yang melakukan kegiatannya dengan kejujuran dan berusaha menghindari memperoleh keuntungan dengan cara yang tidak adil agar menjadi pedagang yang berpegang teguh dengan etika dalam Islam.

Ekonomi dan praktek bisnis yang islami berkaitan erat dengan aqidah dan Syariah Islam, sehingga seseorang tidak akan memahami pandangan Islam tentang ekonomi dan bisnis tanpa memahami dengan baik aqidah dan Syariah Islam. Keterikatan dengan akidah/kepercayaan menghasilkan pengawasan melekat pada dirinya sehingga terjalin hubungan harmonis dengan mitranya yang pada gilirannya akan mengantarkan kepada lahirnya keuntungan bersama, bukan sekedar keuntungan sepihak (Shihab, 2011:9).

Etika Islam dalam praktik sistem *dropship* ini sangat penting, karena pada dasarnya etika Islam dijadikan sebagai pedoman perilaku bagi setiap individu maupun kelompok di setiap aspek kehidupan yang sesuai dengan ajaran agama Islam, termasuk dalam aktivitas bisnis. Setiap kegiatan praktik jual beli pasti bersinggungan dengan hak-hak dan kepentingan orang lain dan

akan timbul implikasi sosial-ekonomi berupa kerja sama antara pedagang dan pembeli.

Ketika melaksanakan jual beli, bukan hanya mengutamakan barang yang akan dijual, tetapi orang-orang yang terlibat didalam jual beli tersebut. Etika bisnis Islam memberikan ketentuan bahwa pelaku bisnis harus mengetahui, memahami dan juga menjalankan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis. Diantaranya adalah prinsip keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebajikan.

#### 1. Keesaan

Keesaan (Tauhid) merupakan dasar sekaligus motivasi untuk menjamin kelangsungan hidup, kecukupan, kekuasaan dan kehormatan manusia yang telah didesain oleh Allah untuk menjadi makhluk yang dimuliakan (Karim, 2010:17). Prinsip keesaan merupakan perpaduan dari semua aspek-aspek dari kehidupan umat muslim, pada semua bidang baik ekonomi, politik maupun sosial yang menjadi keseluruhan yang homogen serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, prinsip keesaan yang diterapkan oleh Distronyacwo Official yaitu supplier menganggap bahwa *dropshipper* merupakan rekan untuk mencari rezeki sehingga tetap menjalankan usaha dengan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Prinsip ini telah terpenuhi karena supplier mengungkap konsep bahwa setiap manusia pasti memiliki

jatah rezekinya masing-masing, apabila jatah rezeki tersebut digabungkan, kemudian diperantarai oleh bisnis, maka sebagai perantara juga akan mendapatkan bagiannya.

Kepatuhan dan rasa takut manusia terhadap kekuasaan Allah SWT dapat menghindarkan manusia dari perilaku tidak etis dengan sesama manusia, terhindar dari kegiatan jual beli yang tidak sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT dan menyadarkan para pelaku bisnis untuk tidak hanya mengejar keuntungan secara materi namun juga keberkahan dalam melakukan kegiatan bisnis.

## 2. Keseimbangan

Prinsip ini mengantarkan para pelaku bisnis untuk bersikap adil dalam melakukan transaksi jual beli. Kesetaraan atau keseimbangan merupakan penjelasan dari keadilan. Prinsip keseimbangan merupakan sebuah sikap yang tidak membedakan dan tidak mendatangkan kerugian bagi orang lain.

Prinsip keseimbangan yang diterapkan oleh Distronyacwo Official yaitu *dropshipper* akan mendapatkan *reward* apabila berhasil memenuhi target penjualan. Seperti halnya yang telah disampaikan oleh Kisty selaku *dropshipper* pada saat wawancara yaitu penentuan *dropshipper* akan mendapatkan *reward* berdasarkan jumlah pengiriman pada saat pesanan masuk, bukan dari banyaknya barang yang dipesan. *Supplier* tidak akan

melakukan diskriminasi diantara pihak *dropshipper*. Berdasarkan hasil wawancara, penerapan prinsip ini telah sesuai dengan apa yang dilakukan oleh *supplier* dan *dropshipper*. *Dropshipper* yang dapat memenuhi target akan mendapat *reward*, sedangkan yang belum dapat memenuhi target, akan mendapat *reward* ketika sudah dapat memenuhi target penjualan. Selain itu, semua *dropshipper* akan mendapat bingkisan di hari lebaran tanpa membeda-bedakan antar *dropshipper*.

