

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI *ONLINE* DENGAN SISTEM *DROPSHIP*

(Studi Analisis Terhadap jual beli *salam*, *wakalah* dan *samsarah*)

Oleh:

Tika Dewi

Pascasarjana UIN Sumatera Utara, Indonesia

Email: ariebastianhadinatas@gmail.com

Abstract: Online business (selling- buying) has become prominent in the past few years ago as demand increases. This kind of business forms a positive effect of the development of internet which produces new business-men. Along with the development of online business, there emerges dropship system which is mostly undertaken by female entrepreneurs. Despite its negative effect, dropship system has positive influence, i.e. creating positive activities for women and therefore empowering them. The polemics of dropship is still going on. According to some Muslim jurists, dropship is forbidden (haram) because the practitioners of this system sell items only from picture. Moreover, the items sold have not been the property of the practitioners. This article deals with the benefit of salam, wakalah and samsarah contract used to accommodate the dropship system. The specification of contracts is explained in detail in order for this system to be undertaken as salam, wakalah and samsarah contract. The practitioners of dropship as muslim ilaih or wakil and supplier as muslim or muwakkil, or the practitioners of dropship as simsar with some conditions that should be accorded to the contract in the beginning of transaction.

Keywords: Online business; dropship; *salam*, *wakalah*; *samsarah*.

Pendahuluan

Jual beli *online* merupakan corak baru dalam pemasaran dikarenakan banyaknya kemudahan-kemudahan yang bisa dijumpai seorang penjual dalam memasarkan produk atau jasa yang dimilikinya. Dalam bisnis *online* seorang penjual dan pembeli tidak harus bertemu di suatu tempat untuk bertransaksi, dan dalam hitungan detik transaksi bisa langsung terjadi. Bisnis *online* memunculkan pembeli yang cerdas dikarenakan pembeli bisa dengan leluasa membandingkan harga sebuah produk atau jasa tanpa berpindah dari suatu tempat ke tempat yang lainnya, sehingga seorang pembeli tidak lagi memikirkan waktu yang terbuang untuk berbelanja ke sebuah pusat perbelanjaan, jalanan yang macet, tempat parkir mobil yang penuh dan lain sebagainya.

Aktifitas jual beli *online* atau dikenal juga dengan istilah *Electronic commerce (e-commerce)* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, di mana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya mencakup perniagaan tetapi juga mencakup pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dan lain-lain. Selain teknologi jaringan melalui *www.e-commerce* juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (*database*), e-surat atau surat elektronik (e-mail), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang dan alat pembayaran untuk *e-commerce* ini. *E-commerce* merupakan proses mencari pelanggan, pemasok dan mitra usaha secara digital dari luar (eksternal) dengan menggunakan website atau media internet lainnya, sedangkan *e-business* meliputi bagaimana proses di dalam tubuh organisasi bisnis tersebut (internal).

Bertambahnya jumlah pengusaha bisnis *online* bukan tanpa alasan, jumlah peningkatan pengguna internet merupakan sebab yang kuat, bisnis *online* melesat cepat dengan *demand* yang sangat tinggi,¹ sehingga bisa ditemukan di semua kalangan, baik di pedesaan maupun di perkotaan bisnis dengan sistem *online* bisa tumbuh dengan subur, yang juga menciptakan kesempatan baru bagi industri ekspedisi karena banyaknya permintaan jasa antar barang.

Berdasarkan survei yang dilakukan Nielsen pada 2011, pengguna internet via *mobile* di Indonesia adalah yang tertinggi bila dibandingkan dengan negara Asia Timur lainnya, yaitu mencapai 41 persen. Hal ini menandakan bahwa Indonesia merupakan sebuah potensi pasar yang luar biasa, baik bagi pemilik bisnis maupun bagi calon pemilik bisnis, untuk merambah ke dunia maya sebagai salah satu *marketing tools*-nya. Bisa dibayangkan berapa banyak *demand* penduduk Indonesia untuk bisnis *online* jika pengguna internet via *mobile* mencakup 41% dari jumlah penduduk Indonesia. Jika potensi tersebut digali dengan sangat baik, maka bukan menjadi suatu hal yang mustahil produk-produk dalam negeri akan sangat mudah dipasarkan dan mempunyai konsumen yang loyal di dalam dan luar negeri.

