

Analisis Jual Beli Online Sistem Dropshipping Pada Toko Pakaian di Kota Kendari Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Sinarwaty^{a,1}, Lestari Daswan^{b,2*}

¹Universitas Halu Oleo, ²Institut Agama Islam Negeri Kendari

Email: sinarwatysunarju@gmail.com, lestaridaswan0404@gmail.com

*Corresponding Author

DOI:

ABSTRACT

Keywords:

Dropshipping, Islamic Business Ethics, Kendari Clothing Store, Online Buying and Selling.

This study aims to identify and understand the types of transactions involved in online sales using the dropshipping system at clothing stores in Kendari City. This study also aims to determine online buying and selling using the dropshipping system in terms of Islamic business ethics in clothing stores in Kendari City. This study uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques through interviews, observation, and documentation of dropshipping practitioners and consumers who are directly involved. Informants were selected using purposive sampling, with a total of 13 informants. The results show that dropshipping practices in clothing stores in Kendari City, when viewed in terms of transaction processes, transaction types, and contract clarity, have mostly applied Islamic business ethics principles such as honesty, transparency, responsibility, and fairness. However, practices that contradict sharia principles were still found, such as excessive promotion, concealment of supplier identity, and discrepancies between the goods received by consumers and the information promoted. In terms of contracts, most transactions used salam contracts, in which the dropshipper acted as a marketing intermediary for the supplier's products.

Article Info:

Submitted:

14/05/2026

Revised:

20/05/2026

Published:

26/05/2026



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International \(CC BY-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Perkembangan online marketplace telah mendorong transformasi signifikan dalam praktik pemasaran, salah satunya melalui munculnya sistem dropshipping sebagai model bisnis yang fleksibel dan minim risiko. Dalam sistem ini, penjual atau pemasok bertanggung jawab atas ketersediaan dan pengiriman barang, sementara dropshipper berperan sebagai perantara yang memasarkan produk melalui berbagai platform e-commerce tanpa harus memiliki stok barang. Mekanisme ini memungkinkan pelaku usaha menjalankan bisnis dengan modal relatif kecil, cukup dengan menyediakan informasi produk yang jelas dan menarik guna mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Nuraldy et al., 2023; Triyawan & Nugroho, 2020).

Meskipun menawarkan kemudahan operasional dan efisiensi biaya, sistem dropshipping tidak terlepas dari berbagai kendala. Beberapa tantangan yang sering dihadapi antara lain ketergantungan terhadap pemasok, kesulitan dalam mengontrol kualitas produk, serta potensi keterlambatan pengiriman. Selain itu, karena konsumen tidak dapat melihat produk secara langsung, muncul risiko ketidakpastian kualitas yang dapat memengaruhi kepuasan dan kepercayaan pelanggan (Siswandi & Amin, 2020). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa transaksi online rentan terhadap berbagai permasalahan, seperti potensi penipuan, kegagalan pengiriman barang, hingga ketidaksesuaian produk dengan deskripsi yang ditawarkan (Pekerti & Herwiyanti, 2022; Zurohman & Rahayu, 2021; Susiawati, 2023).

Dalam konteks tersebut, penerapan etika bisnis menjadi aspek yang sangat penting, terutama dalam menjaga kepercayaan konsumen. Penjual dituntut untuk bersikap jujur, transparan, dan bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi produk serta memberikan pelayanan yang optimal (Salsabiila & Fajaruddin, 2020). Hal ini semakin relevan karena dalam praktik dropshipping, pelaku usaha menjual barang yang secara fisik belum menjadi miliknya. Tanpa landasan etika yang kuat, sistem ini berpotensi disalahgunakan oleh pihak-pihak tertentu untuk melakukan praktik bisnis yang tidak bertanggung jawab.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, aktivitas perdagangan harus berlandaskan prinsip keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan tidak merugikan pihak lain. Penelitian menunjukkan bahwa praktik dropshipping pada dasarnya diperbolehkan selama memenuhi rukun dan syarat jual beli serta tidak mengandung unsur riba, penipuan, maupun kecurangan (Triyawan & Nugroho, 2020; Estijayandono et al., 2019). Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya penyimpangan, seperti praktik dropshipper

curang yang memanfaatkan celah sistem untuk keuntungan pribadi, termasuk menjual produk tanpa izin pemasok atau menaikkan harga secara tidak wajar (Arunasalam et al., 2024; Stone-Gross et al., 2021). Kondisi ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga pelaku usaha lain dalam ekosistem e-commerce.

Lebih lanjut, penelitian terdahulu mengindikasikan adanya kesenjangan antara konsep ideal dropshipping dalam kerangka etika bisnis Islam dengan praktik aktual di lapangan. Meskipun secara normatif diperbolehkan, implementasi prinsip-prinsip etika seperti kejujuran dalam informasi produk, keadilan harga, dan tanggung jawab terhadap konsumen masih belum optimal. Kesenjangan ini menegaskan pentingnya kajian lebih lanjut untuk mengevaluasi praktik dropshipping dari sudut pandang etika bisnis Islam, khususnya dalam konteks lokal yang memiliki karakteristik pasar berbeda.

