

TINJAUAN FIKIH MUAMALAH TERHADAP PRAKTIK *DROPSHIPPING* DAN *RESELLER* PADA PLATFORM *MARKETPLACE*: ANTARA GHARAR DAN TRANSPARANSI

Bayu Sudrajat¹
belvasudrajat@gmail.com

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah mengubah paradigma transaksi perdagangan melalui platform marketplace, yang melahirkan model bisnis dropshipping dan reseller. Meskipun menawarkan efisiensi tinggi, model ini menghadapi tantangan terkait kesesuaian syariah, khususnya mengenai status kepemilikan barang (qabd) dan potensi gharar (ketidakpastian). Penelitian hukum normatif ini bertujuan memetakan masalah transparansi dan merekonstruksi akad dalam praktik tersebut melalui kacamata Fikih Muamalah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik dropshipping dapat dianggap sah melalui akad Salam, Samsarah, atau Wakalah bil Ujrah selama terdapat transparansi informasi dan keterikatan hukum dengan supplier. Sementara itu, model reseller lebih mendekati konsep jual beli klasik yang memenuhi unsur penguasaan barang secara sempurna. Transformasi konsep qabd dari fisik menjadi qabd hukmi (penguasaan secara hukum/digital) menjadi solusi utama dalam meminimalisir gharar dan tadlis di ekosistem ekonomi digital.

Kata Kunci: Dropshipping, Reseller, Fikih Muamalah, Gharar, Qabd Hukmi.

A. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah mengubah paradigma transaksi perdagangan dari konvensional menjadi digital melalui platform *marketplace*. Transformasi ini melahirkan berbagai model bisnis baru yang menawarkan efisiensi tinggi, di antaranya adalah sistem *dropshipping* dan *reseller*. Dalam ekosistem ekonomi digital, kedua model ini menjadi primadona karena hambatan masuk (*barrier to entry*) yang sangat rendah bagi pelaku usaha pemula. Namun, di balik kemudahan tersebut,

¹ IAI K.H. Sufyan Tsauri Majenang

muncul tantangan serius terkait kesesuaian syariah, terutama mengenai status kepemilikan barang dan kejelasan akad yang digunakan. Ekonomi syariah menuntut setiap transaksi memiliki landasan hukum yang kuat agar terhindar dari praktik yang dilarang (Huda & Fitria, 2022).

Secara konseptual, *dropshipping* adalah model bisnis di mana penjual tidak menyetok barang, melainkan hanya meneruskan pesanan pembeli ke *supplier* yang kemudian mengirimkan barang tersebut langsung ke konsumen. Persoalan fikih muncul ketika penjual (*dropshipper*) menjual barang yang belum dimiliki secara penuh (*qabd*) atau bahkan belum berada di bawah kekuasaannya. Menurut Nasution, dalam diskursus fikih klasik, menjual barang yang tidak dimiliki (*bai' ma la yamlik*) secara umum dilarang untuk menghindari ketidakpastian. Oleh karena itu, diperlukan tinjauan mendalam apakah praktik di *marketplace* saat ini telah memenuhi unsur *taslim* (penyerahan) yang sah atau justru terjebak dalam pusaran *gharar* (Nasution, 2021).

Di sisi lain, model *reseller* sering kali dianggap lebih aman secara syariah karena pelaku usaha biasanya membeli stok barang terlebih dahulu. Namun, dalam praktiknya di platform digital, batasan antara *reseller* dan *dropshipper* sering kali menjadi kabur akibat adanya fitur "stok otomatis" atau sistem keanggotaan berbayar. Transparansi mengenai status penjual sebagai pemilik barang atau sekadar perantara (wakil) menjadi krusial. Ketidakjelasan posisi hukum subjek hukum dalam transaksi dapat mencederai prinsip *'an taradin* (kerelaan bersama) yang merupakan rukun fundamental dalam setiap akad muamalah (A. Fauzi, 2023).