Konsep *Dropship* dalam Bisnis *Online*

Maraknya bisnis *online* diikuti dengan maraknya sistem *dropship* di dalamnya. Sebuah sistem yang sangat familiar dengan para pedagang kecil, pedagang dadakan dan seseorang yang baru ingin mencoba berdagang tetapi tidak mempunyai modal yang cukup. *Dropship* merupakan sebuah aktivitas di mana seseorang berjualan hanya bermodalkan sebuah gambar tanpa memiliki barang yang akan dijual. Ilustrasinya adalah seperti ini: “Andi merupakan pengusaha garmen yang menjual busana muslimah, kemudian Andi memproduksi dan memfoto beberapa busana tersebut dan memasarkannya dengan cara bisnis *online*. Kemudian ada beberapa *reseller* Andi (penjual yang ingin bergabung memasarkan produk yang dibuat oleh Andi) mengambil foto-foto yang dipasarkan oleh Andi dan *reseller* tersebut memasarkan kepada konsumen (hanya dengan bantuan foto). Ketika konsumen membeli produk tersebut dari *reseller* Andi/*dropshipper*, maka *reseller/dropshipper* tersebut memerintahkan kepada konsumen untuk membayar dengan cara transfer, *reseller/dropshipper* itu pun membeli dari Andi dan Andi langsung mengirimkan barang yang dibeli oleh konsumen *reseller/dropshipper* tersebut. Dengan cara mencantumkan bahwa nama pengirim adalah nama *reseller/dropshipper* Andi”.

Setidaknya ada tiga pihak yang terlibat langsung dalam sistem *dropship* ini, yaitu:

- a. *Dropshipper*
- b. *Supplier*/pemilik barang yang sesungguhnya
- c. Konsumen/*buyer*

Sebelum menjalankan bisnis secara *dropship* ini, setidaknya ada beberapa hal yang harus kita persiapkan terlebih dahulu, yaitu:

- a. Memilih jenis produk yang akan dijual,

Sebelum memulai jualan *online* di akun sosial media milik kita, sebaiknya kita mempersiapkan terlebih dahulu mengenai jenis barang atau produk apa yang akan kita jual, karena ada banyak sekali jenis barang yang bisa kita jual, alangkah baiknya bila kita mengetahui dengan detail sejauh mana kualitas barang tersebut, karena sering kali terjadi

kualitas barang dagangan pada *display item* berbeda dengan barang aslinya.

b. Mencari *supplier* produk yang akan dijual

Setelah menemukan jenis produk yang ingin dijual, langkah selanjutnya adalah mencari *supplier* produknya. Pastikan kita telah meminta izin untuk menjadi *reseller* dari produknya, jalinan kerja sama serta komunikasi yang baik akan sangat berpengaruh terhadap bisnis *online* kita kedepannya. Pastikan juga bahwa ia adalah *supplier* yang amanah dan dapat dipercaya, serta bertanggung jawab dan siap menerima komplain serta resiko bila ada ketidakpuasan dari pembeli, karena nama baik bisnis *online* kita menjadi taruhannya apabila kita salah dalam memilih *supplier*.

c. Menyiapkan sedikit modal

Meskipun tips berdagang *online* di dengan sistem *dropship* ini tidak membutuhkan modal yang terlalu besar, namun sebaiknya kita juga mempersiapkan sedikit modal, setidaknya kita harus selalu *online* ketika ada *customer* yang bertanya atau sekedar ingin tau tentang produk kita, juga agar selalu terhubung dengan *supplier* sehingga kita selalu *update* tentang ketersediaan stok barang.

d. Membuka rekening bank dan mengaktifkan layanan e-banking.

