

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Ba'i (jual beli) menurut bahasa artinya menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain, sedangkan menurut *syara'* adalah menukarkan harta dengan harta yang lain melalui cara tertentu.¹ Berdasarkan KBBI (Kamus besar Bahasa Indonesia), jual beli artinya persetujuan yang saling mengikat antara pihak yang menyerahkan barang dan pihak yang membayar harga yang dijual.² Pengertian jual beli menurut syariah adalah pertukaran harta atas dasar saling rela atau memindahkan milik menggunakan ganti yang dapat dibenarkan yakni berupa alat tukar yang sah³

Beberapa Ulama mazhab mendefinisikan pengertian jual beli menurut istilah *syara'* sebagai berikut:⁴

1) Menurut ulama Hanafiyah jual beli memiliki dua arti:

a) Arti umum

Jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta dengan cara yang khusus, harta meliputi barang atau uang.

b) Arti khusus

Jual beli adalah menukar benda dengan dua mata uang (emas dan perak) dan semacamnya, atau tukar menukar barang dengan uang atau sejenisnya menurut cara khusus.

Menurut Ulama Malikiyah juga berpendapat bahwa jual beli mempunyai dua arti. Pengertian jual beli Menurut bahasa jual beli berasal bentuk masdar dari kata *ba'a*, *yabi'u*, *ba'yan* yang berarti menjual, mengganti, dan

¹ Asy-Syekh Zainuddin bin Abdul Aziz Al Malibari, *Terjemah Fat-Hul Mu'in Juz 2*, ed. Abul Hiyadh (Surabaya: Al Hidayah, 2011), 193.

² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, IV (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008), 589.

³ Chairuman Pasribu, *Hukum Perjanjian Dalam Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 1996), 33.

⁴ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Amzah, 2010), 75.

menukar.⁵ Kaidah dalam bahasa Arab kata *al-ba'i* digunakan pula untuk pengertian lawannya, yakni *as-Shira'* yang berarti beli. Kata *al-Ba'i* berarti memiliki dua makna yakni makna jual sekaligus makna beli.⁶ Sedangkan menurut istilah, beberapa ahli fiqih memiliki beberapa pengertian, yaitu sebagai berikut⁷:

- 1) Menurut ulama Hanafi, jual beli adalah pertukaran benda atau harta berdasarkan cara yang diperbolehkan.
- 2) Menurut Ibnu Qudamah seorang ulama Maliki berpendapat dalam kitab *Al-Mugni* bahwa jual beli merupakan pertukaran antara harta dengan harta yang kemudian dijadikan hak milik atau bentuk dari pemindahan milik dan kepemilikan.
- 3) Menurut Imam Nawawi dalam kitab *Al-Majmu'*, jual beli merupakan pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.
- 4) Menurut Sayyid Sabiq, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling ridho dan saling merelakan, atau memindahkan hak kepemilikan dengan ganti yang dapat dibenarkan.
- 2) secara umum yaitu akad *mua'wadhah* (timbang balik) atas selain manfaat dan bukan pula untuk menikmati kesenangan. akad *mua'wadhah* ialah akad yang dilakukan oleh dua pihak, yakni penjual dan pembeli, yang obyeknya berupa benda bukan manfaat. Sedangkan jual beli dalam arti khusus adalah akad *mua'wadhah* atas selain manfaat dan bukan pula untuk menikmati kesenangan, bersifat mengalahkan salah satu imbalannya bukan emas dan bukan perak, obyeknya jelas dan bukan utang.
- 3) Menurut Ulama Syafiiyah jual beli didefinisikan sebagai suatu akad yang mengandung tukar menukar harta dengan harta disertai syarat untuk memperoleh kepemilikan atas benda atau manfaat untuk waktu selamanya.

⁵ Ahmad Warson Munawir, *Al-Munawir* (Surabaya: PT Pustaka Progresif, 1997), 45.

⁶ Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007, 111), 71.

- 4) Menurut Ulama Hanbaliyah, pengertian jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta atau tukar menukar manfaat yang mubah dengan manfaat yang mubah untuk waktu selamanya bukan *riba* dan bukan pula utang.⁸

Intisari dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ulama ialah sebagai berikut :

- 1) Jual beli adalah akad *mua'wadhadh* yaitu akad yang dilakukan oleh dua pihak, dimana pihak pertama menyerahkan barang dan pihak kedua menyerahkan imbalan, bisa berupa uang ataupun barang.
- 2) Ulama Syafiiyah dan Hanbaliyah berpendapat bahwa objek jual beli bukan hanya barang atau benda tetapi juga manfaat dari barang atau benda tersebut, dengan syarat tukar menukar berlaku selamanya. Akad *ijarah* dalam hal ini tidak termasuk dalam jual beli karena manfaat dalam akad *ijarah* digunakan hanya untuk sementara, yaitu selama waktu yang telah disepakati dalam perjanjian.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah tukar menukar dapat berupa apa saja, baik berupa barang dengan barang, barang dengan uang, ataupun juga berupa uang dengan uang, dengan syarat barang yang diperjualbelikan adalah barang yang bermanfaat.⁹

b. Dasar Hukum Jual Beli

Islam merupakan agama yang lengkap dan sempurna. Kesempurnaan Islam sebagai ajaran kerohanian telah terbukti dengan seperangkat aturan yang mengatur kehidupan. Islam juga telah mengatur segala tata cara untuk segala hal, mulai dari sesuatu yang boleh dilakukan dan yang tidak diperbolehkan, hal-hal sederhana mulai dari manusia bangun tidur, melakukan aktivitas sampai manusia kembali tidur. Hal ini mencakup hubungan manusia dengan pencipta maupun hubungan manusia dengan sesamanya (hukum *muamalah*). Jual beli sendiri didalam Islam diperkenalkan dalam bidang *muamalah*. *Muamalah* dalam arti luas adalah aturan hukum Allah untuk mengatur manusia dalam kaitannya dengan urusan duniawi, sedangkan dalam

⁸ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqih Muamalah*, 175.

⁹ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqih Muamalah*, 93.

arti sempit muamalah adalah aturan-aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitannya dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda.¹⁰ Jual beli juga akan menciptakan rasa tolong menolong, rasa kebersamaan dan juga rasa saling membutuhkan antara satu sama lain.