Masalah utama yang sering diperdebatkan adalah keberadaan *gharar* (ketidakpastian) dalam deskripsi produk dan ketersediaan stok fisik. Pada platform *marketplace*, seorang *dropshipper* sering kali hanya menyalin gambar dan deskripsi dari *supplier* tanpa mengetahui kondisi riil barang tersebut. Hal ini berpotensi menimbulkan kekecewaan pada pembeli jika barang yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi digital yang ditampilkan. Tinjauan fikih muamalah kontemporer harus mampu membedah apakah skema informasi di *marketplace* sudah mencapai level transparansi yang dipersyaratkan (*tabayyun*) atau masih mengandung unsur penipuan terselubung (*tadlis*) yang merugikan salah satu pihak (Saputra, 2020).

Transparansi bukan sekadar masalah teknis fitur aplikasi, melainkan kewajiban syar'i untuk menghilangkan jahalah/ketidaktahuan yang dapat memicu sengketa. Dalam banyak kasus, pembeli tidak menyadari bahwa mereka bertransaksi dengan *dropshipper*, yang mengakibatkan rantai distribusi menjadi lebih panjang dan harga menjadi lebih mahal tanpa adanya nilai tambah yang jelas. Al-Arif berpendapat bahwa ekonomi Islam sangat menekankan pada keadilan distribusi dan kejujuran informasi harga. Tanpa adanya transparansi peran, praktik ini dikhawatirkan hanya menjadi ajang mencari keuntungan di atas ketidaktahuan konsumen, yang secara moral bertentangan dengan semangat ekonomi Syariah (Al-Arif, 2021).

Selain isu kepemilikan, mekanisme akad yang digunakan dalam *dropshipping* dan *reseller* di *marketplace* perlu direkonstruksi. Apakah hubungan antara *supplier* dan penjual dapat dikategorikan sebagai akad *Samsarah* (perantara), *Wakalah bil Ujah* (perwakilan dengan imbalan), ataukah *Bai' al-Murabahah*? Ketidakjelasan akad ini berimplikasi pada status keuntungan yang diperoleh. Banyak pelaku usaha yang mencampuradukkan akad tanpa memahami konsekuensi hukumnya, sehingga sering kali terjadi *multi-akad* yang tidak sinkron dan berpotensi menjadi akad bathil menurut perspektif hukum Islam (Rahayu, 2022).

Pentingnya penelitian ini juga didasari oleh realitas bahwa regulasi di platform *marketplace* sering kali lebih mengedepankan aspek perlindungan konsumen secara umum daripada kepatuhan syariah secara spesifik. Padahal, bagi masyarakat Muslim, aspek kehalalan transaksi adalah prioritas utama. Oleh karena itu, integrasi antara sistem digital dan prinsip syariah harus dicapai melalui mekanisme yang transparan. Az-Zuhaili dalam teori muamalah modern menekankan bahwa kemaslahatan publik (masalah) dapat diakomodasi selama tidak menabrak teks qath'i, namun dalam *dropshipping*, batas antara kemudahan bisnis dan pelanggaran larangan menjual barang yang belum dimiliki masih sangat tipis (Mubarok & Hasanudin, 2020).

Perspektif para ulama kontemporer pun terbelah dalam menyikapi fenomena ini. Sebagian membolehkan dengan syarat adanya akad *Salam* (pesanan di muka), sementara yang lain tetap mengharamkan jika penjual bertindak seolah-olah pemilik barang tanpa adanya skema *wakalah* yang jelas. Perbedaan pendapat ini menciptakan

urgensi untuk melakukan studi komparatif antara praktik di lapangan dengan literatur fikih otoritatif. Dinamika pasar digital memerlukan ijtihad baru yang mampu memberikan solusi praktis bagi pengusaha Muslim tanpa mengorbankan integritas syariah di tengah gempuran ekonomi kapitalis (Hamid, 2024).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan memfokuskan pada pemetaan masalah *gharar* dan tingkat transparansi dalam praktik *dropshipping* serta *reseller* di *marketplace* Indonesia. Dengan menganalisis secara kritis melalui kacamata Fikih Muamalah, diharapkan ditemukan model ideal yang dapat menyeimbangkan antara efisiensi bisnis digital dan ketaatan pada prinsip syariah. Penulisan ini tidak hanya bertujuan sebagai pemenuhan syarat akademis, tetapi juga sebagai panduan praktis bagi para *entrepreneur* Muslim agar dapat berniaga dengan tenang dan penuh keberkahan di era digital (Siregar, 2023).

B. PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif atau penelitian pustaka (*library research*) yang bersifat deskriptif-analitis untuk membedah praktik *dropshipping* dan *reseller* melalui kacamata Fikih Muamalah. Sebagaimana dijelaskan oleh Soerjono Soekanto, penelitian normatif berfokus pada inventarisasi hukum positif, penemuan asas-asas hukum, dan sinkronisasi vertikal maupun horizontal terhadap data sekunder yang tersedia (Soekanto, 2015). Sumber data utama diperoleh dari literatur fikih klasik dan kontemporer, regulasi platform *marketplace*, serta jurnal ilmiah terkait ekonomi syariah guna memetakan masalah *gharar* (ketidakpastian) dan tingkat transparansi dalam transaksi digital. Pendekatan ini bertujuan untuk menemukan model ideal yang menyeimbangkan efisiensi bisnis dengan ketaatan pada prinsip syariah melalui analisis kritis terhadap teks dan realitas pasar (Siregar, 2023).

Teknik analisis data dalam riset ini menerapkan metode analisis isi (*content analysis*) dan pola berpikir deduktif untuk menarik kesimpulan khusus dari prinsip-prinsip umum muamalah. Lexy J. Moleong menyatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkannya ke dalam unit-unit, dan memilih mana yang penting untuk dipelajari (Moleong, 2017). Dalam

konteks ini, peneliti mengonstruksi berbagai skema akad seperti *Salam*, *Samsarah*, dan *Wakalah bil Ujrah* untuk menguji keabsahan status kepemilikan barang (*qabd*) dan kejelasan informasi produk pada platform digital. Melalui sinkronisasi antara teori *qabd hukmi* dan realitas integrasi API stok barang, penelitian ini berupaya memberikan solusi yuridis-Islam yang mampu meminimalisir unsur *tadlis* (penipuan) dan *jahalah* (ketidaktahuan) demi mewujudkan keadilan distribusi dalam ekonomi digital (Mustafa & Rahman, 2023).

Status Akad Dropshipping dalam Fikih Muamalah

Diskursus mengenai status hukum *dropshipping* bermula dari kekhawatiran para fukaha terhadap terpenuhinya syarat *in'iqad* (terbentuknya akad), khususnya terkait keberadaan objek jual beli. Dalam literatur klasik, terdapat larangan tegas mengenai *bai' al-ma'dum* atau menjual barang yang tidak dimiliki secara fisik maupun hukum oleh penjual. Fenomena ini sering dikaitkan dengan hadis Hakim bin Hizam yang melarang seseorang menjual sesuatu yang bukan miliknya (*la tabi' ma laisa 'indak*). Tantangan utama dalam *dropshipping* di platform *marketplace* adalah ketika penjual memajang produk, mereka belum melakukan serah terima (*qabd*) dari supplier, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakpastian (*gharar*) bagi pembeli jika barang ternyata kosong atau tidak sesuai spesifikasi.

Secara teoritis, para peneliti kontemporer berupaya melakukan rekonsiliasi antara teks klasik dengan realitas ekonomi digital. Salah satu pendekatan yang paling relevan adalah mengategorikan *dropshipping* ke dalam Akad Salam. Dalam skema ini, transaksi dianggap sah bukan sebagai jual beli barang yang sudah ada (*bai' al-ayan*), melainkan jual beli pesanan dengan kriteria tertentu (*maushuffi al-dzimmah*). Penjual bertanggung jawab penuh atas pengadaan barang meskipun saat akad berlangsung barang tersebut belum di tangan. Selama spesifikasi barang dalam *marketplace* jelas dan harga dibayar di muka atau sesuai sistem rekber, maka unsur *gharar* dapat diminimalisir dan akad dianggap sah secara Syariah (Asnawi, 2021).