Kota Kendari sebagai ibu kota Provinsi Sulawesi Tenggara merupakan salah satu wilayah dengan potensi pertumbuhan bisnis online yang cukup besar, didukung oleh dominasi generasi muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tren belanja daring. Dalam sektor fashion, khususnya toko pakaian, sistem dropshipping menjadi alternatif strategis untuk mengurangi biaya operasional dan memperluas jangkauan pasar tanpa harus menanggung risiko penyimpanan stok. Oleh karena itu, analisis terhadap praktik dropshipping di Kota Kendari menjadi relevan untuk memahami perilaku konsumen sekaligus menilai sejauh mana prinsip etika bisnis Islam diterapkan dalam praktik tersebut. Berdasarkan Latar belakang masalah yang telah diuraikan penulis pada penelitian ini, maka penulis hanya berfokus pada “Analisis Jual Beli Online Sistem Dropshipping Pada Toko Pakaian Di Kota Kendari Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam”

TINJAUAN PUSTAKA

Jual Beli

Jual beli adalah kesepakatan sukarela yang ditandatangani oleh kedua belah pihak dengan maksud untuk memaksimalkan keuntungan bersama. Jual beli adalah salah satu unsur pokok dari aktivitas kewirausahaan (Fitriani & Mashudi, 2023). Jual beli menurut pengertian bahasa arab al-bai’ atau etimologi adalah tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain, sedangkan pengertian menurut istilah atau terminologi yang dimaksud dengan jual beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelaka (Muhammad Yazid, 2020).

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa inti jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara

sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.

Jual Beli Online

Secara bahasa Online bisa di artikan “didalam jaringan” atau dalam koneksi/sering di sebut juga dengan daring. Online adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam istilah lain Online juga dapat diartikan sebagai keadaan atau kondisi dimana seseorang atau sekelompok orang terhubung kedalam sebuah jaringan atau sedang menggunakan jaringan internet dan saling berkomunikasi, maka dapat dipahami bahwa jual beli online adalah persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.

Menurut (Dewi & Achsa, 2021), Indikator-indikator pengalaman belanja online adalah: Accessibility, yaitu kemudahan dalam berinteraksi dan mengakses produk, Competence, yaitu kompetensi yang dimiliki oleh penyediaan produk, Customer Recognition, yaitu perasaan konsumen bahwa kehadirannya diketahui dan dikenali oleh penyedia produk, Helpfulness, yaitu perasaan tentang kemudahan baginya dalam meminta bantuan, Personalization, yaitu perasaan konsumen bahwa dirinya menerima perlakuan atau fasilitas yang membuat dirinya nyaman sebagai individu, Promise Fulfillment, yaitu pemenuhan janji oleh penyedia produk, Value For Time, yaitu perasaan konsumen bahwa waktu yang dimilikinya dihargai oleh penyedia produk.

Jual beli atau bisnis online adalah jenis bisnis yang sedang diminati oleh banyak pengusaha saat ini. Berbagai macam sistem pun banyak diciptakan untuk mendukung ide kreatif dalam berbisnis di dunia online, diantaranya yaitu sistem *dropshipping* dan *reselling*.

Dropshipping

Dropshipping merupakan sebuah sistem bisnis yang memungkinkan seseorang untuk menjual berbagai macam produk langsung dari produsen/grosir (supplier) kepada konsumen, tanpa perlu menyimpan stok serta melakukan pengemasan dan pengiriman barang kepada konsumen (Purnomo, 2023). Dropshipping ini merupakan kategori bisnis yang tergolong mudah, karena tidak perlu menyetok barang dan dapat meminimalisir resiko dan modal yang sangat kecil bahkan masalah pengiriman pun ditanggung oleh supplier (Iswidharmanjaya, 2022).

Adapun indikator dropshipping dalam jual beli online adalah sebagai berikut (Arunasalam et al., 2024): Memanfaatkan rantai pasokan vendor sumber, dan Memberi merek pada barang yang dipasok oleh penjual pihak ketiga sebagai milik mereka, dengan imbalan biaya atau persentase keuntungan penjualan.

Etika Bisnis

Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi dan diperbuat. Jadi Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al-Islam iyah) yang dipadukan pada nilai-nilai syariah dengan mengedepankan halal dan haram. Perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larang-Nya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Qur'an dan hadits.

Pelaku-pelaku bisnis harus bertindak sesuai kaidah etis dalam berbagai aktivitasnya dengan menjalankan prinsip kepercayaan, keadilan dan kejujuran yang menjadi elemen pokok dalam mencapai kesuksesan suatu bisnis di kemudian hari (Rahman et al., 2022).

Etika yang baik itu mencakup:

- 1) Kejujuran (honesty): mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
- 2) Ketetapan (Reliability): janjinya selalu tepat, tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat.
- 3) Loyalitas: setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya.
- 4) Disiplin: tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang ditetapkan.