Jual beli adalah akad yang diperbolehkan berdasarkan Al-Qur'an, sunnah, dan ijma para ulama. Dilihat dari aspek hukum jual beli itu diperbolehkan, kecuali jual beli yang dilarang oleh syara'. Dasar hukum jual beli adalah Al-Qur'an dan hadits sebagaimana disebut dalam Q. S Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”¹¹

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah menghalalkan atau memperbolehkan manusia melakukan jual beli sebagai jalan mencari rezeki untuk memenuhi kehidupan dan kebutuhan sehari-hari dan Allah juga mengharamkan atau melarang riba dikarenakan riba merugikan orang lain. Jual beli juga dijelaskan dalam Q. S an-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِإِطْلَإٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِنَاءً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”¹²

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memerintahkan umat manusia untuk mencari pendapatan

¹⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 1.

¹¹ Al-Qur'an al-Baqarah ayat 275, Al- Qur'an *Dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alqur'an, 2001), 46.

¹² Al-Qur'an an-Nisa' ayat 29, Al-Qur'an *Dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alqur'an, 2001), 82.

atau penghasilan dengan cara perniagaan yang diridhoi Allah dan bukan dengan jalan kebathilan. Allah juga memerintahkan umat manusia dalam melakukan transaksi jual beli atas dasar suka sama suka, tidak ada unsur pemaksaan dan penipuan sehingga tidak akan ada pihak yang merasa dirugikan.

Dasar hukum mengenai jual beli selain bersumber dari Al-Qur'an yang selanjutnya adalah berdasarkan hadits Rasulullah SAW, yakni diriwayatkan oleh Imam Ahmad:

عَنْ مَطْرِ عَنْ غُمَرَوَيْنِ سَعِيدٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ حَدِّهِ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى ص م قَالَ: لَيْسَ عَلَى رَجُلٍ طَلَاقٌ فِيمَا لَا يَمْلِكُ، وَلَا عَتَقًا فِيمَا لَا يَمْلِكُ وَلَا بَيْعًا فِيمَا لَا يَمْلِكُ (رواه الحمد)

Artinya: “Dari Mathori dari Umar Ibnu Syu’aib dari ayahnya dari kakeknya dari Nabi SAW bersabda: tidak bisa seorang laki-laki mentalaq seorang yang bukan istrinya, dan tidak boleh seorang mengambil bagian malam yang bukan bagiannya, dan tidak sah jual beli barang yang bukan menjadi hak milik sendiri.”¹³

Penjelasan dari hadis di atas adalah larangan menjual sesuatu yang tidak ada dalam kepemilikan pribadi atau sesuatu yang belum menjadi hak kita. Para ulama’ sepakat bahwa tidak boleh menjual sesuatu yang bathil yakni sesuatu yang bukan hak miliknya, tidak pula sesuatu yang tidak dalam kekuasaannya. Hal ini dikarenakan adanya unsur penipuan dan dapat merugikan salah satu pihak.

Berdasarkan ayat Al-Qur’an dan Hadist yang disebutkan di atas maka dapat kita ketahui bahwa jual beli memiliki landasan yang kuat. Hal inilah yang menjadikan para ulama’ dan seluruh umat Islam sepakat mengenai kemubahan jual beli mengingat hal ini pada umumnya dibutuhkan oleh manusia. Praktik dalam kehidupan sehari-hari tidak semua orang memiliki apa yang menjadi kebutuhannya, terkadang kebutuhannya berada di tangan orang lain. Transaksi jual beli menjadi sarana saling tolong menolong untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dengan demikian, roda kehidupan ekonomi akan tetap berjalan

¹³ Hadits Imam Ahmad, *Musnad Ahmad*, juz 3 (Beirut: Dar Al-Kutub, n.d.),

positif karena kegiatan yang mereka lakukan akan menguntungkan kedua belah pihak.¹⁴

Hukum asal jual beli adalah mubah atau boleh, akan tetapi hukum asal ini dapat berubah menjadi wajib, sunnah, bahkan menjadi haram tergantung pada keadaan. Jual beli menjadi wajib ketika seseorang dalam keadaan terpaksa atau *dhorurot*, membutuhkan makanan dan minuman, maka wajib bagi seseorang melakukan jual beli untuk menyelamatkan nyawanya dari kehancuran dan kebinasaan dan haram tidak membeli sesuatu yang dapat menyelamatkan keselamatan jiwa. Jual beli menjadi sunnah ketika seseorang telah bersumpah akan menjual barang yang tidak membahayakan jika dijual, dan jual beli menjadi haram apabila menjadi barang yang diharamkan.

Berdasarkan beberapa landasan berbagai dasar hukum di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah sesuatu yang disyariatkan dalam Islam. Oleh karena itu, maka dalam prakteknya harus memperhatikan persyaratan yang ada dalam jual beli serta tidak melanggar ketentuan dan syariat Islam.

c. Rukun dan Syarat Jual Beli

Suatu perbuatan dikatakan sah menurut hukum apabila telah memenuhi dua unsur, rukun dan syarat. Oleh sebab itu *muamalah* (jual beli) merupakan suatu akad yang dianggap sah apabila memenuhi rukun dan syarat jual beli.

- 1) Rukun Jual beli rukun jual beli ada 3 yaitu:
 - a) Akad
 - b) Orang yang berakad
 - c) *Sighat* ijab dan kabul¹⁵

Dalam menentukan rukun jual beli terdapat perbedaan pendapat antara para ulama. Menurut ulama Hanafiyah rukun jual beli hanya ada satu, yaitu ijab kabul. Mereka berpendapat bahwa yang menjadi rukun jual beli itu hanyalah kerelaan (*ridha*) antara dua belah pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli, kan tetapi, karena unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang sulit untuk di deteksi melalui indera sehingga tidak

¹⁴ Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah*, ed. A. Marzuki Kamaluddin, XII (Jakarta: Cakrawala Publishing, 2009), 45.

¹⁵ Asy-Syekh Zainuddin bin Abdul Aziz Al Malibari, *Terjemah Fat-Hul Mu'in*, ed. Abul Hiyadh (Surabaya: Al Hidayah, 2011), 193-195.

kelihatan, maka diperlukan indikasi yang menunjukkan kerelaan itu dari kedua belah pihak. Indikasi yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual, menurut mereka boleh tergambar dalam *ijab* dan *qabul*, atau melalui cara saling memberikan barang dan harga barang. Menurut ulama Hanafiyah orang yang berakad dan barang yang diperjualbelikan termasuk dalam syarat jual beli bukan rukun jual beli.¹⁶ Hal ini berbeda dengan pendapat jumur ulama dan ahli fiqih yang berpendapat bahwa jual beli memiliki empat rukun yaitu orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (Penjual dan Pembeli), ada *Shighat* (lafal *ijab* dan *qabul*), ada barang yang di beli, dan ada nilai tukar pengganti barang. Pendapat mereka ini berlaku pada semua transaksi.¹⁷

2) Syarat Jual Beli

Menurut *Jumhur* Ulama syarat jual beli sebagai berikut:

a) Syarat *Aqid* (orang yang berakad)¹⁸

(1) *Baligh* dan berakal

Aqid harus *baligh* dan berakal agar tidak mudah ditipu, menyadari dan mampu memelihara agama dan hartanya. Hal ini berarti akad anak kecil, orang gila, dan orang bodoh tidak sah jual belinya.