Pendekatan kedua adalah melalui Akad Samsarah atau perantara dagang. Dalam konteks ini, *dropshipper* diposisikan sebagai makelar (*simsar*) yang mempertemukan

pembeli dengan supplier asli. Keabsahan akad ini bergantung pada adanya izin dari supplier kepada *dropshipper* untuk memasarkan produknya. Berdasarkan kajian Hamid & Syaputra, jika supplier memberikan otoritas kepada *dropshipper* untuk menjual barang dengan margin harga tertentu sebagai imbalan jasa pemasaran, maka transaksi tersebut terlepas dari larangan *bai' al-ma'dum*. Hal ini dikarenakan status *dropshipper* adalah sebagai wakil, bukan pemilik yang menjual secara mandiri tanpa koordinasi dengan sumber barang (Hamid & Syaputra, 2022).

Selain *samsarah*, skema Wakalah bi al-Ujrah sering kali dijadikan solusi hukum untuk menjustifikasi transparansi dalam *marketplace*. Dalam akad ini, *dropshipper* bertindak sebagai agen resmi yang mendapatkan kuasa (wakalah) dari supplier dengan imbalan upah (*ujrah*) atau komisi. Model ini jauh lebih aman dari sisi perlindungan konsumen karena tanggung jawab produk tetap terhubung dengan rantai pasok yang jelas. Transparansi posisi penjual sebagai agen sangat krusial di sini; kegagalan dalam memberikan informasi mengenai status kepemilikan barang dapat menjatuhkan transaksi pada praktik *tadlis* (penipuan) yang dilarang (Suhendi & Ridwan, 2023).

Selanjutnya, persoalan Qabd (Penguasaan Barang) dalam ekonomi digital mengalami pergeseran makna dari fisik (*hissi*) menjadi maknawi (*hukmi*). Dalam dunia *marketplace*, penguasaan barang oleh *dropshipper* dapat dianggap sah secara hukum jika ia telah memiliki akses kontrol terhadap stok di sistem supplier atau memiliki kontrak kerja sama yang mengikat. Kepemilikan dokumen atau kode akses digital yang menjamin ketersediaan barang sudah memenuhi syarat *qabd* dalam konteks modern. Hal ini krusial agar risiko kerusakan atau kehilangan barang tidak hanya dibebankan kepada satu pihak secara tidak adil, yang merupakan inti dari larangan *gharar* (Hidayat, 2020).

Sebagai simpulan dari analisis ini, praktik *dropshipping* tidak serta-merta dihukumi haram selama mekanisme transaksinya memenuhi pilar-pilar akad yang telah dimodifikasi. Kunci utama legitimasi syariah dalam bisnis ini terletak pada transparansi informasi dan kejelasan jenis akad yang digunakan, apakah itu pesanan (*salam*), perantara (*samsarah*), atau keagenan (*wakalah*). Penjual di *marketplace* harus memastikan bahwa deskripsi produk akurat dan mereka memiliki keterikatan hukum

dengan supplier. Dengan terpenuhinya unsur-unsur tersebut, *dropshipping* bertransformasi dari sekadar menjual barang "gaib" menjadi model bisnis yang produktif, transparan, dan sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam (Nurhasanah, 2024).

Analisis Yuridis-Islam terhadap Status Akad Reseller di Marketplace

Berbeda dengan *dropshipping*, model bisnis *reseller* memiliki karakteristik yang lebih mendekati konsep jual beli klasik karena melibatkan perpindahan fisik barang kepada pihak kedua sebelum dijual kembali kepada konsumen akhir. Secara mendasar, posisi hukum *reseller* dalam Fikih Muamalah dapat diklasifikasikan ke dalam dua skema utama: sebagai pembeli putus (*bai' al-mutlaq*) atau sebagai agen perwakilan (*wakalah*). Penentuan status ini sangat krusial karena berimplikasi langsung pada pembagian risiko (*dhaman*), penetapan harga, dan hak khiyar bagi konsumen yang bertransaksi di platform *marketplace*.