Indikator Etika Bisnis Islam

- 1) Ketuhanan. Dalam dunia bisnis Islam, konsep ketuhanan melekat dalam setiap aktivitas bisnis.
- 2) Kepemilikan Harta. Pandangan Islam terhadap harta adalah bahwa pemilik mutlak terhadap segala sesuatu yang ada dimuka bumi ini, termasuk harta benda, adalah Allah.
- 3) Kebenaran. Menurut Islam, kebenaran adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmim, bahkan ciri para nabi.
- 4) Tanggung jawab. Tanggung jawab sangat menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan manusia.

- 5) Kejujuran. Dasar setiap usaha untuk menjadi orang kuat secara moral adalah kejujuran.
- 6) Keadilan. Keadilan merupakan norma paling utama dalam seluruh aspek dunia bisnis (Rahmat, 2020).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan metode penelitian lapangan (field research). Penelitian dilaksanakan dari bulan Mei sampai Juni di beberapa toko pakaian berbasis dropshipping di Kota Kendari. Adapun sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis Transaksi dalam Praktik Jual Beli Online Sistem Dropshipping pada Toko Pakaian di Kota Kendari

a. Proses Transaksi

Sistem dropshipping yang diterapkan pada toko pakaian di Kota Kendari melibatkan tiga pihak utama, yaitu supplier sebagai pemilik barang, dropshipper sebagai perantara penjual, dan konsumen sebagai pembeli akhir. Proses transaksi diawali dengan dropshipper yang memasarkan produk melalui media sosial atau marketplace. Setelah konsumen melakukan pemesanan dan pembayaran, dropshipper meneruskan data pesanan berupa nama pembeli, alamat lengkap, spesifikasi barang, serta bukti transfer kepada supplier. Supplier kemudian mengemas dan mengirimkan barang langsung ke konsumen atas nama toko dropshipper, sehingga identitas supplier tidak diketahui oleh konsumen.

Hasil wawancara dengan Farida selaku supplier mengungkapkan bahwa dirinya hanya memproses pengiriman setelah menerima data pesanan lengkap beserta bukti transfer dari dropshipper, dengan nama pengirim tetap menggunakan identitas toko dropshipper. Hal ini menunjukkan bahwa supplier berperan dalam aspek logistik, sementara dropshipper bertanggung jawab membangun hubungan dan kepercayaan dengan konsumen.

Tirna selaku dropshipper menegaskan bahwa dirinya tidak menyimpan stok barang dan hanya mempromosikan produk dari supplier. Setelah menerima pembayaran dari konsumen, data pesanan diteruskan ke supplier yang kemudian mengirimkan barang atas nama tokonya. Mimi, dropshipper lainnya, menambahkan pentingnya menjaga

komunikasi transparan dengan konsumen, terutama terkait estimasi pengiriman dan penyelesaian kendala seperti keterbatasan stok. Pendekatan ini mencerminkan penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam etika bisnis Islam. Dari sisi konsumen, Aldi mengungkapkan bahwa dirinya tidak memperlakukan asal-usul barang selama produk yang diterima sesuai dengan yang ditawarkan. Nurul juga menyatakan kepuasannya meskipun semula bingung karena penjual tidak menjelaskan sistem dropshipping. Selfi menyoroti pentingnya komunikasi yang jelas terkait estimasi pengiriman, karena keterlambatan dan kurangnya informasi dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen meskipun barang akhirnya sesuai pesanan.

b. Jenis Transaksi

Akad yang digunakan dalam praktik dropshipping pada toko pakaian di Kota Kendari adalah akad salam, yaitu jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari sesuai kesepakatan. Dropshipper menerima pembayaran penuh dari konsumen di awal transaksi, kemudian meneruskan pesanan dan pembayaran kepada supplier yang mengirimkan barang sesuai spesifikasi yang telah ditentukan. Hasil wawancara dengan Asmaul Husna selaku supplier menunjukkan bahwa barang baru dikirim setelah menerima pembayaran penuh dari dropshipper. Akram selaku dropshipper menjelaskan bahwa konsumen diminta melakukan transfer di awal, kemudian data pesanan diteruskan ke supplier untuk diproses dengan estimasi pengiriman 2-4 hari. Dari sisi konsumen, Aldi dan Selfi menyatakan tidak keberatan dengan sistem pembayaran di awal selama penjual memberikan penjelasan yang transparan dan menunjukkan sikap komunikatif serta bertanggung jawab. Dengan demikian, akad salam dalam praktik dropshipping di Kota Kendari memenuhi unsur kesepakatan, kejelasan spesifikasi, serta tidak mengandung gharar (ketidakpastian) selama komunikasi dilakukan secara transparan.

c. Kejelasan Akad

Kejelasan akad dalam praktik dropshipping pada toko pakaian di Kota Kendari telah terpenuhi, terutama dalam aspek spesifikasi barang seperti ukuran, warna, jenis, dan harga. Kesepakatan dilakukan melalui komunikasi digital via pesan singkat di platform WhatsApp, Instagram, atau marketplace.