(2) Tidak ada paksaan atau atas kehendak sendiri.

(3) Beragama Islam. Syarat ini khusus untuk pembeli saja dalam benda-benda tertentu, misalnya seseorang yang beragama Islam dilarang menjual barang kepada pembeli yang tidak beragama Islam, sebab besar kemungkinan pembeli tersebut akan merendahkan *abid* yang beragama.¹⁹

¹⁶ Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Percetakan Radar Jaya Pratama, 2000), 115.

¹⁷ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu* (Jakarta: Gema Insani, 2011), 29.

¹⁸ Asy-Syekh Zainuddin bin Abdul Aziz Al Malibari, *Terjemah Fat-Hul Mu'in Juz 2*, ed. Abul Hiyadh (Surabaya: Al Hidayah, 2011), 198.

¹⁹ Ibnu Mas'ud, *Fiqih Madzhab Syafi'i* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2007, 28).

- b) Syarat Ijab *Qabul* (*Shighat*)²⁰
- (1) *Qabul* harus sesuai dengan ijab
 - (2) Kedua-duanya mempunyai makna yang bersesuaian, tidak harus dalam lafadnya.
 - (3) Ijab dan *qabul* dilakukan dalam satu majelis atau berhadap-hadapan.
 - (4) Keadaan keduanya tidak disangkut pautkan dengan urusan yang lain.
 - (5) Waktunya tidak dibatasi, karena jual beli berwaktu seperti sebulan atau setahun tidak sah.
 - (6) Tidak dipisah dengan diam dalam waktu yang lama, lain halnya jika hanya sejenak saja. Tidak ditengah-tengah dengan kata-kata yang lain dari akad, sekalipun hanya sedikit, misalnya kata-kata yang tidak ada kaitannya dengan bentuk transaksi, lagi pula bukan untuk kemaslahatannya.
- c) Syarat barang yang diperjualbelikan²¹
- (1) Suci, sehingga tidak sah menjual barang yang najis, yang tidak dapat disucikan dengan cara dicuci.
 - (2) Bermanfaat. Barang tersebut dapat diambil manfaatnya menurut ketentuan syara'.
 - (3) Milik penjual dan uang (perkara yang digunakan harga) adalah milik pembeli.
 - (4) Barang itu ada, atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu.

d. Macam Jual Beli

Berdasarkan hukum dan sifat jual beli, para ulama mengelompokkan jual beli menjadi dua macam, yaitu jual beli *sahih* dan jual beli tidak sah. Jual beli *sahih* ialah jual beli yang di mana rukun dan syarat dalam jual beli telah terpenuhi dan sesuai ketentuan syara', sedangkan jual beli tidak sah adalah jual beli yang di mana rukun dan syarat jual beli tidak terpenuhi sehingga jual beli menjadi rusak atau

²⁰ Asy-Syekh Zainuddin bin Abdul Aziz Al Malibari, *Terjemah Fat-Hul Mu'in*, ed. Abul Hiyadh (Surabaya: Al Hidayah, 2011), 196-197.

²¹ Asy-Syekh Zainuddin bin Abdul Aziz Al Malibari, *Terjemah Fat-Hul Mu'in*, ed. Abul Hiyadh, 199-203.

dengan kata lain jual beli menjadi batal. Para ulama Hanafiyah berpendapat bahwa dalam masalah muamalah terkadang ada suatu kemaslahatan yang tidak ada ketentuannya dari syara' sehingga tidak sesuai atau ada kekurangan dengan ketentuan syariat. Akad seperti itu adalah rusak, tetapi tidak batal. Dengan kata lain, ada akad yang batal saja dan ada pula yang rusak saja. Berikut penjelasan lebih dalam menyangkut jual beli sah, *fasid*, dan batal sebagai berikut:

- 1) Jual beli *sahih* adalah jual beli yang telah memenuhi ketentuan syariat hukumnya, sesuatu yang diperjual belikan menjadi hak milik yang melakukan akad.
- 2) Jual beli batal adalah jual beli yang tidak memenuhi salah satu di antara rukun dan syarat sahnya jual beli atau yang tidak sesuai dengan syariat, yakni orang yang akad bukan ahlinya, seperti jual beli yang dilakukan oleh orang gila atau anak kecil.
- 3) Jual beli rusak adalah jual beli yang sesuai dengan ketentuan syariat pada asalnya, tetapi tidak sesuai dengan syariat pada sifatnya, seperti jual beli yang dilakukan oleh orang yang *mumayyiz*, tetapi bodoh sehingga menimbulkan pertentangan.²²

Adapun jual beli dilihat dari berbagai tinjauan dapat dikelompokkan menjadi berikut:²³

- 1) Jual beli ditinjau dari segi objek akadnya
 - a) Tukar-menukar uang dengan barang, disebut juga dengan *muqayadhah* (barter). Misalnya, tukar-menukar buku dengan jam.
 - b) Tukar-menukar uang dengan uang, disebut juga dengan *sharf*. Misalnya, tukar-menukar rupiah dengan real.
 - c) Tukar-menukar uang dengan barang. Ini bentuk jual beli berdasarkan konotasinya. Misalnya, tukar-menukar mobil dengan uang.
- 2) Jual beli ditinjau dari segi waktu serah terima
 - a) Barang dan uang serah terima secara tunai. Bentuk ini merupakan bentuk asal dari jual beli.

²² Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), 92.

