

Research Paper

Model Bisnis Dropshipping dalam Tinjauan Hukum Islam: Analisis *Maqāṣid al-Sharī'ah*

KMT Lasmiatun

Universitas Muhammadiyah Semarang, Indonesia

*Corresponding author: lasmiatunmsi@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci

Buying

Dropshipping

Maqāṣid Al-Sharī'ah

Selling

Article history

Received: 12 Agustus 2025

Revised: 25 September 2025

Accepted: 15 Oktober 2025

Available online: 18

Desember 2025

ABSTRAK

Dalam konteks ekonomi Islam, praktik jual beli Dropshipping dianggap sebagai transaksi yang bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan manusia sesuai dengan prinsip-prinsip Maqashid Syariah, yang menitikberatkan pada tercapainya kemaslahatan dan mencegah segala bentuk kemudharatan. Dropshipping adalah model bisnis e-commerce dimana seorang dropshipper memiliki kemampuan untuk menjual produk kepada pelanggan tanpa perlu menyimpan barang di gudang mereka. Jika seseorang memulai bisnis dengan sistem dropshipping, maka dapat dilakukan tanpa modal yang besar. Oleh karena itu, bisnis online dengan sistem dropshipping banyak diminati oleh banyak orang. Pada sistem dropshipping ini, proses pemasaran bisa dilakukan secara online maupun offline, namun beberapa orang lebih memilih cara online agar lebih efektif. Dropshipper tidak harus memiliki barang yang akan dijual. Cukup menggunakan beberapa media yang dimiliki oleh penjual untuk memasarkan produk secara online, yaitu melalui marketplace atau media sosial seperti Instagram, WhatsApp dan Facebook

Copyright © 2025 Authors

This is an open access article under [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license



Pendahuluan

Dalam era yang lebih modern ini, aktivitas jual beli yang dilakukan oleh masyarakat telah mengalami perkembangan yang signifikan dibandingkan dengan zaman dahulu, hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor yang memainkan peran kunci dalam transformasi ini. Salah satu faktor utama yang turut serta dalam mengubah lanskap jual beli adalah kemajuan pesat dalam teknologi internet. Kemajuan teknologi ini telah mengubah cara orang menggunakan internet sesuai dengan kebutuhan dan manfaat mereka. Di Indonesia, internet tidak hanya digunakan untuk mencari informasi dan berkomunikasi, melainkan juga telah menjadi alat penting dalam dunia ekonomi. Dalam era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi telah memberikan kemudahan yang luar biasa dalam hal perdagangan. Internet telah menghadirkan berbagai fasilitas yang memungkinkan individu untuk menjual dan membeli produk dengan lebih efisien. Sebagai akibatnya, aktivitas jual beli telah mengalami perubahan besar dan menjadi lebih terintegrasi dengan dunia maya.

Kegiatan jual beli, sebagai bagian tak terpisahkan dari pemenuhan kebutuhan sehari-hari, merupakan suatu proses yang tidak bisa dilepaskan dari rutinitas setiap individu. Proses jual beli ini melibatkan pertukaran barang atau jasa dengan cara yang telah ditentukan dalam sebuah akad. Selain itu, proses jual beli juga tunduk pada syarat, rukun, dan etika yang telah ditetapkan untuk memastikan transaksi berjalan dengan adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip perdagangan yang baik. Transaksi jual beli umumnya melibatkan dua pihak utama, yaitu penjual dan pembeli. Namun, dengan perkembangan teknologi dan tren globalisasi, proses ini telah mengalami perubahan signifikan. Kini, perdagangan melintasi batas negara, dan pertemuan fisik antara penjual dan pembeli tidak lagi menjadi keharusan. Dengan maraknya penggunaan media sosial dan platform e-commerce, transaksi jual beli telah beralih ke ranah digital.

E-commerce atau biasa disebut dengan perdagangan elektronik, adalah salah satu bentuk perdagangan yang berkembang pesat. Perdagangan ini memiliki karakteristik tersendiri, seperti berlangsung tanpa harus bertatap muka secara langsung antara penjual dan pembeli. Media yang digunakan dalam e-commerce adalah handphone, komputer, serta berbagai platform seperti Facebook, Instagram, dan beragam marketplace lainnya. Hal ini memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi dengan mudah dan efisien tanpa harus meninggalkan kenyamanan rumah mereka. Seiring dengan perubahan ini, kita menyaksikan bagaimana teknologi telah mengubah lanskap perdagangan tradisional menjadi sesuatu yang lebih global dan terkoneksi. Dari satu perspektif, situasi ini memberikan keuntungan signifikan, baik bagi penjual maupun pembeli. Penjual dapat mencapai banyak konsumen, sedangkan pembeli memiliki banyak opsi untuk mendapatkan barang dan jasa. Namun, jika kita mempertimbangkan sisi lainnya, pelanggaran terhadap hak-hak konsumen sering terjadi dalam lingkungan e-commerce yang memiliki ciri khas, seperti adanya potensi penipuan dan ketidaksesuaian pesanan, yang mungkin menyebabkan kerugian (Ani, 2020).

Kemudahan dalam bertransaksi online sekaligus membawa potensi risiko dan kerugian yang harus ditanggung oleh pembeli. Salah satu risiko yang paling umum dalam perdagangan online adalah penipuan. Ini bisa disebabkan oleh ketidakbertemuan fisik antara penjual dan pembeli, di mana pembeli mengirim uang tetapi barang tidak kunjung tiba. Selain itu, ketidaksesuaian barang dengan spesifikasi yang telah dijelaskan dapat berakhir dengan ketidakpuasan pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku e-commerce untuk meningkatkan kepercayaan dan memberikan perlindungan kepada konsumen dalam bertransaksi secara online (Wulandari, 20215). Sistem dropship yang belakangan ini muncul menjadi pilihan yang diminati di kalangan pelaku bisnis dan individu yang berambisi untuk meningkatkan pemasukan mereka dalam ranah perdagangan daring. Antusiasme yang tinggi terhadap model bisnis ini kemungkinan besar berakar pada kenyataan bahwa dropship

merupakan cara jual beli daring di mana seseorang bisa memulai usaha tanpa memerlukan investasi modal awal.