### 3. Kehendak bebas

Kebebasan menjadi salah satu bagian yang penting dalam etika bisnis Islam. Tidak ada batasan pendapatan bagi seseorang untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

Adapun kehendak bebas tersebut yaitu dalam melakukan kesepakatan salah satu pihak tidak melakukan paksaan atas pihak lain, sehingga pihak lain tersebut melakukan kesepakatan juga tanpa paksaan. Bentuk dari prinsip ini yang diberikan oleh *supplier* adalah kebebasan kepada para *dropshipper* dalam menentukan harga jual, akan tetapi tetap memperhatikan kesepakatan sebelumnya yang mana tidak menentukan harga dibawah harga standar. Kesepakatan antara *supplier* dan *dropshipper* pada harga jual barang haruslah sesuai dengan ukuran dan timbangan barang tersebut. Berdasarkan hasil wawancara, kesepakatan antara

*supplier* dengan *dropshipper* dalam menentukan harga jual telah sesuai dengan prinsip kehendak bebas. Karena, *dropshipper* bebas untuk memilih menerapkan harga jual standar atau menerapkan harga jual sesuai kehendak pribadi.

#### 4. Tanggung jawab

Setiap pihak memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab dalam melakukan transaksi jual beli. Sikap tanggung jawab harus dimiliki semua pihak dalam transaksi jual beli agar tidak ada pihak yang dirugikan. Karena setiap pihak harus bertanggung jawab atas apa yang diperbuat. Prinsip ini merupakan modal utama bagi pelaku bisnis apabila bisnisnya ingin mendapat kepercayaan dari konsumen dan masyarakat luas. sikap tanggung jawab sangat penting, karena dapat membuat pembeli yakin dan percaya sehingga pembeli bisa memungkinkannya untuk menjadi pelanggan.

Dalam transaksi *dropship*, apabila dari pihak pembeli memiliki keluhan mengenai barang yang telah dibeli akibat dari kelalaian atau kesalahan pihak penjual, *supplier* seharusnya menyediakan solusi untuk menyelesaikan keluhan tersebut. *Supplier* harus menanggapi komplain dengan cepat dan sebaik mungkin dari konsumen. Jangan sampai konsumen menunggu lama untuk mendapatkan jawaban dari penjual.

Dalam transaksi online, hak-hak konsumen sangat riskan untuk dilanggar. Hak-hak tersebut antara lain:

- 1) Hak atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dikarenakan para konsumen tidak langsung mengidentifikasi, melihat dan menyentuh barang yang akan dipesan.
- 2) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi suatu barang dikarenakan pelaku usaha dan konsumen tidak bertemu secara langsung.
- 3) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan dikarenakan penjual dan pembeli tidak berkomunikasi secara langsung sehingga komunikasi dilakukan melalui media e-mail ataupun telepon sehingga sangat sulit konsumen dalam menyampaikan keluhan.

Berdasarkan hasil wawancara, bentuk tanggung jawab yang diterapkan oleh *supplier* dan *dropshipper* adalah pembeli mendapatkan garansi penuh atas barang. Apabila barang yang diterima oleh pembeli tidak sesuai atau tidak cocok dengan pembeli, bagaimanapun kondisinya boleh ditukarkan dengan barang baru atau ditukar dengan uang kembali. Hal ini telah sesuai dengan prinsip tanggung jawab, karena *supplier* dan *dropshipper* bersedia mengganti barang sesuai dengan pesanan pembeli.

#### 5. Kebajikan

Dalam urusan jual beli, berbuat baik bukan merupakan suatu kewajiban, melainkan hal tersebut merupakan salah satu perbuatan

yang akan membawa keutamaan dan kemuliaan bagi penjual maupun pembeli. Dalam melakukan transaksi jual beli, kecurangaan sangatlah tidak dibenarkan. Kecurangan yang terjadi sangatlah merugikan pihak yang membeli.