²³ Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015),

- b) Barang diterima di muka dan uang menyusul, disebut dengan *ba'i ajal* (jual beli tidak tunai). Misalnya, jual beli kredit.
 - c) Uang dibayar di muka dan barang menyusul pada waktu yang disepakati, ini dinamakan dengan jual beli salam.
 - d) Barang dan uang tidak tunai, disebut dengan *ba'i dain bi dain* (jual beli utang dengan utang).
- 3) Jual beli ditinjau dari segi cara menetapkan harga
- a) Jual beli dengan cara tawar menawar yakni jual beli yang dimana dari pihak penjual tidak menyebutkan harga pokok barang tetapi menetapkan harga tertentu dan memberi peluang kepada pembeli untuk menawar. Jual beli ini disebut *ba'i musawamah*.
 - b) Jual beli dengan cara pihak penjual menyebutkan harga pokok barang kemudian menyebutkan harga jual barang tersebut. Jual beli ini disebut *ba'i amanah*. *Ba'i amanah* terbagi lagi menjadi tiga bagian:
 - (1) *Ba'i murabahah*, yaitu penjual menyebutkan harga pokok barang sekaligus laba barang.
 - (2) *Ba'i al-wadhi'iyah*, yaitu penjual menyebutkan harga pokok barang dan atau menjual barang di bawah harga pokok.
 - (3) *Ba'i Tauliyah*, yaitu penjual menyebutkan harga pokok dan sekaligus menjualnya dengan harga tersebut.
- 4) Jual Beli yang Dilarang dalam Islam
- Jual beli yang dilarang dan batal hukumnya adalah sebagai berikut:
- a) Barang yang dihukumkan najis oleh syariat agama, seperti anjing, babi, berhalal, bangkai, dan khamar.
 - b) Jual beli sperma (mani) hewan, seperti mengawinkan seekor domba jantan dengan betina agar memperoleh keturunan.
 - c) Jual beli anak binatang yang masih berada dalam perut induknya.
 - d) Jual beli dengan *muhaqqalah*. *Muhaqqalah* disini berarti menjual tanam-tanaman yang masih di ladang atau di sawah.

- e) Jual beli *mukhadharah*, yaitu menjual buah-buahan yang masih berada pada pohonnya. Seperti menjual mangga yang masih hijau.²⁴
- f) Jual beli *muammassah*, yaitu jual beli secara sentuh menyentuh.
- g) Jual beli *munabadzah*, yaitu jual beli secara lempar melempar.
- h) Jual beli *muzabanah*, yaitu menjual buah yang basah dengan buah yang kering.
- i) Jual beli dengan cara menentukan dua harga untuk satu barang.
- j) Jual beli dengan syarat (*iwadh majhul*).
- k) Jual beli *gharar*, yaitu jual beli yang samar sehingga ada kemungkinan terjadi penipuan.
- l) Jual beli dengan mengecualikan sebagai benda yang dijual.
- m) Larangan menjual makanan hingga dua kali takar.
- n) Jual beli riba.
- o) Jual beli dengan uang dari barang yang diharamkan.²⁵

2. Teori Jual Beli *Online*, Sistem *Dropshipping*, dan Teori Analisis SWOT *Dropshipping*

a. Jual Beli *Online*

Proses jual beli saat ini telah mengalami perkembangan mulai dari dipergunakan sistem barter hingga dikenalnya mata uang. Tempat jual belipun kini menjadi semakin luas, yang dulunya pembeli dan penjual harus bertatap muka maka kini tidak lagi. Hal ini dikarenakan dengan adanya kemajuan teknologi informasi yang memudahkan transaksi antara penjual dan pembeli yang berada di lokasi yang jauh dapat dilakukan secara *online*.

Bisnis *online* tidak bisa terlepas dari transaksi seperti jual beli via internet. Transaksi ini lebih dikenal dengan istilah *e-commerce*, yaitu aktivitas penjualan,

²⁴ Al-Hafidz ibnu Hajar Al Asqolani, *Kitab Bulughul Marom: Kitabul Buyu' Babu Syaratih Wama Nahiya Anhu* (Surabaya: Darul Ilmi, n.d.), 158-174.

²⁵ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, 93-96.

pembelian, pemasaran, dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan komputer.²⁶

David Baum berpendapat bahwa *e-commerce* merupakan satu set teknologi dinamis, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan secara elektronik.²⁷ Menurut Amir Hatman, *e-commerce* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang berfokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang dan jasa²⁸, sedangkan pendapat lain mengatakan *e-commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, servis *provider*, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan internet.

Terdapat beberapa definisi mengenai *e-commerce* tetapi pada umumnya *e-commerce* merujuk pada semua bentuk transaksi komersial yang menyangkut individu atau organisasi yang didasarkan pada pemrosesan data yang digitalisasikan.

Transaksi *e-commerce* memiliki beberapa karakteristik yang khusus dibandingkan dengan transaksi perdagangan biasa, yaitu di antaranya:²⁹

1) Transaksi tanpa batas

Pada saat ini dengan adanya kemajuan internet pengusaha kecil dan menengahpun juga bisa memasarkan produknya secara internasional cukup dengan membuat situs web atau dengan memasang iklan di internet tanpa adanya batas waktu dan tentu saja pelanggan dari berbagai penjuru dunia dapat mengakses situs tersebut dan melakukan transaksi secara *online*.

²⁶ Wisnu Sanjaya dan Ridwan sanjaya, *Membangun Kerajaan Bisnis Online(Tuntunan Praktis Menjadi Pembisnis Online)* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2009), 36.

²⁷ Onno W.Purbo, *Mengenal E-Commerce* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000), 13.

²⁸ Adi Nugroho, *E-Commerce Memahami Perdagangan Di Dunia Maya*, 1st ed. (Bandung: Informatika, 2006), 9.

²⁹ Hafidz Abdurrahman, *Bisnis Dan Muamalah Kontemporer* (Bogor: Al-Azhar Freshzone Publishing, 2014), 92-93.

2) Transaksi Anonim

Penjual dan pembeli dalam transaksi melalui internet tidak harus bertatap muka secara langsung satu sama lain. Penjual tidak memerlukan nama pembeli sepanjang mengenai pembayarannya telah diotorisasi oleh penyedia sistem pembayaran yang ditentukan.

3) Produk Digital dan Non Digital

Dalam perkembangannya objek yang ditawarkan melalui internet juga meliputi barang-barang kebutuhan hidup. Produk-produk digital seperti *software* komputer, musik, dan produk lain yang bersifat digital dapat dipasarkan melalui internet dengan cara *downloadnya*.

4) Produk atau Barang Tidak Berwujud

Banyak perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* dengan menawarkan barang yang tak berwujud seperti data, *software* dan ide-ide yang dijual melalui internet.