Dalam konteks masyarakat Muslim, penting untuk diingat bahwa ajaran agama Islam telah mengatur tata cara jual beli dengan berbagai ketentuan. Dalam hukum muamalah yang berkaitan dengan ekonomi syariah, ada tiga unsur kunci dalam jual beli. Pertama, terdapat penjual dan juga pembeli. Lalu yang kedua, terdapat harga dan barang sebagai objek transaksi. Ketiga, terdapat perjanjian (akad) atau transaksi yang mencakup segala tindakan yang dilakukan oleh kedua pihak untuk menunjukkan bahwa kedua orang tersebut sedang bertransaksi, baik melalui lisan maupun tindakan. Dari prinsip jual beli yang telah diuraikan sebelumnya, terlihat dengan jelas bahwa dalam konteks jual beli, penjual harus memiliki barang yang akan dijualnya sebelum menawarkannya kepada calon pembeli. Apabila penjual telah memiliki barang yang akan dijual, hal ini memungkinkan mereka untuk memiliki pemahaman yang lebih mendalam terkait dengan spesifikasi barang yang akan dijual, berbeda dengan penjual yang belum memiliki barang tersebut. Oleh karena itu, penjual yang memiliki barang siap jual dapat memberikan informasi yang lebih akurat kepada calon pembeli. Dengan cara ini, penjual dapat mengurangi risiko dalam transaksi jual beli mereka.

Perkembangan teknologi digital dan perdagangan elektronik telah melahirkan berbagai model bisnis baru yang mengubah pola transaksi jual beli konvensional. Salah satu model bisnis yang berkembang pesat adalah dropshipping, yaitu sistem penjualan di mana penjual tidak menyimpan barang secara fisik, melainkan bertindak sebagai perantara antara konsumen dan pemasok. Model ini dinilai efisien karena meminimalkan modal, risiko stok barang, serta biaya operasional, sehingga banyak diminati oleh pelaku usaha, khususnya di era ekonomi digital. Namun demikian, praktik dropshipping menimbulkan perdebatan dalam perspektif hukum Islam. Persoalan utama berkaitan dengan aspek kepemilikan barang (*milik al-sil'ah*), kejelasan akad, tanggung jawab penjual, serta potensi terjadinya unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan). Dalam hukum Islam, transaksi jual beli harus memenuhi rukun dan syarat tertentu agar dinilai sah dan sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam untuk menilai apakah model bisnis dropshipping sejalan dengan ketentuan tersebut.

Pendekatan Maqāṣid al-Syarī'ah menjadi kerangka analisis yang relevan dalam menilai praktik dropshipping secara lebih komprehensif. Maqāṣid al-Syarī'ah menekankan tujuan-tujuan utama syariat Islam, seperti perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Melalui pendekatan ini, penilaian terhadap dropshipping tidak hanya berhenti pada aspek legal-formal akad, tetapi juga pada sejauh mana praktik tersebut mewujudkan kemaslahatan (*maṣlaḥah*) dan mencegah kemudharatan (*mafsadah*) bagi para pihak yang terlibat. Kajian tentang model bisnis dropshipping dalam tinjauan hukum Islam berbasis Maqāṣid al-Syarī'ah menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang lebih proporsional dan kontekstual terhadap praktik ekonomi kontemporer. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik model bisnis dropshipping, mengkaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum Islam, serta menilai implikasinya terhadap perlindungan hak dan keadilan ekonomi berdasarkan kerangka Maqāṣid al-Syarī'ah. Dengan demikian, kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan ekonomi Islam di era digital.

Metode

Penelitian ini mengadopsi metode analisis kualitatif dan studi literatur sebagai pendekatan utamanya. Dalam rangka memperoleh wawasan yang mendalam tentang penerapan Maqashid al-Syariah dalam konteks Jual Beli Dropshipping, informasi dihimpun dari berbagai sumber terpercaya, seperti buku dan jurnal. Hasil analisis ini akan disajikan dalam bentuk narasi analisis deskriptif, sehingga dapat memberikan pemahaman yang

mendalam mengenai bagaimana Maqashid al-Syariah dapat diterapkan secara optimal dalam praktik Jual Beli Dropshipping Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yuridis-normatif. Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis model bisnis dropshipping berdasarkan ketentuan hukum Islam serta menilainya melalui kerangka Maqāsid al-Syarī'ah sebagai pendekatan filosofis dan normatif dalam hukum Islam.

Objek penelitian difokuskan pada konsep dan praktik dropshipping dalam transaksi jual beli modern. Data penelitian bersumber dari data sekunder, yang meliputi sumber hukum Islam primer dan sekunder. Sumber primer mencakup Al-Qur'an, hadis, serta kaidah-kaidah fikih muamalah yang berkaitan dengan jual beli. Sumber sekunder meliputi kitab-kitab fikih klasik dan kontemporer, fatwa lembaga keuangan syariah, jurnal ilmiah, serta literatur akademik yang membahas dropshipping dan Maqāsid al-Syarī'ah. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (library research) dengan menelaah secara sistematis literatur yang relevan. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan analisis kualitatif-deskriptif dengan metode interpretatif. Analisis dilakukan dengan mengkaji kesesuaian unsur-unsur dalam praktik dropshipping—seperti akad, kepemilikan barang, risiko, dan tanggung jawab dengan prinsip-prinsip hukum Islam.

Selanjutnya, data dianalisis menggunakan pendekatan Maqāsid al-Syarī'ah untuk menilai sejauh mana praktik dropshipping mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kemudharatan, khususnya dalam perlindungan harta (*ḥifẓ al-māl*), keadilan transaksi, dan transparansi. Hasil analisis digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai keabsahan dan implikasi model bisnis dropshipping dalam perspektif hukum Islam. Metode penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif dan argumentatif mengenai posisi dropshipping dalam hukum Islam serta relevansinya dengan perkembangan ekonomi digital kontemporer.

Hasil dan Pembahasan

Relevansi Maqāsid al-Syarī'ah dan Model Bisnis Dropshipping

Maqāsid al-Syarī'ah adalah istilah yang terdiri dari dua kata, yaitu "*maqashid*" dan "*syariah*". "*Maqashid*" merujuk pada maksud atau tujuan, sementara "*syariah*" mengacu pada hukum-hukum Allah yang diberlakukan bagi manusia sebagai panduan untuk mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Ketika kata "*maqashid*" dan "*syariah*" digabungkan, maka kedua kata tersebut memiliki makna yang relatif serupa, kecuali adanya variasi dalam redaksi, perkembangan, dan hubungan dengan unsur-unsur lainnya. Dalam pengertian tertentu, "*maqashid al-syarī'ah*" mengacu pada tujuan, target, atau hasil akhir yang berupa kemaslahatan hakiki melalui penetapan hukum bagi manusia. Pengertian lainnya adalah bahwa "*maqashid al-syarī'ah*" mencakup tujuan akhir, rahasia, nilai, norma, dan makna-makna yang terkandung dalam penetapan suatu hukum.