Kejujuran merupakan kunci utama keberhasilan dan kelanjutan suatu usaha. Sistem jual beli *dropshipping* tidak diperbolehkan apabila dalam hal ini mengandung unsur penipuan dan barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang di dapatkan. Dalam transaksi jual beli model *dropshipping* hal yang harus dihindari yaitu penipuan, ketidakjelasan barang dan harga dan melepas komplain konsumen. Sistem *dropshipping* pada praktiknya bisa melanggar prinsip tersebut yang dapat menyebabkan keluar dari aturan syariat.

Kejelasan atas barang yang diperjual belikan paling tidak memenuhi empat hal, antara lain:

- 1) *Lawfulness*, produk-produk yang di sediakan dalam jual beli *dropshipping* yaitu barang yang halal untuk dipergunakan oleh manusia.
- 2) *Existence*, berikan pelayanan yang baik, mulai dari tampilan produk yang dipromosikan dengan menampilkan ciri- ciri produk dengan rinci, mencantumkan alamat penjual yang jelas dan kontak yang dapat dihubungi.



- 3) *Delivery*, perhitungkan waktu pengiriman sesuai dengan yang telah dijanjikan.
- 4) *Price Determination*, dalam promosi penjual telah menampilkan semua gambar beserta deskripsi produknya.

Berdasarkan hasil wawancara, bentuk kejujuran yang diberikan oleh *supplier* kepada pembeli adalah dengan menjual produk sesuai dengan yang diiklankan. Hal ini telah sesuai dengan prinsip kebajikan, karena *supplier* memiliki konten *creator* khusus untuk membuat konten produknya. Sehingga foto yang digunakan oleh *supplier* beserta *dropshipper* adalah benar-benar milik sendiri dan tidak mengambil milik orang lain. Prinsip jujur dan berkata benar merupakan sesuatu yang dipercayakan kepada seseorang, baik harta, ilmu pengetahuan, dan hal-hal yang bersifat rahasia yang wajib dipelihara atau disampaikan kepada yang berhak menerima, harus disampaikan apa adanya, tidak dikurangi dan tidak pula ditambahi (Suma, 2008:292).

Berbisnis dengan model *dropshipping* merupakan salah satu wujud usaha atau bekerja. Islam pun menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan kekayaan tersebut dengan cara yang baik dan sesuai dengan etika bisnis dalam Islam. Sedangkan strategi dan cara berbisnis yang diadopsi model *dropshipping* sudah jelas dan sesuai dengan etika berbisnis dalam Islam, seperti halnya cara kerja yang diterapkan antara *supplier* dengan *dropshipper*.

## BAB 6

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari pemaparan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

##### 6.1.1 Cara kerja *dropshipper* pada Distronyacwo Official adalah *samsarah*.

Cara kerja ini telah memenuhi rukun dan syarat *samsarah* yaitu: Pertama, *dropshipper* sebagai perantara dan Distronyacwo Official sebagai pemilik harta; Kedua, transaksi yang dilakukan jelas, barang yang dijual bermanfaat dan ada bentuk nyatanya, seperti halnya barang yang dijual Distronyacwo Official yang merupakan kebutuhan sehari-hari; Ketiga, adanya *shigat* yang menunjukkan keridhoan atas adanya transaksi tersebut, yang di dalamnya memuat hak dan kewajiban dari *supplier* dan *dropshipper*. Hal ini sesuai dengan pengertian *samsarah* yakni *dropshipper* sebagai perantara penjualan.