Objek dalam jual beli *online* yaitu barang atau jasa yang dibeli konsumen akan tetapi barang atau jasa tidak dapat dilihat langsung oleh konsumen selaku subjek jual beli *online*. Hal ini berbeda dengan jual beli konvensional yang di mana penjual dan pembeli dapat bertemu dan melihat secara langsung objek jual beli, sehingga pembeli mendapatkan kepastian terkait kualitas barang yang ingin dibelinya, sehingga tindak penipuan sangat minim terjadi. Hal pertama yang dilakukan pembeli dalam mekanisme jual beli *online* yaitu dengan mengakses masuk ke alamat situs web salah satu toko *online* yang menawarkan penjualan barang, setelah itu pembeli tinggal melihat dan memilih barang yang ingin dibeli. Apabila telah cocok antara barang dan harganya, transaksi dapat dilakukan dengan menyetujui perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.³⁰ Saat ini para pedagangpun telah banyak memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk berjualan secara *online* seperti instagram, facebook, whatsapp dan lainnya. Selain melalui media sosial, banyak juga perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang menerapkan strategi *consumer to consumer*, yaitu suatu aktivitas jual beli produk atau jasa

³⁰ Misbahuddin, *E-Commerce Dan Hukum Islam*, 1st ed. (Makassar: Alauddin University Press, 2012), 2.

yang menyediakan *marketplace* dan *mall online* bagi para pembeli untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Penjual atau pengguna dapat menampilkan produknya di situs C2C agar pembeli atau pengguna lainnya dapat melihat dan tertarik untuk melakukan transaksi. Contoh bisnis C2C di Indonesia adalah Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan lain-lainnya. Beberapa faktor yang memicu berkembangnya *e-commerce* ialah beragamnya tawaran produk dan jasa layanan *online* yang inovatif, menarik, mudah, dan tepat guna. Pemerintah pun telah mengeluarkan peta jalan yang menjadi panduan dan arah tujuan industri perdagangan digital. Terdapat 7 insentif yang diberikan untuk mendukung perkembangan *e-commerce*, yakni menyangkut logistik, pendanaan, perlindungan konsumen, infrastruktur komunikasi, pajak, pendidikan dan SDM, serta keamanan. Jumlah populasi yang mencapai 250 juta penduduk membuat potensi perkembangan perdagangan elektronik Indonesia sangat besar. Hal itu didukung dengan penetrasi pengguna internet yang terus tumbuh, harga sambungan internet yang semakin terjangkau, serta antusiasme masyarakat dalam menggunakan internet untuk mendukung kehidupan sehari-hari. Peluang inovasi yang terbuka besar dan pergeseran gaya hidup masyarakat menjadi salah satu kekuatan bisnis *e-commerce*.

b. Sistem *Dropshipping*

Sistem secara etimologis berasal dari bahasa Latin (*systema*) dan bahasa Yunani (*sustēma*) yang sering dipakai untuk memudahkan dalam menggambarkan interaksi di dalam suatu entitas. Sedangkan secara terminologis sistem adalah suatu kesatuan, baik obyek nyata atau abstrak yang terdiri dari berbagai komponen atau unsur yang saling berkaitan, saling tergantung, saling mendukung, dan secara keseluruhan bersatu dalam satu kesatuan untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien. Ada pula yang mengatakan pengertian sistem adalah suatu panduan yang terdiri dari berbagai unsur yang dihubungkan menjadi satu kesatuan sehingga memudahkan aliran informasi dan materi untuk mewujudkan suatu tujuan tersebut.

Secara istilah *dropshipping* adalah metode jual beli secara *online*, *dropshipper* adalah istilah bagi toko *online*, dan *supplier* adalah perusahaan yang menawarkan barang dagangan untuk dijual yang akan mengirim barang langsung

kepada konsumen setelah toko *online* membayar harga barang dan biaya pengiriman.³¹ *Dropshipping* adalah suatu bentuk usaha penjualan produk tanpa harus memiliki produk tersebut. *Dropshipping* juga diartikan sebagai suatu sistem transaksi jual beli yang dimana pihak *dropshipper* menentukan harga produk sendiri, namun setelah mendapatkan pesanan produk, *dropshipper* langsung membeli produk dari *supplier* atau penyedia produk. *Dropshipping* juga merupakan suatu sistem penjualan produk yang memungkinkan *dropshipper* menjual produk ke pembeli dengan menggunakan foto atau gambar dari *supplier* tanpa harus menyetok produk dan memasarkannya dengan harga yang ditentukan *dropshipper* atau kesepakatan harga bersama.

Dropshipping adalah suatu sistem jual beli dimana penjual menjual produk yang tidak dimiliki dan tidak memiliki persediaanya (stok barang). Penjual hanya bermodalkan sampel (contoh) dari barang milik *supplier*, biasanya berupa foto, yang kemudian dipasarkan kepada konsumen, jika terjual maka penjual membeli barang dari *supplier* dengan meminta tolong kepada *supplier* untuk mengirimkan barangnya dengan atas nama penjual. Mekanisme ini cocok bagi kalangan yang baru memulai usaha tapi terbatas dalam hal pengalaman dan minim modal, karena tidak perlu menggunakan modal besar dan resiko dalam sistem *dropshipping* ini relative sangat kecil.

Salah satu alternatif dalam *internet marketing* yang belakangan ini sedang *booming* adalah jual beli *online* dengan menggunakan sistem *dropshipping*. *Dropshipping* kini menjadi model bisnis yang diminati pebisnis *online* baru dengan modal kecil bahkan tanpa ada modal. *Dropshipping* mengusung strategi bisnis yang menempatkan pelakunya pada rantai alur produk dari penyuplai atau produsen ke konsumen, di mana akan terjadi banyak transaksi, sehingga tergantung dari inisiatif pelakunya dalam membaca dan memanfaatkan peluang dan kesempatan yang ada. *Dropshipping* berdasarkan strateginya dibagi menjadi dua, yaitu *dropshipping* murni (umum) dan *dropshipping* campuran. Strategi *dropshipping* murni adalah suatu strategi

³¹ Feri Sulianta, *Terobosan Berjualan Online Ala Dropshipping* (Depok: Andi Publisher, 2014), 3-4.

yang dilakukan oleh *dropshipper* dengan menjual satu produk dan rekanan *dropshipper* yang terbatas. Sedangkan *dropshipping* campuran adalah strategi yang diterapkan oleh *dropshipper* dengan menjual berbagai macam produk dan rekanan *dropshipper* yang memadai. Dengan demikian toko *online* atau *dropshipper* yang menjual berbagai jenis produk, dan toko *online* tersebut secara otomatis dituntut memiliki banyak rekanan *supplier* dari produk yang akan dijual.³²

Pada sistem *dropshipping* ini proses pemasarannya secara *online* maupun *offline*, akan tetapi pemasaran secara *online* dinilai lebih efektif bagi sebagian besar orang. Sistem jual beli *dropshipping* ini menjadi faktor yang mendorong para peminat bisnis untuk melakukannya sebagai pekerjaan sampingan karena dalam memulai bisnis dengan sistem *dropshipping* ini tidak memerlukan modal awal atau modal kecil untuk melakukan pembelian barang.