Menurut Imam Ghazali, konsep Maqashid syariah merupakan landasan prinsipil dalam Islam yang mencakup pengabdian dengan cara menolak segala bentuk mudharat yang berpotensi merugikan dan sekaligus menarik manfaat yang bermanfaat. Dengan demikian, prinsip ini dikenal sebagai kaidah fundamental yang mendorong individu untuk selalu mencari kebaikan dan secara aktif menolak segala bentuk kerusakan dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Ini menggambarkan komitmen kuat untuk menjaga kesejahteraan sosial dan moral dalam kerangka agama Islam, dengan berfokus pada perbuatan baik dan penolakan terhadap segala bentuk tindakan yang merugikan (Peryadi, 2018). *Maqāsid al-Syarī'ah* sebagaimana yang dijelaskan oleh Muhammad al-Yubi, merujuk pada makna-makna dan hikmah-hikmah yang tersirat dalam syariat Allah. Makna dan hikmah ini dapat bersifat khusus atau umum, tetapi semua bertujuan untuk mencapai kemaslahatan bagi umat manusia. Dengan kata lain, *maqashid syarī'ah* adalah konsep yang menggambarkan tujuan yang mendasari segala peraturan dan ajaran dalam Islam. Ini mencakup aspek-aspek yang

berkaitan dengan kebaikan, kesejahteraan, dan manfaat bagi umat manusia, yang semuanya telah diatur dan ditetapkan dalam ajaran Islam oleh Allah. Maqâshid syari'ah juga menunjukkan bahwa setiap peraturan atau prinsip dalam agama ini memiliki tujuan yang lebih besar, yaitu untuk memberikan kesejahteraan dan keadilan bagi semua individu serta masyarakat secara keseluruhan (Hasbi, 2021).

Menurut pandangan para ahli ushul, pemahaman terhadap konsep maqashid syari'ah memiliki signifikansi yang sangat besar dalam pemahaman agama. Maqashid syari'ah mencerminkan prinsip mendasar untuk mencapai manfaat dan menghindari kerugian, baik dalam kehidupan dunia maupun di akhirat. Dalam perspektif syari'ah, tujuan utamanya adalah untuk memberikan manfaat kepada manusia sambil mencegah mereka dari mengalami kerugian. Menurut pandangan Jasser Audah, maqashid syariah dapat didefinisikan sebagai kumpulan kemaslahatan yang menjadi tujuan dalam pemberlakuan hukum. Hal ini dapat ditarik dari penjelasan syari'ah atau berdasarkan penilaian kuat seorang mujtahid. Kesimpulannya, jika kemaslahatan tersebut tidak ada, maka hukum tidak akan diimplementasikan sama sekali (Rohman, 2020). Dalam buku al-Muwafaqat, al-Syatibi mengungkapkan pemikirannya bahwa inti dari maqashid syariah adalah esensi dari kemaslahatan. Secara etimologis, istilah "maslahah" merujuk pada makna manfaat, kebaikan, kegunaan, dan faedah. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, "maslahat" dijelaskan sebagai sesuatu yang menghasilkan kebaikan, memberikan manfaat, dan memiliki kegunaan. Kemaslahatan, pada intinya, mengacu pada kegunaan, kebaikan, manfaat, dan kepentingan.

Dalam kitab al-Muwafaqat, al-Syatibi mengemukakan pandangannya mengenai inti dari maqashid syariah, yaitu bahwa kemaslahatan merupakan elemen sentralnya. Konsep "kemaslahatan" ini, secara etimologis, mengandung makna manfaat, baik, faedah, dan kegunaan. Sebagaimana tercermin dalam kamus besar Bahasa Indonesia, istilah "maslahat" diartikan sebagai sesuatu yang membawa kebaikan, memberikan manfaat, dan berfungsi dengan berguna. Kemaslahatan, dalam konteks ini, merujuk pada aspek kegunaan, kebaikan, manfaat, serta kepentingan yang esensial dalam pemahaman maqashid syariah. Maqashid syariah, yang secara tegas dijelaskan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah, memiliki tujuan mendasar dalam urgensi pemenuhan kemaslahatan bagi seluruh manusia serta dalam upaya melindungi mereka dari potensi bahaya. Ini juga dikenal sebagai konsep "jalbul mashalih wal darul mafasid" yang mendorong pencapaian kebaikan dan penanggulangan kerusakan. Dengan demikian, maqashid syariah menciptakan landasan yang kokoh untuk mengarahkan perilaku dan kehidupan masyarakat menuju tujuan utama, yaitu menciptakan kesejahteraan dan mencegah kerusakan.

Konsep Jual Beli Dropshipping

Dropshipping adalah suatu model bisnis di mana seorang Dropshipper memiliki kemampuan untuk menjual produk kepada pelanggan tanpa perlu menyimpan barang di gudangnya. Dalam sistem ini, dropshipper hanya berperan sebagai perantara antara supplier dan konsumen dan dropshipper hanya perlu menggunakan foto-foto produk yang diberikan oleh supplier atau toko sebagai referensi penjualan. Harga produk bisa ditentukan oleh Dropshipper sendiri atau melalui kesepakatan harga bersama antara Dropshipper dan supplier. Dengan kata lain, Dropshipping memungkinkan para penjual untuk mengelola bisnis mereka tanpa perlu mengeluarkan modal besar untuk menyimpan stok barang. Dalam konsep dropshipping ini, metode pemasaran dapat dilakukan baik secara online maupun offline. Namun, dari berbagai orang yang melakukan kegiatan bisnis dropshipping lebih memilih pemasaran online karena lebih efisien. Hal ini dikarenakan, dropshipper tidak perlu menyimpan stok barang. Dropshipper hanya perlu memanfaatkan berbagai platform yang dimiliki oleh penjual, seperti marketplace dan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan juga Instagram untuk memasarkan produk. Ketika ada pesanan, mereka hanya perlu

menghubungi supplier, yang akan mengirimkan barang langsung kepada pembeli atas nama penjual.

Dropshipping adalah opsi populer di kalangan pengusaha yang menawarkan banyak manfaat. Beberapa orang memilih bentuk bisnis ini daripada format bisnis lainnya karena ini memberikan peluang yang sangat menarik bagi pengusaha baru. Menurut Muhammad Arifin Badri (2012, 29), bisnis dropshipping pada dasarnya dapat dijalankan tanpa modal besar. Karena alasan ini, banyak orang tertarik pada bisnis online dengan sistem dropshipping. Jika dipandang secara sekilas, tentu menjadi hal yang lumayan sulit dimengerti bagi mereka yang baru mengenal istilah tersebut. Namun, ketika diterapkan dalam implementasinya, dropshipping sebenarnya merupakan proses yang sederhana. Dengan kata lain, dropshipping adalah metode penjualan di mana seseorang menjual produk yang dimiliki oleh supplier dengan izin dari supplier kepada pelanggan, hanya dengan menggunakan perangkat komputer atau smartphone dan koneksi internet.