Sebagaimana transaksi *online* pada umumnya, pembayaran selalu dilakukan lewat transfer bank, dan sering terjadi penipuan dengan memalsukan slip bukti transfer, dan untuk menghindari *dropshipper* dari tindak penipuan semacam ini, alangkah baiknya bila seorang *dropshipper* mengaktifkan layanan e-banking pada tabungannya agar mudah dalam melihat saldo.

Aktivitas *dropship* ini, di satu sisi, menguntungkan banyak orang akan tetapi, di sisi lain, masih dipertanyakan keabsahannya secara syariah. Terlebih jika *dropship* dalam menjual produk lewat gambar itu tidak mengetahui secara detail produk yang akan dijual olehnya, sehingga konsumen seringkali dirugikan karena produk riil tidak sesuai dengan gambar dan bahkan lebih buruk dari gambar.

Sebenarnya *dropship* memiliki beberapa kelebihan, di antaranya: 1) mampu menciptakan lapangan kerja baru, khususnya bagi ibu-ibu rumah tangga yang selama ini banyak membuang-buang waktu mereka untuk kegiatan yang tidak produktif; 2) menciptakan banyak *supplier* dan agen-agen penjualan baru, sehingga dengan adanya beberapa *reseller*, usaha mereka akan dapat bertahan dengan baik dan pada akhirnya bisa berkembang dengan kompetitif; dan 3) memanjakan konsumen karena saluran distribusi yang tidak terlalu panjang, sehingga konsumen bisa mendapatkan barang-barang yang diinginkannya tidak melalui gerai-gerai khusus bahkan seringkali dengan harga yang lebih murah dari harga pasar.

Adapun aspek negatif dari *dropship* di antaranya adalah kualifikasi barang yang tidak sama antara akad dan serah terima. Pemberlakuan *khiyar* akan sangat sulit dikarenakan transaksi secara jarak jauh.² Dalam beberapa kasus ditemukan bahwa antara spesifikasi gambar dengan produk riil yang sampai ke tempat *customer* tidak sama. Ketidaksesuaian produk dengan gambar bisa jadi dikarenakan kualitas barang yang tidak sama dengan gambar, kualitas warna yang tidak sesuai dengan gambar (dikarenakan teknologi yang semakin canggih sehingga satu jenis warna terlihat seperti warna lainnya), dan manfaat suatu produk yang tidak sama dengan apa yang divisualisir oleh *customer* ketika akan melakukan suatu pembelian.

Dari hasil pengumpulan data dan observasi dalam penelitian yang dilakukan oleh Fauzia (2015) dan telah dipresentasikan di *Marketing Festival STIE Perbanas Surabaya*, didapati adanya *trend* baru, yaitu munculnya wirausahawan perempuan dari kalangan ibu rumah tangga. Para ibu rumah tangga tersebut yang awalnya hanya konsumtif karena hanya berperan membelanjakan pendapatan dari para suami, saat ini bergeser menjadi sosok yang produktif karena mulai berbondong-bondong untuk berwirausaha. Hal ini bukan tanpa sebab karena peranan internet menjadi salah satu sebab merebaknya wirausahawan baru yang sebagian besar adalah perempuan. Ibu rumah tangga memiliki segudang rutinitas dalam kesehariannya tetapi ada saat-saat tertentu dalam satu hari mereka sudah keluar dari rutinitas tersebut. Di saat suami dan anak-anak mereka berangkat

bekerja, pekerjaan rumah sudah terselesaikan dengan baik, mereka pun memiliki kebebasan waktu untuk bisa berselancar di internet. Awalnya mereka menjadi pelanggan *e-commerce* dengan menjadi konsumen di berbagai macam produk, mayoritas *woman fashion*. Akan tetapi lambat laun mereka pun menjadi pelaku *e-commerce* dengan cara *dropship* dan kemudian berkembang dengan mengumpulkan stok barang di rumah masing-masing. Selain dari kalangan ibu rumah tangga, banyak juga pelaku wirausahawan perempuan yang lahir dari kampus-kampus negeri maupun swasta. Khusus untuk mahasiswi pelaku bisnis *online*, mayoritas di antara mereka fokus pada penjualan *woman fashion*, ataupun mereka menjadi tenaga pemasar ketika ada kerabat mereka yang menjadi produsen makanan ringan, dan beberapa produk lainnya.³