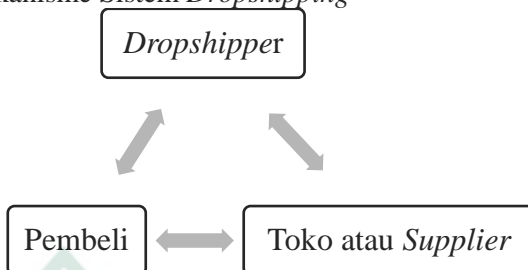
c. Mekanisme Jual Beli dengan Sistem *Dropshipping*

Sistem *dropshipping* mungkin terdengar asing dan janggal bagi mereka yang jarang beraktivitas dan belum mengenal internet. *Dropshipping* dinilai sebagai bentuk sistem jual beli yang paling mudah dalam dunia *online*. Hal ini dikarenakan sistem ini bisa dilakukan tanpa modal maka banyak diminati dan digandrungi oleh para pembisnis *online*. Bisnis *online* ini terbilang minim modal dan risiko yang ditimbulkan, terutama bagi seorang *dropshipper* karena pengirim barang adalah seorang *supplier* atau perusahaan rekanan, yang menarik lagi pengiriman barang atas nama toko *online* (*dropshipper*). Jadi metode ini sangat tepat bagi mereka yang ingin berbisnis tanpa modal.

Adapun alur transaksi sistem *dropshipping* sebagai berikut:

³² Feri Sulianta, *Terobosan Berjualan Online Ala Dropshipping*, 106.

Gambar 2.1
Mekanisme Sistem *Dropshipping*



1. Pembeli atau konsumen membeli produk dari toko *online(dropshipper)* dengan melihat dan menentukan produk pada gambar atau foto yang bervariasi di media toko *online* tersebut, namun seorang *dropshipper* tidak perlu menyetok barang atau produk sebab telah menjalin kerjasama dengan suatu perusahaan rekanan baik penyedia atau pemilik barang yang sesungguhnya.
2. Lalu *dropshipper* membeli barang atau produk yang diinginkan atau dipesan oleh pembeli atau konsumen tersebut ke perusahaan rekanan *supplier* baik penyedia atau pemilik barang atau produk yang sesungguhnya dengan membayar melalui transfer via rekening bank atau secara langsung sesuai harga jual dari *supplier* dan biaya pengiriman barang kepada pembeli atau konsumen dengan menyertakan identitas pemesan kemudian menjualnya menggunakan selisih harga sebagai sebuah keuntungan dari harga jual barang tersebut yang ditentukan sendiri oleh toko *online*.
3. Proses selanjutnya perusahaan relasi *supplier* baik menjadi penyedia dan atau pemilik barang yang sesungguhnya akan mengirimkan barang yang dipesan oleh pembeli atau konsumen yang membeli dari *dropshipper*, namun beratas namakan toko *online(supplier)*.³³

Berikut adalah proses *dropshipping* menurut Bera`nda Agency:

1. Membuat *listing* produk yang akan dijual di website, bisa melalui facebook, twitter,

³³ Derry Iswidharmanjaya, *Dropshiping Cara Mudah Bisnis Online* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012), 9-15.

whatsapp atau fitur digital yang lain seperti blackberry.

2. Saat produk terjual, maka penjual menyerahkan data pembelian konsumen ke (*supplier*).
3. Melakukan transaksi pembayaran, pertama menyelesaikan pembayaran dengan *supplier* (dengan modal penjual sendiri), kemudian penjual menyelesaikan pembayaran dengan konsumen. Jika penjual tidak memiliki modal, maka penjual menyelesaikan transaksi terdahulu dengan konsumen, kemudian pihak penjual menyelesaikan transaksi dengan *supplier* (penyedia barang) sekaligus meminta pihak *supplier* untuk mengirim barang pada konsumen, selisih harga barang pada transaksi tersebut adalah keuntungan bagi penjual.
4. Jika transaksi sudah dapat dipastikan pembayarannya, maka penjual meminta kepada pihak *supplier* untuk mengirimkan barangnya langsung pada konsumen, dengan atas nama penjual atau nama *supplier* itu sendiri, akan tetapi lebih sering nama yang digunakan adalah nama penjual. Perusahaan tersebut kemudian mengirimkan produk yang dipesan langsung ke konsumen dengan menggunakan jasa ekspedisi, biaya yang timbul dari biaya ekspedisi ditanggung oleh konsumen.³⁴

Selain mengetahui proses jual beli dalam sistem *dropshipping*, ada beberapa langkah atau hal yang harus diperhatikan sebelum memulai bisnis *dropshipping* yaitu:

- a) Penjelasan yang detail tentang kondisi barang atau produk yang disediakan *supplier* terutama mengenai jenis dan kualitas barang atau produknya sebelum mempromosikan ke para pelanggan.
- b) Membuat kesepakatan dengan *supplier* mengenai harga grosir yang diberikan kepada *dropshipper* dan harga kepada konsumen.
- c) Membuat kesepakatan dengan *supplier* mengenai pengiriman barang atau produk.

³⁴ Agency Beranda, *Dropshipping: Cara Mudah Bisnis Online* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013).

d) Menjalani komunikasi seintensif mungkin dengan *supplier* dan pelanggan dengan menggunakan cara yang memungkinkan.

d. Perbedaan Sistem Jual Beli *Dropshipping* dan *Reseller*

Sistem pemasaran *online* saat ini menjadi pilihan terbaik bagi para pembisnis *online*. Dunia perdagangan *online* di dalamnya ada dua metode bisnis yang cukup familiar dan sering dilakukan pembisnis, yaitu *dropshipping* dan *reseller*.³⁵ Metode *reseller* merupakan metode yang lebih dulu digunakan para pembisnis *online*, namun seiring berjalannya waktu sistem *reseller* ini mulai ditinggalkan pembisnis *online* karena memiliki alur perdagangan yang sama dengan perdagangan konvensional dan dapat berisiko cukup tinggi. Sistem *reseller* mulai meredup dan mulai tergantikan dengan sistem *dropshipping*. Sistem *dropshipping* merupakan sistem yang memudahkan dalam berbisnis *online*, bahkan terjadinya risiko dapat dihindari. Faktanya masih banyak orang yang beranggapan bahwa *dropshipping* sama dengan *reseller*.