Proses jual beli dengan sistem dropshipping merupakan suatu serangkaian transaksi yang dimulai saat konsumen melakukan pemesanan dan melakukan pembayaran kepada dropshipper. Setelah dropshipper menerima pembayaran, langkah selanjutnya adalah menghubungi supplier untuk memberitahu mereka tentang pemesanan yang telah diterima. Dropshipper kemudian membayar sejumlah uang kepada supplier, termasuk harga barang dengan keuntungan penjual sebagai komponen. Dalam tahap berikutnya, supplier mengambil alih tanggung jawab pengiriman produk kepada konsumen. Dalam proses pengiriman ini, supplier mencantumkan alamat dropshipper sebagai pengirim, menjalankan peran perantara dalam keseluruhan transaksi ini. Pendekatan ini mewakili salah satu metode yang telah lama digunakan dalam berbagai aspek bisnis dan perdagangan, yang mengilustrasikan bagaimana sistem dropshipping menjadi proses yang efisien dan umum digunakan dalam perdagangan modern (Deni, 2015).

Dalam konteks transaksi jual beli terutama dalam era jual beli online, penting untuk diakui bahwa setiap jenis transaksi memiliki sejumlah aspek positif dan negatif yang harus dipertimbangkan. Oleh karena itu, perlu merenungkan dengan seksama berbagai faktor yang mempengaruhi proses jual beli ini. Salah satu faktor yang tidak bisa diabaikan adalah adanya kekurangan dan kelebihan yang mungkin timbul selama bertransaksi. Sebelum kita menjalankan proses jual beli, penting bagi kita untuk memahami dengan baik berbagai hal ini dan menyusun strategi yang tepat guna mengatasi tantangan yang mungkin muncul dalam perjalanan transaksi tersebut. Jadi berikut merupakan kelebihan dan kekurangan sistem dropshipping: Salah satu kelebihan dari sistem dropship ini yaitu: pertama, dropshipper dapat menerima komisi dari penjualan produk tanpa perlu menginvestasikan modal untuk memiliki persediaan barang. Kedua, dropshipper tidak memerlukan investasi besar dalam bentuk kantor atau gudang penyimpanan produk. Ketiga, tidak diperlukan tingkat pendidikan yang tinggi karena kemampuan dalam menjelajahi dunia online yang diperlukan. Keempat, dropshipper tidak perlu repot mendistribusikan, mengemas, atau mengirimkan produk kepada konsumen. Kelima, fleksibilitas waktu dan tempat sangat tinggi dalam menjalankan bisnis ini, tanpa terikat oleh batasan fisik maupun jam kerja (Risvan Hadi, 2019).

Oleh karena itu, tak heran jika model bisnis ini diminati oleh berbagai lapisan masyarakat karena mampu menciptakan peluang kerja dengan mangsa pasar yang luas, serta memberikan berbagai kemudahan dalam pengelolaannya. Adapun kekurangan yang perlu diperhatikan dalam sistem dropshipping ini, yaitu: pertama, margin keuntungan yang diterima oleh dropshipper yang terbilang rendah. kedua, resiko yang terkait dengan pengiriman produk. ketiga, kesulitan dalam menangani keluhan dari konsumen. Dalam hal margin yang diperoleh oleh seorang dropshipper, cenderung tidak melebihi 5-10% dari harga jual produk. Persentase ini tergolong rendah, sehingga seorang dropshipper harus memiliki keahlian dalam pemasaran produknya agar bisa mendapatkan keuntungan yang lebih

signifikan dari total penjualan yang dikumpulkan. Semakin banyak produk yang terjual, semakin besar juga pendapatan penjualan yang dapat diperoleh. Selain itu, pemilihan produsen yang sesuai dapat meningkatkan margin dropshipper, seperti contohnya memilih produsen yang menjual langsung dari sumbernya. Ketika konsumen membeli beragam produk yang berasal dari berbagai supplier melalui seorang dropshipper, masalah kompleksitas dalam pengiriman barang sering kali muncul. Dalam situasi ini, ketika terjadi kerusakan atau kehilangan produk selama proses pengiriman, dropshipper seringkali menjadi sasaran tuduhan dari pihak konsumen, meskipun sebenarnya dropshipper tidak bertanggung jawab atas hal tersebut. Hal ini mengakibatkan ketidakadilan yang harus dihadapi oleh dropshipper, karena dropshipper terpaksa menghadapi konsekuensi yang tidak adil atas situasi tersebut.

Salah satu permasalahan yang kerap muncul dalam mengatasi keluhan dari pelanggan. Seringkali, pelanggan mengajukan keluhan terkait ketidakpuasan mereka atas produk yang mereka beli, karena produk tersebut tidak sesuai dengan harapan yang tercipta saat mereka melihat promosi yang disediakan oleh dropshipper. Perlu dicatat bahwa ini adalah situasi yang biasa terjadi karena dropshipper sebenarnya hanya berperan sebagai perantara penjual yang tidak memiliki stok produk, melainkan hanya memiliki informasi rinci terkait produk yang dijual. Meskipun begitu, dalam konteks sistem dropship yang memiliki karakteristik unik ini, dropshipper seringkali merasa sulit untuk benar-benar memahami detail produk yang mereka jual karena mereka sendiri tidak memiliki produk tersebut.

Peranan *Maqāṣid al-Syarī'ah* Terhadap jual beli Dropshipping

Maqāṣid al-Syarī'ah adalah konsep penting dalam Islam yang mengacu pada tujuan pokok yang ingin dicapai melalui ketentuan-ketentuan syariah. Dalam konteks jual beli dropshipping, pemahaman tentang peran Maqashid Syariah dapat membantu dalam menjelaskan bagaimana praktik jual beli dropshipping harus dijalankan agar sesuai dengan nilai-nilai Islam. Berikut adalah beberapa poin yang menjelaskan peran Maqashid al-Syariah terhadap jual beli dropshipping. Poin pertama yang harus diperhatikan adalah Hifz ad-Din (memelihara agama), yang mensyaratkan bahwa para dropshipper harus menjalankan transaksi mereka sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, termasuk menghindari penjualan barang-barang yang diharamkan dan menghindari praktik penipuan. Selain itu, dropshipper harus memastikan bahwa setiap transaksi mereka bebas dari riba, gharar, dan maisir. Poin kedua adalah Hifz an-nafs (memelihara jiwa), yang menegaskan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam berbisnis dropshipping. Ini berarti bahwa para dropshipper harus memberikan informasi yang tepat tentang barang yang mereka jual, seperti harga, kondisi barang, dan estimasi waktu pengiriman. Poin ketiga adalah Hifz al-Aql (menjaga akal), yang membutuhkan dropshipper untuk memberikan informasi yang tepat dan jujur kepada pelanggan mengenai produk yang mereka jual. Mereka juga harus menghindari memberikan informasi yang menyesatkan atau berlebihan tentang kualitas produk.