Tirna selaku dropshipper mengungkapkan bahwa setiap pesanan dikonfirmasi terlebih dahulu detailnya kepada konsumen sebelum diteruskan ke supplier. Ani menambahkan bahwa dokumentasi digital melalui chat menjadi dasar kesepakatan, dengan video unboxing sebagai alat verifikasi dalam penyelesaian klaim. Namun, Sarni

selaku supplier mengakui bahwa terkadang informasi dari dropshipper tidak lengkap, menyebabkan kesalahan pengiriman seperti perbedaan warna atau ukuran.

Asmaul Husna selaku supplier menyatakan bahwa komunikasi yang sistematis dan saling terbuka antara supplier dan dropshipper dapat meminimalisir risiko kesalahan. Farida menegaskan pentingnya bukti video unboxing dalam penyelesaian komplain, dan bersedia mengganti barang atau mengembalikan dana jika terbukti kesalahan dari pihaknya.

Dari sisi konsumen, Selfi dan Aldi menyampaikan bahwa konfirmasi detail pesanan sebelum transaksi menciptakan rasa aman dan kepercayaan. Sukma mengapresiasi sikap tanggap penjual yang bertanggung jawab ketika terjadi ketidaksesuaian barang setelah dirinya mengirimkan video unboxing sebagai bukti. Dengan demikian, kejelasan akad dalam praktik dropshipping di Kota Kendari telah diterapkan cukup baik, meskipun masih terdapat tantangan dalam dokumentasi informasi antara dropshipper dan supplier.

2. Tinjauan Dropshipping dari Perspektif Etika Bisnis Islam

a. Kejujuran (*Sidq*)

Prinsip kejujuran dalam praktik dropshipping pada toko pakaian di Kota Kendari tercermin dari upaya dropshipper menyampaikan informasi produk sesuai dengan kondisi sebenarnya. Akram selaku dropshipper mengakui keterbatasannya karena tidak memegang barang langsung, namun tetap menyampaikan informasi secara jujur kepada konsumen termasuk statusnya sebagai perantara.

Dari sisi konsumen, Aldi, Selfi, dan Sukma menegaskan bahwa kejujuran penjual dalam menyampaikan informasi produk dan sistem penjualan menjadi faktor penentu kepercayaan dan kepuasan mereka. Sarni selaku supplier menekankan pentingnya kejujuran dalam menyampaikan informasi produk kepada dropshipper, serta mengingatkan agar tidak melebih-lebihkan promosi yang dapat menyesatkan pembeli.

b. Transparansi (*Al-Shafāfiyyah*)

Transparansi dalam praktik dropshipping di Kota Kendari masih menghadapi tantangan. Sebagian dropshipper seperti Tirna mengakui jarang menginformasikan statusnya sebagai perantara kepada konsumen karena khawatir kehilangan pelanggan. Namun, Asmaul Husna selaku supplier tetap melayani pesanan meskipun dropshipper tidak terbuka, sementara dari sisi konsumen, Selfi dan Aldi menyatakan bahwa keterbukaan penjual mengenai sistem dropshipping justru membuat mereka lebih percaya dan nyaman dalam bertransaksi.

c. Tanggung Jawab (*Al-Mas'ūliyyah*)

Prinsip tanggung jawab dalam praktik dropshipping di Kota Kendari tercermin dari kesiapan dropshipper dan supplier menyelesaikan masalah secara adil. Selfi selaku konsumen mengapresiasi penjual yang tanggap dan bertanggung jawab ketika terjadi kesalahan ukuran barang. Farida selaku supplier bersedia mengganti barang atau mengembalikan dana jika terdapat bukti video unboxing. Akram selaku dropshipper tidak menghindar dari tanggung jawab, melainkan berusaha menyelesaikan keluhan konsumen dengan berkoordinasi bersama supplier.

d. Keadilan (*Al-'Adālah*)

Prinsip keadilan dalam praktik dropshipping di Kota Kendari belum sepenuhnya diterapkan secara konsisten. Sarni selaku supplier mengkhawatirkan praktik dropshipper yang menaikkan harga jual terlalu tinggi tanpa mempertimbangkan kualitas produk. Selfi selaku konsumen mengaku pernah merasa dirugikan karena harga mahal tidak sebanding dengan kualitas barang yang diterima. Akram selaku dropshipper berusaha menjaga keseimbangan dengan menetapkan margin keuntungan yang wajar. Secara umum, keadilan dapat tercapai apabila semua pihak memenuhi hak dan kewajibannya secara proporsional.

Discussion

1. Jenis Transaksi dalam Praktik Jual Beli Online Sistem Dropshipping pada Toko Pakaian di Kota Kendari

a. Proses Transaksi

Penelitian ini menemukan bahwa sistem dropshipping pada toko pakaian di Kota Kendari melibatkan tiga pihak: supplier, dropshipper, dan konsumen. Temuan ini sejalan dengan Widiatmika (2022) yang menyatakan bahwa dropshipping adalah sistem jual beli dimana penjual menjual produk yang tidak dimiliki dan tidak memiliki persediaan stok barang. Prayetno et al. (2024) juga menegaskan bahwa dropshipper hanya bertindak sebagai perantara yang bertugas mengelola pemasaran dan pelayanan kepada konsumen.