Dalam skema Pembeli Putus, *reseller* melakukan transaksi pembelian barang dari supplier secara tunai atau kredit, sehingga kepemilikan (*milkiyyah*) dan penguasaan barang (*qabd*) berpindah sepenuhnya kepada *reseller*. Dalam konteks ini, *reseller* memiliki otoritas penuh untuk menetapkan harga jual dan menanggung seluruh risiko kerusakan barang setelah serah terima. Praktik ini dianggap paling aman dari sisi syariah karena memenuhi rukun jual beli secara sempurna, di mana penjual benar-benar menguasai objek yang dijualnya, sehingga potensi *gharar* (ketidakpastian) terkait ketersediaan barang dapat dieliminasi secara total (Pratama, 2022).

Namun, dalam ekosistem digital yang dinamis, banyak *reseller* yang beroperasi di bawah skema Wakalah bi al-Ujrah atau keagenan. Dalam model ini, *reseller* tidak membeli barang terlebih dahulu, melainkan bertindak sebagai wakil resmi dari supplier untuk memasarkan produk. Status barang tetap milik supplier hingga terjadi transaksi dengan konsumen akhir. Dalam skema *wakalah*, keuntungan yang diperoleh *reseller* haruslah transparan, baik berupa komisi tetap (*ujrah*) maupun selisih harga yang telah diizinkan oleh muwakkil (supplier). Hal ini penting untuk menjaga agar tidak terjadi *jahl* (ketidaktahuan) dalam akad yang dapat merusak keabsahan transaksi (M. R. Fauzi & Hakim, 2023).

Aspek Transparansi dan Amanah menjadi titik tekan dalam membedakan *reseller* sebagai agen atau pembeli independen. Jika seorang *reseller* mengaku sebagai pemilik barang padahal ia hanyalah agen (atau sebaliknya), maka unsur *tadlis* (penipuan) dapat muncul. Kejujuran mengenai asal-usul barang dan status stok di *marketplace* sangat mempengaruhi kerelaan (*antaradin*) para pihak. Dalam hukum Islam, transparansi status hukum penjual menentukan siapa yang bertanggung jawab jika terjadi cacat produk (*aib*), apakah beban tersebut jatuh pada *reseller* sebagai pembeli putus atau kembali kepada supplier melalui perantara agen (Sari, 2021).

Selain itu, posisi *reseller* juga sering kali bersinggungan dengan akad Samsarah (makelar) jika mereka hanya berfungsi sebagai penghubung tanpa menyetok barang namun memiliki ikatan keanggotaan resmi. Banyak platform *marketplace* kini memfasilitasi sistem "reseller resmi" yang secara otomatis mengintegrasikan stok supplier dengan toko *reseller*. Secara fikih, integrasi digital ini dapat dianggap sebagai bentuk *qabd hukmi* (penguasaan secara hukum), di mana *reseller* diberikan hak akses penuh atas informasi stok yang valid, sehingga meskipun barang tidak di tangan, risiko transaksi tetap terukur dan terkelola dengan baik (Ramadhan, 2024).

Sebagai simpulan, status akad *reseller* sangat bergantung pada substansi kontrak yang disepakati di awal antara supplier dan *reseller*. Apabila kontraknya adalah jual beli putus, maka prinsip *al-ghunmu bi al-ghurmi* (keuntungan sebanding dengan risiko) berlaku sepenuhnya bagi *reseller*. Namun, jika statusnya adalah wakil, maka aspek amanah dan pelaporan menjadi kewajiban utama. Sinkronisasi antara akad di dunia nyata dengan deskripsi toko di *marketplace* adalah syarat mutlak untuk mewujudkan perdagangan yang beretika, transparan, dan terbebas dari unsur *gharar* yang diharamkan dalam Islam (Syarifuddin & Mulyana, 2022).