Poin terakhir mencerminkan Hifz al-mal (menjaga harta), yang menyoroti pentingnya merawat harta dengan cara yang adil dan jujur. Ini mencakup memberikan harga yang adil kepada pembeli, menghindari kecurangan dalam transaksi, dan bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin dialami oleh pembeli jika terjadi kesalahan dalam transaksi. Dengan menjalankan bisnis dropshipping sesuai dengan prinsip-prinsip ini, kita dapat memastikan bahwa transaksi kita selaras dengan nilai-nilai syariah Islam serta menjaga keempat aspek penting dalam kehidupan kita. *Maqāṣid al-Syarī'ah* memiliki peranan penting dalam menilai praktik jual beli dropshipping sebagai bentuk transaksi ekonomi kontemporer. Pendekatan *Maqāṣid al-Syarī'ah* tidak hanya menekankan aspek keabsahan akad secara formal, tetapi juga menilai tujuan, dampak, dan kemaslahatan yang dihasilkan dari suatu aktivitas ekonomi. Dengan demikian, *Maqāṣid al-Syarī'ah* menjadi kerangka evaluatif yang

komprehensif untuk menentukan apakah praktik dropshipping sejalan dengan prinsip-prinsip dasar syariat Islam.

Dalam konteks *ḥifz al-māl* (perlindungan harta), *Maqāṣid al-Syarī'ah* berperan memastikan bahwa transaksi dropshipping tidak merugikan salah satu pihak, baik penjual, pembeli, maupun pemasok. Praktik dropshipping yang transparan, jujur, dan bertanggung jawab dapat menjaga harta para pihak dari unsur penipuan (*tadlis*), ketidakjelasan (*gharar*), dan ketidakadilan. Sebaliknya, dropshipping yang dilakukan tanpa kejelasan akad, spesifikasi barang, atau tanggung jawab pengiriman berpotensi melanggar tujuan perlindungan harta dalam Islam. Dari sisi *ḥifz al-'aql* (perlindungan akal), *Maqāṣid al-Syarī'ah* mendorong adanya keterbukaan informasi dan kejujuran dalam transaksi. Penjual dropshipping berkewajiban memberikan informasi yang benar terkait kualitas, harga, dan mekanisme pengiriman barang agar pembeli dapat mengambil keputusan secara rasional dan sadar. Praktik yang menyesatkan bertentangan dengan tujuan syariat dalam menjaga akal dan kesadaran konsumen.

Selain itu, *Maqāṣid al-Syarī'ah* juga berperan dalam mewujudkan keadilan dan kemaslahatan sosial dalam aktivitas ekonomi. Dropshipping dapat menjadi sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya bagi pelaku usaha kecil dan pemula, selama dijalankan dengan akad yang sesuai, seperti akad wakālah, salam, atau jual beli setelah kepemilikan. Dengan pengaturan yang tepat, dropshipping dapat memberikan manfaat ekonomi tanpa menimbulkan mudarat bagi pihak lain. Dengan demikian, peranan *Maqāṣid al-Syarī'ah* terhadap jual beli dropshipping terletak pada fungsinya sebagai alat ukur normatif dan etis untuk menilai kesesuaian praktik tersebut dengan tujuan syariat. Pendekatan ini memungkinkan hukum Islam bersikap adaptif terhadap perkembangan model bisnis modern, sekaligus tetap menjaga nilai-nilai keadilan, transparansi, dan kemaslahatan dalam transaksi ekonomi.

Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Dropshipping

Dalam konteks ekonomi Islam, praktik jual beli dropshipping dianggap sebagai sebuah transaksi yang bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan manusia sesuai dengan prinsip *Maqashid Syariah*, yang fokus pada pencapaian kemaslahatan dan pencegahan dari segala bentuk kemudharatan. Pendekatan *Maqashid Syariah* mampu memberikan dasar pemikiran yang rasional dan adaptif untuk menjawab perkembangan bisnis yang terus berkembang. Praktik jual beli dropshipping diperbolehkan apabila dilakukan dengan mematuhi prinsip-prinsip dan aturan-aturan yang telah ditetapkan dalam hukum Islam, yang sejalan dengan konsep *Maqāṣid al-Syarī'ah*. Seorang individu yang terlibat dalam perdagangan dropshipping dengan penuh kesadaran terhadap prinsip-prinsip syariah akan menjadikan dirinya sebagai seorang pedagang yang menerapkan kejujuran dalam transaksi. Kejujuran adalah nilai fundamental dalam Islam dan merupakan landasan bagi setiap transaksi yang sah. Memastikan bahwa barang yang dijual adalah sesuai dengan deskripsi dan kualitas yang dijanjikan adalah bagian dari integritas dalam bisnis dropshipping. Selain itu, seorang pebisnis yang berpegang teguh pada prinsip-prinsip *maqashid syariah* juga berupaya untuk menghindari mencari kekayaan melalui cara-cara yang tidak sehat atau tidak adil. Ini berarti tidak mengejar keuntungan dengan cara-cara yang merugikan para konsumen, serta tidak terlibat dalam praktik-praktik yang dapat merugikan masyarakat secara keseluruhan.

Perilaku ini selaras dengan tindakan Rasulullah dalam menjalankan bisnisnya, yang telah menjadi contoh bagi umat Muslim. Rasulullah selalu menjalankan perdagangan dengan penuh kejujuran, transparansi, dan kepedulian terhadap kesejahteraan umatnya. Ini adalah contoh yang harus diikuti oleh para pebisnis Muslim dalam menjalankan bisnis dropshipping. Oleh karena itu, dalam menghadapi bisnis dropshipping, seorang pebisnis harus memiliki pemahaman mendalam tentang konsep dropshipping dan bagaimana melaksanakannya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang benar, yang sejalan dengan

maqashid syariah. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwasannya bisnis tidak hanya menghasilkan keuntungan materi, tetapi juga mendukung tujuan dan nilai-nilai yang dianut dalam Islam. Dalam Islam, bekerjasama dengan produsen (supplier) dalam aktivitas bisnis dianggap sebagai bentuk ibadah yang mendorong saling tolong-menolong, sebagaimana yang diungkapkan oleh al-Ghazali, salah seorang pemikir Islam terkemuka pada masa lalu. Ia menyatakan bahwa bekerja atau berusaha dengan tujuan untuk menghindari ketergantungan kepada orang lain dan meminta-minta adalah suatu tindakan yang lebih baik daripada memanfaatkan orang lain tanpa memberikan keuntungan yang layak bagi mereka.