##### 6.1.2 Analisis etika bisnis Islam terhadap cara kerja *dropshipper* pada

Distronyacwo Official menunjukkan telah memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang di antaranya: Pertama, Prinsip Keesaan, *supplier* menganggap bahwa *dropshipper* merupakan rekan untuk mencari rezeki sehingga tetap menjalankan usaha dengan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT; Kedua, Prinsip Keseimbangan, *dropshipper* akan mendapatkan *reward* apabila berhasil memenuhi target penjualan. Semua *dropshipper* juga akan mendapat bingkisan di hari lebaran tanpa

membedakan antar *dropshipper*; Ketiga, Prinsip Kehendak Bebas, *dropshipper* bebas dalam menentukan harga jual, akan tetapi tetap memperhatikan kesepakatan sebelumnya yang mana tidak menentukan harga di bawah harga standar; Keempat, Prinsip Tanggung Jawab, apabila ada kecacatan atau kesalahan pada pesanan, *supplier* dan *dropshipper* bersedia mengganti barang sesuai dengan pesanan pembeli; Kelima, Prinsip Kebajikan, *supplier* memiliki konten *creator* khusus untuk membuat konten produknya. Sehingga foto yang digunakan oleh *supplier* beserta *dropshipper* adalah benar-benar milik sendiri dan tidak mengambil milik orang lain.

## 6.2 Saran

- 6.2.1 Bagi *supplier* seharusnya memeriksa kembali dengan teliti untuk meminimalisir kesalahan dan pengembalian oleh pembeli.
- 6.2.2 Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan lebih lanjut penelitian ini. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih mendalam didukung dengan data-data terbaru dan pembahasan yang lebih luas agar mampu menggambarkan secara lebih jelas dan detail

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusinta, L. (2020). *Pengantar Metode Penelitian Manajemen*. CV. Jakad Media Publishing.
- Agusta, I. (2003). *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif*. 1998, 1–11.
- Antonio, M. S. (2014). *Bank Syariah: dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Aravik, H. F. Z. dan H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Prespektif Islam*. Alfabeta.
- Azuar Juliandi, Ifan, S. M. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. UMSU PRESS.
- Basyir, A. A. (2000). *Asas-asas Hukum Muamalat*. UII Press.
- Dzikrulloh. (2017). Jual Beli Dropshipping dalam Bisnis Online (Tinjauan terhadap proses dan objek Transaksi dalam Bisnis dengan sistem dropshipping). *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 10.
- Fauzia, I. Y. (2015). Akad Wakalah dan Samsarah Sebagai Solusi Atas Klaim Keharaman Dropship Dalam Jual Beli Online. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 9(2).
- Fauzia, I. Y. (2018). *Etika Bisnis Dalam Islam* (Edisi Pert). Kencana Prenadamedia Group.
- Handayani, A., Azman, H. A., & Novel, I. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.30983/es.v3i1.934>
- Hanifuddin, I. (2014). *Fiqh Samsarah dan Praktik Pemakelaran*. STAIN Batusangkar Press.

- Hasan, M. A. (2004a). *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)* (1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Hasan, M. A. (2004b). *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (fiqh muamalat)* (1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Iwan Aprianto, dkk. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Karim, A. A. (2010). *Ekonomi Mikro Islam Edisi ke-3*. Rajawali Press.
- Keraf, A. S. (2018). *Etika Bisnis: Tuntunan dan Relevansinya* (19th ed.). PT Kanisius Yogyakarta.
- Komputer, W. (2013). *Membangun Usaha Bisnis Dropshipping*. PT. Elex Media Computindo.
- Lubis, I. (1995). *Ekonomi Islam Suatu Pengantar 2*. Kalam Mulia.
- Mardalis. (1995). *Metode Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal*. Bumi Aksara.
- Mardani. (2012). *FIQH EKONOMI SYARIAH: Fiqh Muamalah*. Kencana Prenadamedia Group.
- Masadi, G. A. (2002). *Fiqh Muamalah Kontekstual*. PT Raja Grafindo Persada.
- Maulana Arif Umair, Darminto Pujotomo, P. A. W. (2018). PERANCANGAN MODEL PEMILIHAN SUPPLIER PRODUK CETAKAN DENGAN MENGGUNAKAN GREY BASED TOPSIS (STUDI KASUS: RUMAH SAKIT ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG). *Jti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 13(2), 99–108.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015a). IMPLEMENTASI E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015b). IMPLEMENTASI E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE (STUDI KASUS PADA TOKO