Secara pengertian *dropshipping* dan *reseller* tidak begitu berbeda. *Dropshipping* artinya sistem penjualan produk yang memungkinkan seseorang *dropshipper* menjual produk ke pelanggan atau pembeli hanya dengan bermodalkan foto berasal *supplier*, baik itu hanya sebagai penyetok atau pemilik produk yang sesungguhnya, lalu *dropshipper* menjual produk ke konsumen menggunakan memilih keuntungan sendiri. *Dropshipping* melibatkan pihak mirip toko *online* atau *dropshipper*, perusahaan rekanan atau *supplier*, serta konsumen. Model kerjasama *dropshipping* mempunyai ketentuan bahwa *dropshipper* sebagai penjual yang bertatap muka pada konsumen. Sedangkan *dropshipper* menjadi pemasok barang produksi dan sebagai pengirim barang menggunakan label toko *online* atau *dropshipper*. Sedangkan *reseller* adalah sistem penjualan *online* dengan ketentuan menjual balik produk dari *supplier* menggunakan menyetok produk dan buat menjadi seseorang *reseller* diharuskan untuk membeli produk *supplier* terlebih dahulu. Sistem *reseller* melibatkan konsumen, *supplier*, dan *reseller* atau toko *online* itu sendiri. Konsumen di sini berfungsi sebagai pembeli barang

³⁵ Derry Iswidharmanjaya, *Dropshipping Cara Mudah Bisnis Online*, 2.

dari *reseller*, *supplier* sebagai penyuplai barang ke *reseller*, serta *reseller* sendiri menjadi penjual barang yang bertransaksi langsung menggunakan konsumen. Perbedaan antara *dropshipping* dan *reseller* secara lebih rinci yakni sebagai berikut:³⁶

- 1) *Dropshipping*
 - a) Sistem penjualan yang tidak membutuhkan modal besar .
 - b) Sistem *dropshipping* tidak membutuhkan gudang sehingga tidak perlu menyetok barang.
 - c) *Dropshipping* tidak mengenal batas ruang dan waktu.
 - d) Porto pengiriman, pengemasan, dan pengiriman tidak diperlukan dalam *dropship*.
 - e) Risiko yang disebabkan kemungkinan sangat kecil.
 - f) Promosi secara langsung dinilai kurang efektif, hal ini dikarenakan *dropshipper* tidak memiliki produk fisiknya.
 - g) Terkadang seorang *dropshipper* tidak mengetahui tentang kualitas produk, karena tidak memiliki produknya.
 - h) Sistem *dropshipping* hanya menjual barang atau produk ketika ada permintaan konsumen.
 - i) *Supplier* menjadi pengemas dan pengirim barang atas nama *dropship* atau toko *online*.
- 2) *Reseller*
 - a) Sistem *reseller* membutuhkan modal yang cukup besar .
 - b) Sistem penjualan *reseller* menyetok barang dan membutuhkan gudang.
 - c) *Reseller* mengeluarkan porto pengiriman barang jika konsumen membeli ke *supplier*.
 - d) Risiko kerusakan serta penurunan nilai barang bisa terjadi.
 - e) promosi secara langsung bisa dilakukan menggunakan menawarkan barang atau produk.
 - f) Melakukan pengemasan barang yang akan dikirim ke konsumen.

³⁶ Ahmad Syafi'i, *Step by Step Bisnis Dropshipping Dan Reseller* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013), 7-9.

- g) Barang hingga ke *reseller* sehingga *reseller* mengetahui kualitas barang atau produk.
- h) *Reseller* mampu mengelola stok serta melakukan audit terhadap ketersediaan barang yang dijualnya.
- i) Membutuhkan ketika cukup usang Jika tidak terdapat stok barang karena harus pesan terlebih dahulu ke *supplier* kemudian melakukan pengiriman ke konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat perbedaan inti dari kedua sistem penjualan ini yakni dari sisi mekanismenya, akibatnya muncul perbedaan terkait biaya.

e. Teori Analisis *SWOT Dropshipping*

Analisis *SWOT* adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis

SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi. Dengan analisa *SWOT* akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan.

Analisis *SWOT* adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) suatu organisasi dan kesempatan (*opportunities*) serta ancaman (*threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi.

Strengths (kekuatan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan. *Weaknesses* (kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang

dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi *Opportunities* (peluang atau kesempatan) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif. *Threats* (ancaman) adalah faktor faktor lingkungan luar yang negatif.

Matrik SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).

1. Kekuatan (*Strength*) adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetensi atau kapabilitas atau sumberdaya yang dimiliki organisasi, yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani dan ancaman.
2. Kelemahan (*Weakness*) adalah situasi internal organisasi dimana kompetensi atau kapabilitas atau sumberdaya organisasi sulit digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman.
3. Peluang (*Opportunity*) adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menguntungkan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa diuntungkan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Misal, ada segmen pasar tertentu yang belum dimasuki pemain lain, secara umum akan menjadi peluang bagi organisasi manapun yang berhasil melihat pasar tersebut.
4. Ancaman (*Threat*) adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa dirugikan atau dipersulit atau terancam bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Contoh: dua tahun yang akan datang akan masuk “pemain baru” dari luar negeri yang memiliki teknologi dan modal kuat. Secara umum kondisi

tersebut akan menjadi ancaman bagi semua organisasi yang saat ini berada dalam industri yang sama.

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisis adalah arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, dengan mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis SWOT akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat. Berdasarkan ukuran di atas, ada hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan analisis SWOT, yaitu :

- a. Analisis SWOT bisa sangat subjektif, oleh karena itu dua orang menganalisis sebuah perusahaan yang sama, tetapi menghasilkan SWOT yang berbeda.
- b. Pembuat analisis harus realistis dalam menjabarkan kekuatan dan kelemahan internal. Kelemahan yang disembunyikan atau kekuatan yang tidak terjabarkan akan membuat arahan strategi menjadi tidak bisa digunakan.
- c. Analisis harus didasarkan atas kondisi yang sedang terjadi, bukan situasi yang seharusnya terjadi.
- d. Hindari “*grey areas*”. Hindari kerumitan yang tidak perlu dan analisis yang berlebihan.³⁷

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian yang diambil oleh peneliti yang berkaitan dengan tema atau judul yang diambil peneliti sebagai bahan acuan, kajian, dan pertimbangan dalam penelitian terdahulu yang membahas mengenai sistem jual beli melalui sistem *dropshipping*. Jual beli melalui internet merupakan bentuk transaksi muamalah yang baru di kawasan ijtihad para ulama melalui metode ushul fiqh, namun tetap harus memperhatikan beberapa ketentuan prinsip dan asas muamalah yang mendatangkan *maslahat* dan menghindari

³⁷ Buchari dan Priansa Alma, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009).