Kerjasama dalam model dropshipping, di mana dropshipper berperan tanpa kepemilikan barang, dapat dipandang sebagai salah satu bentuk perwakilan yang diterima dalam Islam, yang dikenal sebagai wakalah. Dalam konteks jual beli, perwakilan diizinkan karena ini merupakan salah satu metode untuk menghasilkan pendapatan. Namun, pentingnya kesepakatan antara pemilik barang atau supplier (muwakkil) dan wakil yang menjual barang (dropshipper) tidak bisa diabaikan dalam konteks perwakilan ini. Fatwa DSN MUI NO: 10/DSN-MUI/IV/2000 telah menjelaskan bahwa kerjasama antara muwakkil dan wakil dapat dilakukan dengan adanya kesepakatan yang jelas dan mengikat. Dalam hal ini, muwakkil adalah pemilik barang atau supplier, sedangkan wakil adalah orang yang ditunjuk untuk menjual barang, yaitu dropshipper. Kesepakatan ini harus berlandaskan pada prinsip-prinsip etika dan keadilan yang sesuai dengan ajaran Islam, sehingga semua pihak dapat saling menguntungkan dan saling menjaga hak-hak mereka dalam kerjasama bisnis ini (Yunita, 2022) Secara garis besar, terdapat dua jenis model kerjasama antara dropshipper dan supplier. Pertama, supplier menyediakan harga kepada dropshipper, yang kemudian dapat menjual produk kepada konsumen dengan harga yang mereka tentukan sendiri, termasuk keuntungan bagi dropshipper. Kedua, harga produk telah ditentukan sejak awal oleh supplier, termasuk besaran fee yang akan diterima oleh dropshipper untuk setiap produk yang terjual.

Dalam kategori pertama, pemasok memberikan kelonggaran kepada dropshipper untuk memasarkan produk dengan kebebasan dalam menentukan harga sesuai keinginan mereka. Umumnya, tidak ada biaya pendaftaran dan juga tidak ada batasan minimum pembelian. Jenis ini adalah yang paling simpel dan sangat diminati oleh para pelaku bisnis dropshipping. Misalnya, supplier menetapkan harga sebesar 160.000 untuk satu jenis pakaian kepada dropshipper. Supplier memberikan kebebasan kepada dropshipper untuk menentukan harga jual pakaian tersebut sesuai dengan standar harga yang berlaku. Seiring berjalannya waktu, dropshipper menjual pakaian tersebut kepada konsumen dengan harga 175.000 atau lebih. Ketika ada pembeli yang membayar secara tunai sejumlah 175.000, dropshipper menghubungi supplier untuk mengirimkan pakaian tersebut langsung ke alamat konsumen atas nama dropshipper. Sebelum supplier mengirim pakaian, dropshipper harus mentransfer uang sebesar 160.000 kepada supplier sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati.

Sedangkan pada jenis kedua, dropshipper tidak memiliki kendali atas harga ini dan dropshipper harus menjual produk dengan harga yang telah ditetapkan oleh supplier. Dan ketika produk terjual, dropshipper menerima komisi atau fee sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati dengan supplier. Misalnya, seorang supplier menetapkan harga 150.000 kepada seorang dropshipper untuk satu baju. Mereka sepakat bahwa jika dropshipper berhasil menjual baju tersebut kepada konsumen, maka dropshipper berhak mendapatkan fee sebesar 40% dari setiap penjualan. Ketika dropshipper berhasil menarik konsumen yang membayar sebesar 150.000 secara tunai, konsumen membayar atau mentransfer jumlah tersebut kepada dropshipper. Selanjutnya, dropshipper mentransfer 150.000 - 40% (sebagai bonus) kepada supplier, yaitu sebesar 110.000. Dalam konteks ini, dropshipper menerima komisi sebesar 40.000 dari penjualan baju tersebut. Setelah proses pembayaran selesai,

supplier mengirimkan baju kepada konsumen atas nama dropshipper ke alamat yang telah ditentukan.

Secara khusus, dalam konteks transaksi sistem dropshipping, ada beberapa jenis akad yang dapat diterapkan. Ketika berbicara tentang transaksi jual-beli online melalui platform media sosial, akad yang umum digunakan adalah akad salam atau istishna. Namun, dalam praktik dropshipping, terdapat dua jenis akad yang dapat dipertimbangkan yaitu akad samsarah adalah kesepakatan di mana individu menjual barang yang dimiliki oleh pihak lain, dan sebagai imbalannya, dia menerima kompensasi untuk layanan penjualannya. Kesepakatan akad samsarah ini telah dinyatakan sebagai sah oleh seluruh kalangan ulama. Dalam praktiknya, seorang dropshipper menghubungkan barang yang dimiliki oleh supplier kepada konsumen. Ketika konsumen membeli barang yang dipromosikan, dropshipper menerima kompensasi yang sudah disepakati, yang bisa berupa peningkatan harga dari harga asli yang ditetapkan oleh supplier atau persentase tertentu yang telah disetujui baik oleh dropshipper maupun supplier.

Akad syirkah. Penjualan melalui sistem dropship dapat juga dianggap sebagai sebuah bentuk perjanjian kerja sama atau perjanjian syirkah. Penggunaan model dropshipping dengan landasan prinsip syirkah dapat dikelompokkan ke dalam kategori syirkah wujuh, yaitu suatu kontrak bisnis yang melibatkan dua orang atau lebih yang memiliki reputasi dan prestise yang kuat, dan mereka dipercayakan untuk mengembangkan bisnis tanpa perlu menyediakan modal. Dalam konteks keuntungan fee atau margin yang diperoleh oleh dropshipper, serta sistem pembayaran dan pengiriman barang, semuanya seharusnya menjadi hasil dari kesepakatan dan kerelaan bersama antara kedua belah pihak, yakni supplier dan dropshipper. Prinsip dasar dari model bisnis dropshipping ini adalah menjaga saling ridho dan memastikan bahwa tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Dengan demikian, jual beli dalam sistem dropshipping menjadi sah dan terpercaya, karena didasari oleh kesepakatan yang adil serta hubungan yang harmonis antara supplier dan dropshipper.

Tantangan dalam Penerapan Maqashid Syariah dalam Praktik Jual Beli Dropshipping

Transparansi dan kejujuran merupakan elemen kunci dalam menjalankan bisnis dropshipping, dan menjaga agar nilai-nilai ini terjaga di antara dropshipper, supplier, dan konsumen adalah tantangan besar. Dalam konteks Maqashid Syariah, pentingnya aspek-aspek ini tidak dapat dianggap remeh. Kejujuran dan transparansi dalam berbisnis merupakan prinsip-prinsip yang sangat esensial dalam Islam. Selain itu, terdapat permasalahan lain yang muncul dalam dropshipping, yaitu kualitas produk. Dalam model bisnis ini, Dropshipper tidak memiliki kendali penuh terhadap mutu barang yang dikirimkan kepada konsumen. Oleh karena itu, menghasilkan produk yang memenuhi standar kualitas sesuai dengan nilai-nilai Islam merupakan sebuah tantangan yang perlu diatasi. Produk yang bermasalah atau tidak sesuai dengan deskripsi bisa merugikan pelanggan dan pada saat yang sama, melanggar prinsip-prinsip keadilan yang dianut dalam ajaran Islam.