- PASTBRIK KOTA MALANG). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(01).
- Mega Linarwati, D. (2016). Studi Deskriptif Pelatihan dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru di Bank Mega Cabang Kudus. *Journal of Management*, 2, 1.
- Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islami*. UPP-AMP YKPN Yogyakarta.
- Muhammad, A. B. (1995). *Fiqh Islam*. Karya Abditama.
- Nawatmi, S. (2010). *ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM*. 9(1), 50–59.
- Nurgiansah, T. H. (2018). *PENGEMBANGAN KESADARAN HUKUM BERLALU LINTAS SISWA MELALUI MODEL PEMBELAJARAN JURISPRUDENSIAL DALAM PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN*. 63.
- Otong, A. (2017). *Munich Personal RePEc Archive Dropshipping transaction in shariah economic perspective*. 76302.
- Prabowo, B., Priyono, E. A., & Hendrawati, D. (2016). Tanggung Jawab Dropshipper dalam Transaksi E-Commerce dengan Cara Dropship Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Diponegoro Law Journal*, 5(3), 1–14. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/download/12539/12169>
- Qardhawi, Y. (2005). *Halal Haram dalam Islam*. Era Intermedia.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. *Equilibrium*, 5(9), 1–8.
- Setiawan, A. A. dan J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Shihab, Q. (2011). *Bisnis Sukses Dunia Akhirat : Berbisnis Dengan Allah*. Lentera Hati.
- Sodik, S. S. & M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Cetakan 1). Literasi

Media Publishing.

Subagyo, P. J. (2004). *Metode Penelitian : Dalam Teori dan Praktek*. PT Rineka Cipta.

Sudrajad, A. (n.d.). *Fiqh Aktual*.

Suma, M. A. (2008). *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. Kholam Publishing.

Suwardi Endraswara. (2006). *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan: Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi*. Pustaka Widyatama.

Syafi'i, A. (2013). *Step by Step Bisnis Dropshipping dan Reseller*. PT Elex Media Komputindo.

Teguh, A. H. B. &, & Prasetyo. (2006). *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Pustaka Pelajar.

Triyono, A. D. U. & R. A. (2011). Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi Dan Penjualan Batik Online dengan Sistem Dropship Di Batik Solo 85. *Journal Speed*, 3.

Ya'qub, H. (1992). *Kode Etik Dagang Menurut Islam : Pola Pembinaan Hidup Dalam Perekonomian*. CV. Diponegoro.

Yazid, M. (2017). *FIQH MUAMALAH EKONOMI ISLAM*. IMTIYAZ.

Akun Instagram Distronyacwo Official, dalam <https://instagram.com/distronyacwo.official>. Diakses pada 24 Januari 2022

Afidatul. 2022. "Wawancara Mengenai Kesepakatan Kerjasama Antara *Supplier* dengan *Dropshipper* di Distronyacwo Official" Melalui wawancara via WhatsApp

Atha. 2022. "Wawancara Mengenai Kesepakatan Kerjasama Antara *Supplier* dengan *Dropshipper* di Distronyacwo Official" Melalui wawancara via WhatsApp

- Eko. 2022. "Wawancara Mengenai Kesepakatan Kerjasama Antara *Supplier* dengan *Dropshipper* di Distronyacwo Official" Melalui wawancara via WhatsApp
- Fatah. 2022. "Wawancara Mengenai Kesepakatan Kerjasama Antara *Supplier* dengan *Dropshipper* di Distronyacwo Official" Melalui wawancara via WhatsApp
- Hidayat, Arif Firman. 2021. "Wawancara Mengenai Kesepakatan Kerjasama Antara *Supplier* dengan *Dropshipper* di Distronyacwo Official" Melalui wawancara tatap muka.
- Kisty. 2022. "Wawancara Mengenai Kesepakatan Kerjasama Antara *Supplier* dengan *Dropshipper* di Distronyacwo Official" Melalui wawancara via WhatsApp
- Komariyah. 2022. "Wawancara Mengenai Kesepakatan Kerjasama Antara *Supplier* dengan *Dropshipper* di Distronyacwo Official" Melalui wawancara via WhatsApp



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A