Beberapa penelitian menyebutkan bahwa bahwa *e-commerce* juga menekan biaya operasional (*operating cost*) dan bahkan bisa menekan modal karena penjual retail yang baru belajar berjualan tidak harus mengumpulkan stok banyak barang. Mereka hanya mendapatkan gambar-gambar barang dari supplier ataupun agennya. Sistem ini dinamakan dengan *dropship*. Jadi, ini merupakan peluang untuk pembelajaran bisnis bagi mereka yang ingin menjadi wirausahawan tetapi masih diliputi keraguan khususnya yang berkaitan dengan permodalan. Bagi konsumen, *e-commerce* juga menekan biaya-biaya yang harus dikeluarkan ketika mereka berbelanja dengan sistem yang konvensional. Konsumen bisa melakukan transaksi setiap saat, dan setiap waktu. Mereka bisa mengakses informasi dengan baik sehingga langsung bisa mengomparasikan harga barang. Ini berimplikasi pada adanya peluang bagi konsumen untuk bisa mendapatkan barang yang bagus dengan harga yang murah, namun tentu memerlukan keahlian untuk menjadi konsumen yang cerdas, sebab jika konsumen tidak berhati-hati memilih dan memilah, maka bisa jadi mereka akan mendapatkan barang yang tidak berkualitas dengan harga yang tinggi.

KAJIAN DROPSHIP DALAM ETIKA BISNIS ISLAM

Efek dari perkembangan *online business* yang sangat luar biasa ini, maka akan sangat mudah dijumpai penjual *online* ‘dadakan’ yang berusaha mengadu peruntungan walaupun hanya berjualan lewat gambar-gambar. Dengan sistem

dropship mereka melayani *customer* mereka walau penjual belum pernah mengetahui kualitas barang selain hanya versi gambarnya, sehingga banyak bermunculan *dropship paralel* karena ada beberapa tingkat penjualan yang menjual barang hanya bermodalkan gambar.¹⁶ Banyak di antara ahli fiqh yang ketika mendapatkan beberapa pertanyaan dari masyarakat mengenai hukum *dropship*, mereka menjawab bahwa *dropship* haram. Hal ini dikarenakan dalam akad ini pelaku *dropshipping* menjual barang yang belum dimilikinya. Jawaban ini merupakan jawaban yang jamak diungkapkan oleh ahli fiqh di Indonesia.

Ketika pelaku *dropship* dikenali sebagai seorang penjual, maka sudah jelas sistem ini mempunyai banyak kekurangan yang bisa menyebabkan keharaman. Ada beberapa syarat dalam jual beli yang harus dipenuhi, yaitu: 1) barang yang dijual harus dimiliki terlebih dahulu agar tidak masuk ke area jual beli sesuatu yang tidak ada, ataupun jual beli sesuatu yang tidak bisa diserahkan agar tidak masuk dalam kategori *gharar*;⁴ 2) jual beli sesuatu harus diketahui harganya dengan baik; dan 3) jual beli harus diketahui klasifikasi barangnya dengan baik.⁵

Sedangkan syarat sahnya jual beli yang berkenaan dengan *ma'qud alayh* (komoditi yang ditransaksikan) adalah: 1) komoditas yang ditransaksikan harus ada saat transaksi, 2) komoditi berupa barang/jasa yang memiliki manfaat, 3) komoditi yang ditransaksikan merupakan hak penjual, dan komoditi yang ditransaksikan harus diketahui secara jelas oleh *muta'qidayn* (dua pihak yang bertransaksi).