Analisis Problematika Transparansi, Qabd Hukmi, dan Solusi Syariah

Persoalan fundamental dalam transaksi di *marketplace* sering kali berpangkal pada asimetri informasi yang memicu terjadinya *gharar* (ketidakpastian). Salah satu isu yang paling krusial adalah ketidaksesuaian antara citra visual (gambar produk) dengan kondisi fisik asli barang yang diterima konsumen. Dalam perspektif Fikih Muamalah, gambar dan deskripsi di platform digital berfungsi sebagai pengganti pemeriksaan fisik

(*ru'yah*). Jika terdapat diskrepansi yang signifikan, maka akad tersebut mengandung unsur *tadlis* (penipuan) yang dapat membatalkan keabsahan jual beli karena mencederai prinsip kerelaan (*antaradin*).

Secara hukum Islam, ketidaksesuaian ini masuk dalam kategori *gharar fil-washfi* (ketidakpastian dalam sifat barang). Penggunaan filter foto yang berlebihan atau pengambilan gambar yang tidak merepresentasikan kualitas asli produk merupakan pelanggaran terhadap hak *khiyar al-washf* (hak pilih karena perbedaan sifat). Penjual, baik *dropshipper* maupun *reseller*, memegang tanggung jawab moral dan hukum untuk memastikan bahwa representasi digital yang mereka tawarkan memiliki tingkat akurasi tinggi guna menghindari sengketa pasca-transaksi (Arifin, 2021).

Selanjutnya, problematika penguasaan barang atau *qabd* dalam sistem digital sering kali menjadi kendala teknis bagi pelaku *dropshipping*. Tradisinya, *qabd* menuntut adanya penguasaan fisik (*hissi*), namun dalam *marketplace*, penjual sering kali tidak pernah menyentuh barang tersebut. Kendala ini menimbulkan risiko pada status kepemilikan dan tanggung jawab risiko kerusakan. Jika penjual menjual barang yang belum berada dalam penguasaannya, maka transaksi tersebut terancam jatuh pada larangan menjual barang sebelum diterimanya (*bai' ma lam yuqbad*).

Transformasi konsep *qabd* dari fisik menjadi maknawi atau *Qabd Hukmi* menjadi solusi hukum yang ditawarkan oleh para fukaha kontemporer. Dalam ekosistem *marketplace*, penguasaan hukum dianggap terjadi saat penjual memiliki akses kontrol atas informasi stok dan otoritas instruksi pengiriman kepada pihak ketiga (supplier). Integrasi data API antara supplier dan toko *reseller* secara otomatis menciptakan hubungan hukum yang memberikan hak bagi penjual untuk mentasharufkan (mentransaksikan) barang tersebut seolah-olah sudah dalam genggamannya (Fauziah & Setiawan, 2022).

Namun, efektivitas *qabd hukmi* ini sangat bergantung pada transparansi spesifikasi produk. Ketidakjelasan spesifikasi sering kali diperparah oleh rantai distribusi yang panjang dalam model *dropshipping*. *Gharar* dapat ditekan melalui penerapan standar deskripsi yang ketat yang mencakup bahan, ukuran, berat, hingga masa garansi. Semakin detail informasi yang diberikan, maka semakin kecil peluang terjadinya

perselisihan, sehingga akad *salam* atau *wakalah* yang digunakan menjadi lebih kuat secara Syariah (Rahmadani, 2023).

Solusi syariah terhadap problematika ini juga terletak pada kejelasan Akad Kerja Sama antara pihak-pihak yang terlibat. Tanpa adanya perjanjian tertulis atau kontrak digital yang sah antara penjual dan supplier, status *dropshipper* akan tetap dipandang sebagai "penjual liar" yang melanggar larangan *la tabi' ma laisa 'indak*. Platform *marketplace* mewajibkan adanya modul verifikasi kontrak antara supplier dan *dropshipper* guna memastikan bahwa hak untuk menjual telah diberikan secara legal melalui akad *wakalah* atau *samsarah* (Husain, 2024).