Hasil penelitian Malia (2025) memperkuat temuan bahwa dalam sistem dropshipping, pengiriman dilakukan langsung oleh supplier atas nama toko dropshipper, sehingga identitas supplier tidak diketahui oleh konsumen. Ridwan (2022) menambahkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Salma (2025) menekankan pentingnya pengelolaan komunikasi yang baik antara semua pihak untuk menjaga kepercayaan konsumen. Kawidiharja (2024) memperingatkan risiko minimnya kontrol dropshipper terhadap kualitas barang.

Kamilah (2021) menegaskan bahwa jika dropshipper tidak menyatakan dirinya sebagai perantara secara jelas, transaksi dapat batal dan berpotensi menjadi bentuk gharar

atau penipuan. Rahmawati (2023) menyatakan bahwa praktik dropshipping dapat diterima dalam etika bisnis Islam asalkan memenuhi prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab. Iskandar (2024) menjelaskan bahwa Fatwa DSN-MUI No. 145/2021 membolehkan dropshipping secara syariah apabila dropshipper telah membeli barang secara sah dari supplier dan terdapat kejelasan akad serta spesifikasi barang.

b. Jenis Transaksi

Penelitian ini mengkategorikan transaksi dropshipping sebagai akad salam, sesuai dengan Fatwa DSN No. 05/DSN-MUI/IV/2000. Rizki Prasanti (2021) menyatakan bahwa salam adalah pembelian barang dengan penyerahan di kemudian hari dan pembayaran dilakukan di muka. Kartika (2022) menunjukkan bahwa dropshipping idealnya menggunakan kombinasi akad salam, wakalah, dan samsarah agar memenuhi tujuan syariah.

Mubarok et al. (2023) menyatakan bahwa akad salam dalam transaksi online sah diterapkan selama memenuhi tiga elemen utama: kejelasan harga, spesifikasi barang, dan waktu penyerahan. Gharar & Terlarang (2025) memperingatkan risiko ketidaksesuaian barang yang dapat meningkatkan potensi gharar dan khiar. Angraini (2025) menekankan pentingnya dokumentasi transaksi dan bukti komunikasi sebagai penguat keabsahan akad. Deviyana Khoirotul Iswiyah & Fairuz Sabiq (2023) membuktikan bahwa dropshipping yang sesuai maqashid syariah menggunakan kombinasi beberapa akad dan dinilai konsisten dengan prinsip bisnis Islam asalkan dijalankan dengan transparan dan etis.

c. Kejelasan Akad

Penelitian ini menemukan bahwa kejelasan akad dalam dropshipping di Kota Kendari dijaga melalui komunikasi digital. Angraini (2025) menyatakan bahwa komunikasi melalui pesan singkat mencakup spesifikasi barang seperti ukuran, warna, jumlah, harga, serta waktu pengiriman. Lamusara (2022) menegaskan bahwa akad tidak tertulis dalam transaksi daring tetap sah selama memenuhi unsur bayan (kejelasan informasi), taradhin (kerelaan), dan tanggung jawab.

Zakiruddin (2021) menegaskan bahwa dropshipping hanya diperbolehkan bila ada kontrak jelas antara dropshipper dan supplier serta keterbukaan peran dropshipper sebagai perantara. Azizi & Ivantri (2021) menyatakan bahwa ijab qabul dalam konteks digital dilakukan melalui pertukaran pesan secara langsung. Maulidha & Safitri (2023) menunjukkan bahwa bentuk komunikasi digital seperti bukti chat, invoice, dan video

transaksi mampu berperan sebagai pengganti dokumen formal sepanjang informasi yang disampaikan jelas dan tidak mengandung penipuan.

2. Tinjauan Dropshipping dari Perspektif Etika Bisnis Islam

a. Kejujuran (Sidq)

Penelitian ini menemukan bahwa kejujuran telah diterapkan oleh sebagian pelaku dropshipping di Kota Kendari. Jati Imantoro (2025) menyatakan bahwa kejujuran merupakan prinsip fundamental dalam etika bisnis Islam yang menjadi pilar utama menjaga integritas dan keberkahan transaksi jual beli. Zafira (2024) menegaskan bahwa kejujuran penjual merupakan faktor dominan dalam membentuk loyalitas dan kepuasan pelanggan dalam e-commerce. Jafar (2021) menyatakan bahwa tanpa kejujuran, akad dapat mengandung unsur gharar dan tahlis yang sangat dilarang dalam Islam.