Adapun klasifikasi jual beli secara umum adalah jual beli yang benar (*sahih*), jual beli yang batil (*batil*) dan jual beli yang rusak (*fasid*). Jual beli *sahih* dimaknai dengan jual beli yang telah memenuhi syarat dan rukun akad. Adanya penjual, pembeli, kesepakatan pembelian, barang, harga dan bertujuan untuk kemaslahatan. Adapun jual beli yang tidak benar (*ghayr sahih*) adalah yang tidak terpenuhi syarat dan rukun akadnya. Jual beli tidak benar terbagi menjadi jual beli yang batil (*al-bay' al-batil*) dan jual beli yang rusak (*al-bay' al-fasid*). Adapun yang termasuk dalam jual beli yang batil menurut Imam Hanafi, di antaranya adalah 1) jual beli yang tidak ada barangnya, 2) jual beli sesuatu yang tidak mungkin diadakan, 3) jual beli *gharar*, yaitu jual beli yang mengandung unsur

ketidakjelasan yang terjadi pada salah satu dari penjual ataupun pembeli, dan 4) jual beli sesuatu yang najis dan menajiskan. Jual beli yang dikategorikan dalam jual beli yang rusak menurut Imam Abu Hanifah adalah 1) jual beli sesuatu yang tidak diketahui (*bay' al-majhul*), yaitu ketidaktahuan dalam hal barang, harga, waktu penyerahan dan syarat-syarat dokumentasi barang (*wasa'il al-tawthiq*), 2) jual beli dengan syarat, misalnya seorang penjual berkata: “aku menjual rumah ini kepadamu, dengan syarat engkau tidak boleh menjual rumah ini kepada orang lain”, 3) jual beli sesuatu yang belum dilihat, diperbolehkan jika ada gambar, akan tetapi Imam Abu Hanifah mensyaratkan adanya *khiyar* (penentuan pembelian atau pembatalan) ketika barang telah ada. Imam Mâlik menyatakan bahwa ketika ciri-ciri barang yang dipesan ada pada barang tersebut, maka jual beli harus berlangsung. Akan tetapi jika barang yang ada tidak sesuai dengan gambar barang atau ciri-cirinya pada saat akad, maka pembeli mempunyai pilihan untuk melanjutkan jual beli atau membatalkannya, 4) jual beli *aynah*, yaitu menurut bahasa berarti meminjam atau berhutang.

Jual beli yang rusak dan batil menurut mazhab Mâlikî adalah mencakup lima aspek, yaitu: 1) yang berkaitan dengan dua belah pihak yang melakukan akad (*aqidayn*), 2) yang berkaitan dengan harga, 3) yang berkaitan dengan *gharar*, 4) yang berkaitan dengan pembahasan tentang riba, dan 5) yang berkaitan dengan jual beli yang dilarang, dan secara keseluruhan mencakup 10 macam praktik jual beli, misalnya adalah jual beli makanan sebelum dimiliki, jual beli *aynah*, jual beli *urbûn*, jual beli *hadir li al-bady*, jual beli barang yang telah diperjual belikan, jual beli pada masa salat Jumat, jual beli dengan syarat (*bay' al-thanaya*), dan lain sebagainya.⁶

Dari beberapa keterangan di atas, jika pelaku *dropshipping* menjual barang berdasarkan gambar yang belum menjadi miliknya (karena masih ada di tangan *supliernya*) berdasarkan akad jual beli, maka hal ini adalah dilarang. Alasannya adalah tidak sesuai beberapa rukun dan syarat jual beli di atas. Namun harus dilihat kembali bahwa khazanah fiqh Islam sangat kaya akan akad-akad yang sesuai dengan aktivitas *dropship* ini. Jadi *dropship* yang berlaku selama ini tidak hanya bisa dibatasi dengan akad jual beli. Karena dalam prakteknya, *dropship* ini

juga memiliki kesamaan dengan jual beli *salam* (pesanan), selain itu, ada tawaran menarik untuk memposisikan para pelaku *dropship* menjadi seorang *wakil* ataupun *simsar*.