mudharat. Berikut adalah contoh penelitian terdahulu yang diambil kajian oleh peneliti:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Elpiana Pitriani dan Deni Purnama dengan judul “*Dropshipping* dalam Perspektif Konsep Jual Beli Islam.” Penelitian ini menggunakan metode kasus dengan analisis deskriptif. Hasil penelitiannya adalah transaksi model *dropshipping* setelah dikaji dari sisi rukun dan syarat jual beli Islam sudah memenuhi rukun dan akad dalam syariah.³⁸ Relevansi antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah memiliki kesamaan dalam meneliti yaitu mengenai sistem jual beli *dropshipping* dalam perspektif ekonomi syariah. Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah lebih menekankan tentang bagaimana implementasi sistem *dropshipping* untuk meningkatkan penjualan produk.
2. Penelitian yang selanjutnya yakni penelitian yang dilakukan Yusriani Zsa Zsa dan Patimah yang berjudul Implementasi *Dropshipper* dalam Akad Jual Beli Perspektif Hukum Islam dan KUH Perdata di *Olshop* Nature Republik Makassar.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *dropshipper* dalam *Online Shop* menurut hukum Islam memiliki kesamaan dengan akad salam dan menurut KUH Perdata memiliki kesamaan dengan jasa makelar. Sistem *dropshipper* ini termasuk dalam muamalah yang diperbolehkan. Persamaan sistem *dropshipper* dengan akad salam dalam hukum Islam yaitu pesanan, pembayaran dilakukan di muka, barang diserahkan di kemudian hari, dan memiliki jangka waktu pemesanan yang harus jelas. Persamaan sistem *dropshipper* dengan makelar dalam KUH Perdata yaitu, melalui pihak ketiga, sebagai perantara anatara pembeli dan *supplier*, mengatas namakan makelar sebagai penyedia barang.³⁹ Relevansi antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah memiliki kesamaan dalam meneliti yakni tentang sistem *dropshipping*. Sedangkan perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian ini mengkaji masalah penerapan *dropshipper* dalam akad jual beli menurut hukum Islam dan

³⁸ Pitriani and Purnama, “Dropshipping Dalam Perspektif Konsep Jual Beli Islam.”

³⁹ Yusriani Zsa Zsa dan Patimah, “Implementasi Dropshipper Dalam Akad Jual Beli Perspektif Hukum Islam Dan KUHPerdata Di Olshop Nature Republik Makassar” 1 (2020): 120–28.

KUH Perdata sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti mengkaji masalah implementasi sistem dropshipping guna meningkatkan jumlah penjualan pada online shop. Perbedaan selanjutnya yakni lokasi penelitian, penelitian di atas dilakukan di online shop Nature Republik Makassar sedangkan penelitian ini dilakukan di toko SB Store Purwodadi.

3. Penelitian selanjutnya yakni penelitian yang dilakukan oleh Ubaidillah dengan judul “Jual Beli Online dengan Sistem Dropshipping dalam Perspektif Hukum Islam.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jual beli dengan sistem dropshipping dalam pandangan hukum Islam adalah diperbolehkan apabila akadnya menggunakan akad wakalah.⁴⁰ Relevansi antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah memiliki persamaan mengenai jual beli melalui sistem dropshipping dalam perspektif hukum Islam. Letak perbedaannya yakni penelitian di atas hanya berfokus pada tinjauan hukum jual beli dropshipping sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi sistem jual beli dropshipping guna meningkatkan jumlah penjualan pada toko SB Store Purwodadi.
4. Penelitian selanjutnya yakni penelitian yang dilakukan oleh Mifta Dwi Nuari yang berjudul Jual Beli Online dengan Sistem Dropshipping dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus pada Beteng Trade Center Solo. Hasil penelitian ini adalah bahwa mekanisme jual beli online dengan sistem dropshipping yang dijalankan di Beteng Trade Center Solo telah selaras dengan jual beli perspektif ekonomi Islam.⁴¹ Relevansi antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah memiliki persamaan mengenai sistem jual beli dropshipping dalam perspektif ekonomi Islam. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian ini hanya fokus pada sistem jual beli *online* dengan sistem *dropshipping* dalam perspektif ekonomi Islam sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada implementasi sistem *dropshipping* itu sendiri terhadap peningkatan jumlah

⁴⁰ Ubaidillah, “Jual Beli Online Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Sosial Dan Keagamaan* 11 (2022): 24–40.

⁴¹ Mifta Dwi Nuari, “Jual Beli Online Dengan Sistem Dropshipping Perspektif Ekonomi Islam (Studi Beteng Trade Center Solo),” n.d., 1–17, <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.

penjualan produk perspektif ekonomi syariah. Perbedaan yang selanjutnya yaitu terletak pada lokasi penelitian.

5. Aisyah Mutiarasari dalam skripsinya yang berjudul *Implementasi Bisnis Online Syariah melalui E-commerce dalam Meningkatkan penjualan di Yuk Hijab Pasuruan Tahun 2019*. Penelitian ini berisi tentang metode yang digunakan menunjukkan bahwa metode yang efektif dalam meningkatkan penjualan di Yuk Hijab Pasuruan adalah metode *online* melalui *e-commerce*.⁴² Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian di atas adalah metode yang digunakan untuk meningkatkan penjualan, jika penelitian di atas menggunakan metode *online* melalui *e-commerce*, maka penelitian yang dilakukan peneliti metode peningkatan penjualan menggunakan sistem *dropshipping*. Perbedaan yang selanjutnya yakni dari lokasi penelitian. Lokasi yang dipilih peneliti adalah toko SB Store Purwodadi yang belum pernah diteliti sebelumnya.
6. Penelitian yang selanjutnya yakni penelitian yang dilakukan Risa Ratna Gumilang dengan judul *Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industry*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *digital marketing* dipandang sebagai media yang paling baik sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan.⁴³ Relevansi antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah memiliki persamaan mengenai implementasi sistem jual beli terhadap peningkatan penjualan produk. Sedangkan perbedaannya terletak pada penelitian yang dilakukan peneliti lebih berfokus pada sistem jual beli *dropshipping*.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka teoritis merupakan kerangka berfikir konseptual terhadap masalah yang diteliti. Kerangka berfikir menggambarkan hubungan antar beberapa konsep atau beberapa variabel yang akan diteliti. Skema kerangka berfikir dalam penelitian ini sebagai berikut. Berdasarkan tujuan dan kajian teori yang telah dibahas di atas

⁴² Aisyah Mutiarasari, "Implementasi Bisnis Online Syariah Melalui E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Di Yuk Hijab Pasuruan" (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).

⁴³ Risa Ratna Gumilang, "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri," *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 10, no. 1 (2019): 9–14, <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>.

selanjutnya dapat diuraikan kerangka pemikiran yang berjudul “**Implementasi Jual Beli Melalui Sistem *Dropshipping* dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Toko SB Store Purwodadi Perspektif Ekonomi Syariah**”.

Dengan demikian didapatkan kerangka berfikir teoritis sebagai berikut:

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir Teoritis