Rahmatina (2024) menjelaskan bahwa banyak ulama kontemporer menganggap praktik dropshipping tidak sah jika dropshipper tidak menyebut dirinya sebagai wakil atau perantara. Kamillah (2021) menekankan bahwa kejujuran adalah syarat utama dalam transaksi e-commerce berbasis dropshipping menurut perspektif Islam.

b. Transparansi (Al-Shafāfiyyah)

Penelitian ini menemukan bahwa transparansi dalam dropshipping di Kota Kendari masih menghadapi tantangan. Susanto & Johendra (2024) menegaskan bahwa transparansi merupakan indikator utama untuk membangun kepercayaan dan menghindari kecurigaan. Altsaury et al. (2024) menyatakan bahwa Islam mengajarkan setiap transaksi bebas dari unsur tahlis (penipuan) dan gharar (ketidakjelasan).

Pratami (2022) menegaskan bahwa penerapan prinsip kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab dalam komunikasi bisnis mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong peningkatan penjualan. Rizal (2025) menyatakan bahwa meskipun prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab telah mulai diterapkan, transparansi informasi produk masih menjadi tantangan utama dalam praktik e-commerce.

c. Tanggung Jawab (Al-Mas'ūliyyah)

Penelitian ini menemukan bahwa prinsip tanggung jawab terlihat jelas dalam kesiapan dropshipper dan supplier memberikan solusi. Maulida et al. (2024) menyatakan bahwa tanggung jawab menuntut setiap pelaku usaha bersikap amanah, tidak melepaskan tanggung jawab, dan siap menghadapi konsekuensi. Pitriani & Purnama (2020) menyimpulkan bahwa keberhasilan layanan dropshipping sangat ditentukan oleh komitmen penjual terhadap tanggung jawab.

Gaffar (2023) menyatakan bahwa dalam transaksi e-commerce berbasis dropshipping, aspek tanggung jawab sangat krusial karena pelaku usaha harus

memastikan keakuratan pesanan dan kualitas produk serta menangani komplain secara profesional agar sesuai dengan etika syariah.

d. Keadilan (Al-'Adālah)

Penelitian ini menemukan bahwa prinsip keadilan dalam dropshipping di Kota Kendari belum sepenuhnya diterapkan secara konsisten. Nabila A'yun et al. (2021) menyatakan bahwa keadilan menuntut perlakuan proporsional dan tidak merugikan semua pihak. Ahkaam (2022) menegaskan bahwa keadilan dalam transaksi mencakup tiga hal: kewajaran harga, kejujuran informasi, dan kesetaraan hak antar pihak.

Lamusara et al. (2022) menyatakan bahwa ketimpangan harga dan kualitas dapat merugikan konsumen dan menurunkan kepercayaan terhadap rantai distribusi. Ahmad & Marshella (2024) menyatakan bahwa praktik dropshipping yang minim keterbukaan sering menimbulkan ketidakadilan pada konsumen. Maulida (2024) menekankan bahwa etika bisnis Islam mengintegrasikan prinsip keadilan dan tanggung jawab sebagai kunci membangun bisnis yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Praktik jual beli dropshipping yang dilakukan oleh toko pakaian di Kota Kendari pada umumnya sesuai dengan akad salam, yaitu pembayaran dilakukan di awal oleh pembeli kepada dropshipper, lalu barang dikirimkan oleh supplier. Akad ini sah menurut hukum Islam apabila memenuhi syarat-syarat seperti kejelasan spesifikasi barang, waktu pengiriman, dan transparansi akad. Meskipun transaksi dilakukan secara digital, unsur kejelasan akad, kerelaan (ridha), dan kesepakatan tetap dijaga oleh para pihak, sehingga praktik ini dapat diterima secara syar'i. Namun demikian, masih terdapat kelemahan dalam praktik di lapangan, seperti kurangnya pemahaman dropshipper terhadap bentuk akad yang dilakukan serta tidak seluruh dropshipper menyampaikan perannya sebagai perantara kepada pembeli.