KAJIAN SALAM, WAKALAH DAN SAMSARAH DALAM PRAKTIK DROPSHIP

As-salam (السلم) dalam istilah fiqh disebut juga *as-salaf* (السلف) Secara etimologis kedua kata memiliki makna yang sama, yaitu mendahulukan pembayaran dan mengakhirkan barang. Penggunaan kata *as-salam* biasanya digunakan oleh orang-orang Hijaz, sedangkan penggunaan kata *as-salaf* biasanya digunakan oleh orang-orang Irak. Secara terminologis, *salam* adalah menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya disebutkan dengan jelas dengan pembayaran modal terlebih dahulu, sedangkan barangnya diserahkan dikemudian hari.⁷ Menurut Sayyid Sabiq, *as-salam* adalah penjualan sesuatu dengan kriteria tertentu (yang masih berada) dalam tanggungan dengan pembayaran segera atau disegerakan.⁸

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud jual beli salam adalah transaksi jual beli yang pembayarannya dilaksanakan ketika akad berlangsung dan penyerahan barang dilaksanakan di akhir sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli. Dalam menggunakan akad *salam*, hendaknya menyebutkan sifat-sifat dari obyek jual beli salam yang mungkin bisa dijangkau oleh pembeli, baik berupa barang yang bisa ditakar, ditimbang atau diukur. Disebutkan juga jenisnya dan semua identitas yang melekat pada barang yang dipertukarkan yang menyangkut kualitas barang tersebut. Jual beli salam juga dapat berlaku untuk mengimport barang-barang dari luar negeri dengan menyebutkan sifat-sifatnya, kualitas dan kuantitas. Penyerahan uang muka dan penyerahan barangnya dapat dibicarakan bersama dan biasanya dibuat dalam suatu perjanjian.

Dalil kebolehan melakukan jual beli *salam* adalah dalam surah Al-Baqarah ayat 282, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya... “

Dasar dari hadits adalah Hadis Nabi yang diriwayatkan Imam Bukhari dari Ibnu Abbas yang menjelaskan tentang jual beli salam adalah:

حدثنا ابو نعيم حدثنا سفيان عن ابن أبي نجيح عن عبدالله بن كثير عن ابي لمنهال عن ابن عباس رضي الله عنهما قال: قدم النبي صلى الله عليه وسلم المدينة وهم يسلفون في الثمار السنين والثلاث, وقال أسلفوا في كيل معلوم الي اجل معلوم, وقال عبدالله بن الوليد حدثنا سفيان حدثنا ابن ابي نجيح وقال في كيل معلوم ووزن معلوم⁹

Artinya: telah menceritakan kepada kami Abu Nu'aim, telah menceritakan kepada kami Sufyan dari Ibnu Abi Najih dari Abdullah bin Katsir dari Abu al-Minhal dari Ibnu Abbas RA berkata: ketika Rasulullah SAW tiba di Madinah, orang-orang mempraktekkan jual beli buah-buahan dengan sistem salaf, yaitu membayar di muka dan diterima barangnya setelah kurun waktu dua tahun atau tiga tahun. Maka beliau bersabda: "lakukanlah jual beli salaf pada buah-buahan dengan takaran dan waktu yang diketahui (pasti)." Dan berkata Abdullah bin al-Walid telah menceritakan kepada kami Sufyan, telah menceritakan kepada kami Ibnu Abi Najih dan berkata: "dengan takaran dan timbangan yang diketahui (pasti)."

Berdasarkan hadis tersebut, jual beli *salam* ini hukumnya dibolehkan, selama ada kejelasan ukuran, timbangan, dan waktu penyerahan barang. Dasar hukum jual beli ini telah sesuai dengan tuntutan syariat dan kaidah-kaidahnya. Bahkan dalam prakteknya, jual beli *salam* juga tidak menyalahi *qiyas* yang juga membolehkan penangguhan penyerahan barang seperti halnya dibolehkannya penangguhan dalam pembayaran.¹⁰