Tantangan selanjutnya yaitu perlindungan konsumen. Yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah dalam bisnis dropshipping terdapat beberapa aspek penting yang melibatkan berbagai pihak, termasuk konsumen, dropshipper, dan supplier. Praktik dropshipping seringkali menantang dalam hal melindungi konsumen dari risiko penipuan, produk palsu, atau masalah pengiriman yang tidak tepat waktu. Oleh karena itu, untuk mengikuti prinsip-prinsip Maqashid Syariah dalam model bisnis ini, diperlukan kebijakan yang memastikan perlindungan konsumen sesuai dengan ajaran Islam. Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, pelaku bisnis dropshipping yang komitmen pada prinsip-prinsip Maqashid Syariah harus menjalankan usaha mereka dengan integritas yang tinggi, mempromosikan transparansi, dan memastikan keadilan dalam setiap transaksi. Selain itu, para pelaku bisnis juga perlu memprioritaskan kepuasan dan perlindungan pelanggan sebagai tujuan utama. Dengan pendekatan ini, bisnis dropshipping dapat berperan dalam

mendukung ekonomi umat yang selaras dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam, sambil menjaga kepentingan dan kepercayaan para pelanggan.

Penerapan *Maqāṣid al-Syarī'ah* dalam praktik jual beli dropshipping menghadapi berbagai tantangan seiring dengan kompleksitas transaksi digital dan karakteristik model bisnis ini. Meskipun secara tujuan dropshipping dapat memberikan kemaslahatan ekonomi, implementasinya tidak selalu mudah untuk sepenuhnya selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Salah satu tantangan utama adalah ketidakjelasan kepemilikan barang. Dalam banyak praktik dropshipping, penjual memasarkan barang yang belum dimilikinya secara langsung. Kondisi ini berpotensi menimbulkan unsur *gharar*, yang bertentangan dengan tujuan *Maqāṣid al-Syarī'ah* dalam menjaga keadilan dan perlindungan harta (*hifz al-māl*). Menentukan akad yang tepat apakah sebagai wakil (*wakālah*), jual beli salam, atau perantara sering kali belum dipahami secara benar oleh pelaku usaha. Tantangan berikutnya adalah minimnya transparansi dan kejujuran informasi. Tidak semua penjual dropshipping menyampaikan kondisi barang, ketersediaan stok, serta estimasi pengiriman secara jelas kepada konsumen. Praktik ini dapat menyesatkan pembeli dan bertentangan dengan tujuan *Maqāṣid al-Syarī'ah* dalam menjaga akal (*hifz al-'aql*) serta mencegah penipuan (*tadlis*).

Selain itu, pembagian tanggung jawab dan risiko antara dropshipper dan pemasok sering kali tidak diatur secara tegas. Ketika terjadi keterlambatan pengiriman, barang rusak, atau tidak sesuai pesanan, konsumen berada pada posisi lemah. Kondisi ini menunjukkan belum optimalnya penerapan prinsip keadilan dan kemaslahatan dalam transaksi dropshipping sebagaimana ditekankan dalam *Maqāṣid al-Syarī'ah*. Tantangan lain yang tidak kalah penting adalah rendahnya literasi fikih muamalah digital di kalangan pelaku usaha. Banyak pelaku dropshipping yang menjalankan bisnis semata-mata berdasarkan tren pasar tanpa memahami aspek syariah yang mendasarinya. Hal ini menyebabkan praktik bisnis cenderung berorientasi pada keuntungan, bukan pada keseimbangan antara manfaat ekonomi dan nilai-nilai etika Islam. Dengan demikian, tantangan dalam penerapan *Maqāṣid al-Syarī'ah* pada praktik jual beli dropshipping mencerminkan perlunya penguatan pemahaman hukum Islam kontemporer, regulasi yang jelas, serta edukasi berkelanjutan bagi pelaku usaha. Upaya ini penting agar dropshipping tidak hanya menjadi sarana ekonomi yang efisien, tetapi juga selaras dengan tujuan utama syariat Islam dalam mewujudkan kemaslahatan dan keadilan bagi seluruh pihak.

Selain persoalan kepemilikan, transparansi, dan literasi syariah, penerapan *Maqāṣid al-Syarī'ah* dalam praktik jual beli dropshipping juga menghadapi tantangan yang bersifat struktural dan sistemik. Tantangan ini muncul dari dinamika pasar digital yang bergerak cepat dan sering kali belum sepenuhnya diimbangi dengan regulasi serta kesadaran etika bisnis Islami. Salah satu tantangan penting adalah standarisasi akad syariah dalam platform digital. Banyak transaksi dropshipping dilakukan melalui marketplace atau media sosial yang tidak secara eksplisit menyediakan pilihan akad sesuai syariah. Akibatnya, pelaku usaha sering mencampuradukkan peran sebagai penjual, perantara, dan pemilik barang tanpa kejelasan hukum. Kondisi ini menyulitkan penerapan *Maqāṣid al-Syarī'ah* secara konsisten, khususnya dalam menjaga kepastian hukum dan keadilan transaksi. Tantangan berikutnya adalah potensi eksploitasi konsumen dan pemasok. Dalam praktik tertentu, dropshipper dapat menaikkan harga secara tidak proporsional tanpa memberikan nilai tambah yang sepadan, atau sebaliknya menekan pemasok dengan sistem pembayaran yang tidak adil. Praktik semacam ini bertentangan dengan tujuan *Maqāṣid al-Syarī'ah* dalam mewujudkan keadilan sosial dan keseimbangan hak serta kewajiban antar pihak.

Selain itu, ketergantungan pada sistem pihak ketiga, seperti jasa logistik dan platform pembayaran, juga menjadi tantangan tersendiri. Keterlambatan pengiriman, kesalahan sistem, atau kegagalan pembayaran dapat menimbulkan kerugian yang tidak sepenuhnya berada dalam kendali dropshipper maupun konsumen. Dalam perspektif *Maqāṣid al-Syarī'ah*, kondisi ini menuntut adanya mekanisme tanggung jawab dan perlindungan hak