Praktik dropshipping di toko pakaian di Kota Kendari pada dasarnya telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam, yaitu kejujuran, transparansi, tanggung jawab, dan keadilan. Sebagian lainnya masih ditemukan melakukan pelanggaran, penyamaran identitas supplier, dan menaikkan harga terlalu tinggi. Contohnya, menggunakan nama toko sendiri tanpa menjelaskan peran supplier (kurang transparan), serta menaikkan harga secara berlebihan tanpa sepadan dengan kualitas barang (tidak adil). Hal ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam belum sepenuhnya optimal sehingga perlu ditingkatkan melalui edukasi dan internalisasi nilai-nilai etika dalam praktik bisnis digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahkaam, A. L., Al, I. A. I., & Cepu, M. (2022). *Al ahkaam jurnal ilmu hukum dan hukum islam*. 1(2), 1–21.
- Ahmad, K. N., & Marshella, A. N. (2024). Analisis Sistem Dropship Dalam Jual Beli Online Perspektif Ulama Klasik dan Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1647–1656. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13331>
- Arunasalam, A., Chu, A., Ozmen, M. O., Farrukh, H., & Celik, Z. B. (2024). The Dark Side of E-Commerce: Dropshipping Abuse as a Business Model. *Proceedings 2024 Network and Distributed System Security Symposium*. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.14722/ndss.2024.23039>
- Altsaury, R. A. A., Hidayatullah, M. S., Lutfi, J., & As'ad, A. (2024). Analisis Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 dalam Menjawab Tantangan Etika dan Transparansi Transaksi Virtual. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah : AICONOMIA*, 3(2), 79–91. <https://doi.org/10.32939/acm.v3i3.4365>
- Angraini, D. M. (2025). Dropshipping in Online Gamis Sales: an Analysis Through the Lens of Salam Contract Principles. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 12(1), 302–311. <https://doi.org/10.53429/jdes.v12i1.129>
- Azizi, M. H., & Ivantri, M. A. (2021). Peran Kepemimpinan Transformasional terhadap Kinerja Individu Amil Pada Lembaga Amil Zakat Infaq dan Sodaqoh (LAZIS) Di Surakarta. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropfi Islam*, 5(2), 112–120. <https://doi.org/10.22236/alurban>
- Deviyana Khoirotul Iswiyah, & Fairuz Sabiq. (2023). Dropshipping System from A Hybrid Contract Perspective. *Jurnal Al-Hakim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Studi Syariah, Hukum Dan Filantropi*, 5(2), 143–158. <https://doi.org/10.22515/jurnalalhakim.v5i2.7685>
- Dewi, M. S. E., & Achsa, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 20(1), 80–87.
- Estijayandono, K. D., Siradjuddin, & Haddade, A. W. (2019). Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 53–68.
- Fitriani, R., & Mashudi. (2023). Implementasi Manajemen Kewirausahaan Pada Usaha Yang Dimiliki Generasi Z Di Era Digitalisasi (Studi Kasus : Dani Orchids). *Pekobis: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 8(1), 1–14.
- Gaffar, A., Kurniati, K., Rahman R, A., & Darliana, D. (2023). Tinjauan Hukum Islam Tentang Bisnis E-Commerce Dengan Sistem Dropshipping. *Jurnal Al-Kharaj: Studi Ekonomi Syariah, Muamalah, Dan Hukum Ekonomi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.30863/alkharaj.v3i1.3898>
- Gharar, D. A. N., & Terlarang, Y. (2025). Legal Theory JUAL BELI SISTEM DROPSHIP : ANTARA PELUANG BISNIS. *Legal Theory JUAL BELI SISTEM DROPSHIP*, 961–969.
- Iskandar, T. A. (2024). *ANALYSIS OF FIQH MUAMALAH AND FATWA DSN MUI NO. 145 OF 2021 ON THE PRACTICE OF ONLINE DROPSHIPPING IN THE CITY OF BANDA ACEH, INDONESIA Teuku*. 5(1), 232–251.
- Iswidharmanjaya, D. (2012). *Dropshipping Cara Mudah Bisnis Online*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Jafar, W. A. (2021). *DROPSHIPPING ON SALE TRANSACTIONS OF SHARIA ECONOMIC PERSPECTIVE*. 223–232.
- Jati Imantoro. (2025). Etika Bisnis dalam Ekonomi Digital. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 5(1), 203–208. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i1.5968>
- Kamilah, N. F. P. (2021). Transaksi Dropshipping Melalui E-Commerce Studi: Takhrij dan Syarah Hadis. *Jurnal Riset Agama*, 1(2), 481–491. <https://doi.org/10.15575/jra.v1i2.14766>
- Kartika, S. (2022). Sistem Akad Transaksi Jual Beli Online Dropshipping Perspektif Maqashid Syari'Ah. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(2), 46. <https://doi.org/10.30829/hf.v9i2.11840>
- Kawidiharja, J., & Rakhman, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Panelindo Graha Nusantara. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(4). <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i4.4719>
- Lamusara, D. M., Thalbah, T., Relubun, D. A., & Kurnia, R. (2022). Penggunaan Akad As-Salam Dalam Jual Beli Online Sistem Dropshipping Di Iain Ambon. *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(01), 77–88. <https://doi.org/10.33477/eksy.v4i01.3222>
- Malia, U., Nuntufa, & Nikmatul, N. (2025). *Analisis Pola Pemasaran Dalam Bisnis Dropshipping*. 13(1), 85–96.
- Maulida, Novita, & Siti Femilivia Aisyah. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah*, 6, 49–61. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740>
- Mubarok, A. Z., Ramadhani, A. R., & Yani, I. R. (2023). PENERAPAN AKAD BA ' I AS -SALAM TERHADAP TRANSAKSI E-COMMERCE Studi Kasus Aplikasi Belanja Online Shopee. *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 37–39. <http://ejournal.ibntegal.ac.id/index.php/iqtishodiah>
- Muhammad Yazid. (2016). Fiqih muamalah ekonomi islam. Wonocolo Surabaya : Imtiyaz. Nabila A'yun, Q. A., Chusma, N. M., Putri, C. N. A., & Latifah, F. N. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1(2), 166–181. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.998>
- Nuraldy, H. L., Ratnasari, A., & Saputra, M. (2023). Pengenalan Bisnis Online Sistem Dropship Pada Pondok Pesantren Mathlauh Hidayah Desa Cibogo Kec.Cisauk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 134–137.
- Pekerti, R. D., & Herwiyanti, E. (2018). Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA)*, 20(02), 1–12.
- Pitriani, E., & Purnama, D. (2020). Dropshipping Dalam Perspektif Konsep Jual Beli Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 87–104. <https://doi.org/10.46899/jeps.v3i2.162>