Lebih jauh lagi, peran teknologi *blockchain* atau sistem pelacakan stok secara *real-time* dapat menjadi instrumen mitigasi *gharar*. Penggunaan teknologi ini memberikan kepastian mengenai ketersediaan dan keaslian barang yang menjadi objek akad. Transparansi digital yang didukung oleh sistem *tracking* yang akurat merupakan bentuk perwujudan prinsip *al-bayan* (penjelasan) dalam Islam, yang berfungsi melindungi hak-hak pembeli dari potensi kerugian akibat ketidakpastian stok di pihak supplier (Zakaria & Halim, 2022).

Sebagai upaya preventif, edukasi terhadap pelaku usaha mengenai hak *khiyar* (hak membatalkan) juga menjadi solusi penting. Jika konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan gambar, sistem *marketplace* harus memfasilitasi prosedur pengembalian barang (*retur*) yang selaras dengan prinsip *khiyar aib*. Ketersediaan mekanisme komplain yang adil merupakan syarat mutlak bagi operasional bisnis yang berbasis syariah di era digital, guna menjaga keseimbangan antara profitabilitas penjual dan perlindungan konsumen (Syafi'i, 2020).

Sebagai penutup, sinergi antara regulasi platform, pemahaman fikih pelaku usaha, dan kejelasan akad menjadi pilar utama dalam menghapus problematika transparansi. Solusi syariah tidak hanya berhenti pada penamaan akad, tetapi pada substansi kejujuran dalam setiap detail transaksi. Melalui penguatan *qabd hukmi* yang transparan dan spesifikasi produk yang akurat, praktik *dropshipping* dan *reseller* dapat bertransformasi menjadi model muamalah yang penuh berkah dan bebas dari praktik riba, *gharar*, maupun *maysir* (Mustafa & Rahman, 2023).

C. Penutup

Berdasarkan analisis terhadap praktik *dropshipping* dan *reseller* pada platform *marketplace*, dapat disimpulkan bahwa legitimasi syariah dari kedua model bisnis ini sangat bergantung pada transparansi informasi dan kejelasan akad yang digunakan. Problematika utama dalam *dropshipping*, yaitu menjual barang yang belum dimiliki (*bai' ma la yamlik*), dapat diatasi dengan merekonstruksi hubungan hukum menjadi akad *Salam* (pesanan), *Samsarah* (perantara), atau *Wakalah* (keagenan). Dalam konteks ekonomi digital, penguasaan barang tidak lagi harus bersifat fisik (*hissi*), melainkan dapat berupa penguasaan secara hukum (*qabd hukmi*) melalui integrasi data stok dan otoritas instruksi pengiriman yang sah.

Keberhasilan integrasi prinsip syariah dalam *marketplace* memerlukan sinergi antara kejujuran pelaku usaha dalam mendeskripsikan produk guna menghindari *tadlis* (penipuan) serta dukungan teknologi untuk memastikan akurasi data. Model *reseller* cenderung memiliki risiko *gharar* yang lebih rendah karena melibatkan perpindahan kepemilikan yang lebih jelas, namun tetap menuntut amanah dalam pelaporan status stok. Dengan demikian, melalui penerapan standar deskripsi yang ketat dan kejelasan posisi hukum subjek transaksi, model bisnis digital ini dapat bertransformasi menjadi sarana muamalah yang adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M. N. R. (2021). *Ekonomi Syariah: Teori dan Praktik*. Rajawali Pers.
- Arifin, Z. (2021). *Gharar dalam Transaksi Modern: Teori dan Implementasi*. Bina Ilmu.
- Asnawi, A. (2021). *Fikih Kontemporer dalam Transaksi Digital*. RajaGrafindo Persada.
- Fauzi, A. (2023). Analisis Akad Wakalah bil Ujrah pada Model Bisnis Dropshipping di E-commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 45–58.
- Fauzi, M. R., & Hakim, L. (2023). Konstruksi Akad Wakalah bi al-Ujrah pada Bisnis Reseller Online di Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 89–104.
- Fauziah, N., & Setiawan, I. (2022). Reinterpretasi Qabd Hukmi pada Jual Beli Online