Mengenai rukun dan jual beli *salam*, Ulama Hanafiyah menyatakan bahwa rukun jual beli *salam* ini hanya *ijab* (ungkapan dari pihak pemesan dalam memesan barang) dan *qabul* (ungkapan pihak produsen untuk mengerjakan barang pesanan). Lafadz yang dipakai dalam jual beli pesanan menurut Ulama Malikiyah, Hanafiyah, dan Hanabilah adalah lafaz *as-salam*, *as-salaf*, atau *al-bay'* (jual beli). Sedangkan menurut Ulama Syafi'iyah, lafaz yang boleh dipergunakan dalam jual

beli pesanan ini hanya *as-salam* dan *as-salaf*. Alasan Ulama Syafi'iyah adalah hanya menurut kaidah umum (analogi) jual beli seperti ini tidak dibolehkan, karena barang yang dibeli belum kelihatan ketika akad. Akan tetapi, syara' membolehkan jual beli ini dengan mempergunakan lafaz *as-salam* dan *as-salaf*. Oleh sebab itu, perlu pembatasan dalam pemakaian kata itu sesuai dengan pemakaian syara'.¹¹

Definisi *wakalah* secara etimologis adalah *tawkil*, yaitu menyerahkan/mewakikan dan menjaga. Makna *wakalah* secara terminologis adalah mewakikan yang dilakukan oleh orang yang memiliki hak *tasharruf* kepada orang yang juga memiliki hak *tasharruf* tentang sesuatu yang boleh diwakikan. Dasar dari al-Qur'an adalah Q.S. al-Kahf [18]:19, yaitu:

فَابْتَئُوا أَحَدَكُمْ بَورِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِنْهُ

وَلْيَتَلَطَّفْ وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ أَحَدًا ﴿١٩﴾

Artinya: "Maka suruhlah salah seorang di antara kamu untuk pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah Dia Lihat manakah makanan yang lebih baik, Maka hendaklah ia membawa makanan itu untukmu, dan hendaklah ia Berlaku lemah-lembut dan janganlah sekali-kali menceritakan halmu kepada seorangpun."

Rukun dan syarat *wakalah* ada empat, yaitu: *muwakkil* (orang yang mewakikan), *wakil* (orang yang mewakili), *muwakkal fih* (objek yang diwakikan) dan *sighat* (*ijab* dan *qabul*).¹² Menurut Imam Malik dan Syafi'i, pemberian kuasa dari *muwakkil* boleh ketika orang itu tidak ada halangan.¹³ Kemudian syarat *wakil* adalah tidak dilarang oleh *syara'* untuk melakukan tindakan (perbuatan) terhadap sesuatu yang dikuasakan kepadanya. Syarat perkara/objek yang dikuasakan (*al-tawkil*) adalah perkara tersebut dapat digantikan oleh orang lain, seperti jual beli, pemindahan hutang kepada orang lain, pembatalan-pembatalan, serikat dagang, pemberian kuasa, penukaran mata uang, pemberian gaji, akad bagi hasil (*al-musaqat*), perdamaian dan lain sebagainya. Sifat pemberian kuasa adalah akad yang menjadi wajib dengan adanya *ijab* dan *qabul*, seperti halnya akad-akad yang lain.

Wakalah bukan akad yang mengikat melainkan akad yang *ja'iz* (artinya bisa dibubarkan). Imam Mâlik berpendapat bahwa pemberian kuasa itu ada dua macam, yaitu bersifat umum dan khusus, bersifat umum ialah pemberian kuasa yang berlaku secara umum tanpa menyebutkan satu-persatu perkaranya, sebab apabila disebutkan, maka sifat-sifat keumuman dan penyerahannya tidak dapat digunakan. Sedangkan Imam Syafi'i berpendapat bahwa pemberian kuasa tidak boleh bersifat umum, karena mengandung kesamaran, yang diperbolehkan adalah yang disebutkan, dibatasi dan dinyatakan (perkaranya) *Wakalah* boleh dilakukan berdasarkan tulisan dan surat.¹⁴ Menurut Wahbah al-Zuhayli, objek *wakalah* adalah sesuatu yang memiliki identitas yang jelas dan milik sah dari *muwakkil*.¹⁵