- Pratami, A., Hadi, M., & Iyonu, M. A. (2022). Peran Komunikasi Bisnis Islam Dalam Peningkatan Penjualan E-Commerce Syariah Di Kota Medan. *JSAP: Journal Syariah and Accounting Public*, 5(2), 60–71. <https://doi.org/10.31314/jsap.2x.x.xx-xx.1959>
- Prayetno, E., Mundofi, A. A., Ulfa, S. M., & Musaldin, L. O. (2024). Analysis of Online Buying and Selling Using Dropshipping System in the Perspective of Contemporary Muamalah Fiqh. *Al-Aghniya: Journal of Syariah Business Management*, 1 No. 1 (2(1), 11–21. <https://www.jurnal.staidaf.ac.id/aghniya/article/view/364>
- Purnomo, C. H. (2012). *Jualan Online Tanpa Repot dengan Dropshipping*. Jakarta:Gramedia.
- Rahman, M., Daswan, L., & Idris, M. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Batik di Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan. *Robust: Research of Business and Economics Studies*, 2(2), 127. <https://doi.org/10.31332/robust.v2i2.5290>
- Rahmat, M. A. (2017). Penerapan Bisnis Islam Terhadap Bisnis Elektronik Di Bone Trade Center (BTC) Kabupaten Bone. Universitas UIN Alauiddin Makasar.
- Rahmatina, D., Afifah Gunawan, S., Aulia Daud, F., & Kusumawardani, A. (2024). Hukum Praktik Jual Beli Dropshipping Menurut Syaikh Sa'ad Bin Turki Al-Khotslan dan Ammi Nur Baits. *Az-Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1), 69–99. <https://doi.org/10.14421/5tejpgd05>
- Rahmawati, Y., Muhammad Azka, F., Wahyudi, M. A., & Bakri, S. (2023). Analisis Jual Beli Model Dropshipping Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Academica : Journal of Multidisciplinary Studies*, 6(2), 353–364. <https://doi.org/10.22515/academica.v6i2.6152>
- Ridwan, Lewangka, O., & Mappatempo, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pengalaman Pembelian Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Produk Elektronik di Shopee Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 181–188.
- Rizal, M. I., Elisa, N., Nandavita, A. Y., Studi, P., Syariah, E., Ekonomi, F., Islam, B., Agama, I., & Negeri, I. (2025). Etika Bisnis Islam dalam Transaksi E-Commerce pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 2370–2375.
- Rizki Prasanti, Nur Alfi Khotamin, Ambariyani, Didik Kusnoaji Nugroho, Ahmad Muslimin, Agus Setiawan, Muhammad Agus Mushodiq, L. (2021). Analisis Penerapan Akad Salam pada Jual Beli Online dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Ditinjau Fatwa DSN MUI No 05/DSN- MUI/IV/2000 (Study di Toko Fashion Online Kota Metro) Rizki. *Jurnal Tana Mana*, 2(1), 46–48.
- Salma, N. A., Purnama, P. H., & Fujianti, S. N. (2025). Efektivitas komunikasi digital dalam meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan UMKM sektor kuliner. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 11(1), 328–344. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/41905>
- Salsabiila, Y., & Fajaruddin, A. (2020). Analisis Model Dropshipping Dalam Etika Bisnis Islam. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 03(04), 978–998. <https://doi.org/https://doi.org/10.21111/jiep.v3i04.5279>

- Siswandi, & Amin, M. N. (2020). Analisis Prosuks Lembaga Keuangan Syariah (Kajian Karakteristik Produk Mudlarabah dan Murabahah Pada Lembaga Keuangan Syaria' ah). *Ummul Qura : Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, 15(02), 124–134.
- Susiawati, W. (2017). Jual beli dan dalam konteks kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 171–184.
- Susanto, I., & Johendra, M. (2024). Transparansi Jual Beli Online : Perspektif Etika Islam Dalam Praktik E-Commerce. *Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 2, 42.
- Triyawan, A., & Nugroho, S. E. (2018). Sistem Dropshipping Menurut Ekonomi Islam. *Human Falah*, 5(2), 228–237.
- Widiatmika, K. P. (2022). Jual Beli Dropshipping dalam Bisnis Online (Tinjauan terhadap proses dan objek Transaksi dalam Bisnis dengan sistem dropshipping) Oleh: Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau, 16(2), 39–55.
- Zafira, A. R. (2024). Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam E-ISSN: 2686-620X Halaman 158-176. 7, 158–175.
- Zakiruddin, M. A. (2021). Jual Beli Dengan Sistem Dropshipping Dalam Kajian Hadist. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Mu'amalah*, 9(1), 42–49.
- Zurohman, A., & Rahayu, E. (2019). Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah*, 5(1), 21–32.