- di Era 4.0. *Jurnal Hukum Malahayati*, 5(1), 12–25.
- Hamid, A. (2024). *Muamalah Kontemporer di Era Transformasi Digital*. Bina Ilmu.
- Hamid, A., & Syaputra, A. F. (2022). Relevansi Akad Samsarah pada Model Bisnis Dropshipping di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 145–152.
- Hidayat, T. (2020). Reinterpretasi Qabd dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Hukum Islam Kontemporer*, 4(1), 50–65.
- Huda, N., & Fitria, S. (2022). Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli Dropship pada Marketplace. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(2), 110–125.
- Husain, M. (2024). Legalisasi Akad Dropshipping melalui Verifikasi Kontrak Digital. *Journal of Islamic Business Law*, 8(2), 110–128.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mubarak, J., & Hasanudin. (2020). *Fikih Muamalah Kontemporer*. PT RajaGrafindo Persada.
- Mustafa, K., & Rahman, A. (2023). Etika Transparansi pada Marketplace dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Ekonomi Syariah Kontemporer*, 11(3), 201–215.
- Nasution, M. S. (2021). Problematika Kepemilikan Barang dalam Transaksi Online. *Millah: Jurnal Studi Agama*, 21(1), 15–30.
- Nurhasanah, E. (2024). Etika Bisnis Digital: Tinjauan Filantropi dan Muamalah. *Jurnal Ekonomi Syariah Modern*, 10(1), 12–28.
- Pratama, A. Y. (2022). *Analisis Fikih Muamalah terhadap Skema Jual Beli Reseller dan Dropshipper*. Pustaka Pelajar.
- Rahayu, S. (2022). Studi Komparatif Akad Reseller dan Dropshipper dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Az-Zahra: Journal of Islamic Economics*, 3(1), 22–35.
- Rahmadani, S. (2023). Mitigasi Gharar pada Deskripsi Produk di E-commerce Indonesia. *Jurnal Muamalah Indonesia*, 7(2), 45–60.
- Ramadhan, I. (2024). Integrasi Stok Digital sebagai Qabd Hukmi dalam Transaksi E-commerce. *Trend in Islamic Economic Research*, 2(1), 45–58.
- Saputra, R. (2020). Aspek Gharar dalam Transaksi Digital: Studi Kasus Marketplace di Indonesia. *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*, 20(2), 201–218.
- Sari, K. P. (2021). Transparansi dan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Reseller di Marketplace. *Jurnal Ilmiah Muamalah*, 9(3), 210–225.
- Siregar, H. (2023). *Etika Bisnis Islam di Pasar Digital*. Perdana Publishing.
- Soekanto, S. (2015). *Pengantar Penelitian Hukum*. UI Press.

- Suhendi, H., & Ridwan, M. (2023). Implementasi Akad Wakalah bi al-Ujrah pada Transaksi E-commerce: Studi Komparatif Hukum Positif dan Fikih Muamalah. *Journal of Islamic Economic Law*, 6(1), 22–38.
- Syafi'i, M. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam Islam*. Gema Insani.
- Syarifuddin, A., & Mulyana, E. (2022). Etika Bisnis dan Kepastian Akad dalam Model Reseller: Perspektif Ekonomi Islam Modern. *Journal of Sharia Economics*, 5(2), 132–148.
- Zakaria, R., & Halim, N. A. (2022). Blockchain as a Tool for Sharia Compliance in E-commerce Supply Chains. *International Journal of Islamic Economics*, 4(1), 33–49.