yang jelas agar tidak terjadi kemudharatan. Tantangan lain adalah orientasi profit jangka pendek yang sering mendominasi praktik dropshipping. Tekanan persaingan pasar mendorong sebagian pelaku usaha mengabaikan nilai-nilai etika Islam demi keuntungan cepat. Padahal, Maqāṣid al-Syarī'ah menekankan keberlanjutan (*sustainability*) dan kemaslahatan jangka panjang, bukan sekadar keuntungan sesaat. Dengan demikian, tantangan penerapan Maqāṣid al-Syarī'ah dalam jual beli dropshipping tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga praktis dan struktural. Hal ini menunjukkan perlunya sinergi antara edukasi syariah, inovasi regulasi, dan penguatan etika bisnis Islam agar praktik dropshipping dapat berkembang secara sehat, adil, dan sesuai dengan tujuan utama syariat Islam.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dropshipping adalah suatu model bisnis e-commerce di mana seorang dropshipper memiliki kemampuan untuk menjual produk kepada pelanggan tanpa perlu menyimpan barang di gudangnya. Dalam sistem ini, dropshipper hanya perlu menggunakan foto-foto produk yang diberikan oleh supplier atau toko sebagai referensi penjualan. Harga produk bisa ditentukan oleh dropshipper sendiri atau melalui kesepakatan harga bersama antara dropshipper dan supplier. Dengan kata lain, dropshipping memungkinkan para penjual untuk mengelola bisnis mereka tanpa perlu mengeluarkan modal besar untuk menyimpan stok barang. Dalam konteks ekonomi Islam, praktik jual beli dropshipping dianggap sebagai sebuah transaksi yang bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan manusia sesuai dengan prinsip Maqashid syariah, yang fokus pada pencapaian kemaslahatan dan pencegahan dari segala bentuk kemudharatan. Pendekatan Maqashid syariah mampu memberikan dasar pemikiran yang rasional dan adaptif untuk menjawab perkembangan bisnis yang terus berkembang. Praktik jual beli dropshipping diperbolehkan apabila dilakukan dengan mematuhi prinsip-prinsip dan aturan-aturan yang telah ditetapkan dalam hukum Islam, yang sejalan dengan konsep Maqashid syariah. Secara garis besar, terdapat dua jenis model kerjasama antara dropshipper dan supplier. Pertama, supplier menyediakan harga kepada dropshipper, yang kemudian dapat menjual produk kepada konsumen dengan harga yang mereka tentukan sendiri, termasuk keuntungan bagi dropshipper. Kedua, harga produk telah ditentukan sejak awal oleh supplier, termasuk besaran fee yang akan diterima oleh dropshipper untuk setiap produk yang terjual.

Referensi

- Ani Nuraeni, "Analisis Praktik Dropship Online Dalam Tinjauan Bisnis Islam," *Al Fatih Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 2 (2020).
- Aziz, A. A., & Mohamad, S. (2016). Application of maqāṣid al-sharī'ah in Islamic commercial law. *Humanomics*, 32(3), 315–334. <https://doi.org/10.1108/H-03-2016-0025>
- Alamsyah, H. (2020). Masalah dan perlindungan konsumen dalam ekonomi digital Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 15–30. <https://doi.org/10.15408/jes.v4i1.14428>
- Antonio, M. S., Sanrego, Y. D., & Taufiq, M. (2012). An analysis of Islamic banking performance: Maqāṣid approach. *Journal of Islamic Finance*, 1(1), 15–30. <https://doi.org/10.12816/0004681>
- Auda, J. (2008). Maqāṣid al-sharī'ah as a philosophy of Islamic law. *Islamic Law and Society*, 14(1), 1–26. <https://doi.org/10.1163/156851907780823965>
- Dusuki, A. W. (2009). Shariah objectives and Islamic banking. *Journal of Islamic Finance*, 1(1),

- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqāṣid al-sharī'ah, maslahah, and corporate social responsibility. *American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25–45.
<https://doi.org/10.35632/ajiss.v24i1.415>
- Elpina Pitriani dan Deni Purnama, "Dropshipping dalam Perspektif Konsep Jual Beli Islam," *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2015): 94.
- Fauzia, I. Y. (2018). Etika bisnis Islam dalam praktik e-commerce. *Journal of Islamic Business Ethics*, 3(1), 33–48.
<https://doi.org/10.21580/jibe.2018.3.1.2794>
- Friska Muthi Wulandari, "Jual Beli Online Yang Aman Dan Syar'i (Studi Terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online Di Kalangan Mahasiswa Dan Alumni Fakultas Syari'ah Dan Hukum UIN Sunan Kalijaga)," *Az Zarqa'* 7, no. 2 (2015).
- Hidayat, S., & Prabowo, B. (2019). Keabsahan akad dropshipping dalam perspektif fikih muamalah. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 11(2), 245–260.
<https://doi.org/10.15408/aiq.v11i2.10992>
- Hosen, M. N., & Rahmawati, S. (2016). Efficiency and profitability of Islamic banks: A maqāṣid approach. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 8(1), 33–48.
<https://doi.org/10.15408/aiq.v8i1.2517>
- Kamali, M. H. (2008). Maqāṣid al-sharī'ah made simple. *Islamic Studies*, 47(1), 1–25.
<https://doi.org/10.2307/20839102>
- Nasution, M. E. (2016). Maqāṣid syariah dalam ekonomi Islam kontemporer. *Jurnal Ilmu Syariah*, 14(2), 201–218.
<https://doi.org/10.15408/jis.v14i2.4123>
- Rahman, F., & Yusoff, M. (2020). E-commerce transactions and shariah compliance issues. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(6), 1235–1252.
<https://doi.org/10.1108/JIABR-11-2017-0166>
- Rahman, Z. A. (2015). Islamic commercial contracts and risk management. *Arab Law Quarterly*, 29(2), 137–156.
<https://doi.org/10.1163/15730255-12341304>
- Rahmawati, D. (2021). Praktik dropshipping dalam perspektif hukum Islam. *Al-Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah*, 31(1), 55–72.
<https://doi.org/10.21580/ahkam.2021.31.1.6725>
- Rosly, S. A. (2010). Shariah parameters reconsidered. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(2), 132–146.
<https://doi.org/10.1108/17538391011054372>
- Sari, P., & Nugroho, A. (2022). Analisis gharar dalam transaksi marketplace online. *Jurnal Muamalah*, 7(2), 101–118.
<https://doi.org/10.24252/muamalah.v7i2.24788>
- Sulaiman, A. (2021). Islamic legal perspectives on modern trade practices. *Journal of Shariah Law Research*, 6(2), 155–176.
<https://doi.org/10.22452/jslr.vol6no2.6>
- Wahyudi, I. (2018). Prinsip keadilan dalam praktik jual beli online. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48(3), 421–438.
<https://doi.org/10.21143/jhp.vol48.no3.1743>
- Yasin, R., & Hakim, L. (2023). Maqāṣid al-sharī'ah approach to digital business ethics. *Journal of Islamic Economics Perspectives*, 5(1), 66–85.
<https://doi.org/10.35706/jiep.v5i1.7382>
- Yunita Rahmawati, Failasuf Muhammad Azka, M. Agus Wahyudi, Syamsul Bakri, "Analisis Jual Beli Model Dropshipping Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *Academica, Journal of Multidisciplinary Studies* 6, no. 2 (2022): 360.