Wakalah bisa dengan *fee* (*ujr/ja'l*) ataupun tidak dengan *fee* karena Rasulullah juga melakukan beberapa akad *tawkil*. *Wakalah* adalah akad yang *ja'iz* yang dibolehkan bagi seorang *wakil* untuk mengambil *fee* atau bayaran dari akad tersebut. Jikalau *wakalah* tidak dengan *fee*, maka disebut *wakil*. Akan tetapi jikalau pemberian *fee* ataupun bonus maka dihukumi dengan hukum *al-ijarah*. Seorang *wakil* bisa memperoleh bonusnya ketika telah selesai mengerjakan perkara yang diwakilinya. Ketika seorang *wakil* mewakili untuk urusan penjualan atau pembelian, maka ia telah berhak mendapatkan bonus walaupun uang hasil penjualan belum dimiliki.¹⁶

Perwakilan dalam hal jual beli, menurut al-Zuhayli, bisa saja terjadi secara mutlak dan bisa terjadi secara khusus. Ketika penjualan dilakukan secara khusus, maka harus disertai dengan beberapa aturan pengkhususan, dan jika klasifikasi kekhususan tersebut tidak ditaati oleh *wakil*, maka akad *wakalah* tidak sah. Misalnya *muwakkil* mensyaratkan penjualan kebun seharga 100 juta, dan *wakil* menjualnya dengan harga 90 juta. *Wakalah* tidak sah karena tidak sesuai dengan kesepakatan khusus yang menjerus kepada kerugian. Namun apabila *wakil* menjual dengan harga 110 juta, maka akad sah karena walaupun harga 110 juta tidak sesuai dengan ketentuan khusus tadi, akan tetapi hal tersebut diperbolehkan karena menjerus kepada keuntungan (*muwakkil*). Begitu pula akad *wakalah* ini tidak sah, jika *muwakkil* mensyaratkan jual beli dilakukan secara *cash*, akan tetapi ternyata *wakil* menjual dengan kredit, begitu juga sebaliknya.

Adapun makna dari *samsarah* secara bahasa adalah *mufrad* dari *simsar*, yaitu perantara di antara penjual dan pembeli untuk menyempurnakan jual beli. *Simsar* menunjukkan kepada pembeli dan penjual suatu produk/jasa. Makna *samsarah* secara terminologis, menurut Imam Abu Hanifah, adalah suatu nama yang diperuntukkan bagi seseorang yang bekerja untuk orang lain dengan suatu upah yang berkaitan dengan penjualan dan pembelian. Menurut Imam Mâlik, makna *samsarah* adalah orang yang berputar-putar di dalam pasar dengan suatu produk yang mengakibatkan bertambah nilai produk tersebut.¹⁷ *Samsarah* adalah suatu bantuan yang dilakukan oleh seseorang untuk saudaranya dengan suatu upah tertentu untuk pekerjaan yang telah dilakukan.

Adapun dalil yang terkait dengan pensyariatian *samsarah* adalah seperti yang tertera dalam al-Qur'an surah al-Midah [5]: 2 yang berbunyi:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: "...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran..."

Di dalam sebuah Hadis, disebutkan tentang *samsarah* yang artinya: "Dari Qays b. Abi Gharzah mengatakan: Kami biasa memperjualbelikan barang-barang, dan kami menamakan diri kami broker (*simsar*) dan masyarakat juga menamakan kami broker. Lalu Rasulullah datang menemui kami, dan beliau menamakan kami dengan nama yang lebih baik dari yang kami berikan pada diri kami. Beliau bersabda: "Wahai para tukang jual (*tujjar*), jual belimu diperkuat dengan sumpah dan kepalsuan, karena itu selingilah jual belimu dengan sedekah".¹⁸

Dalam hadis di atas, Rasulullah tidak mengingkari pekerjaan yang dilakukan oleh *simsar* tetapi Rasulullah menasehati dan memberikan nama kepada mereka dengan nama yang lebih baik. Para ulama juga tidak ada satupun yang melarang adanya praktik *samsarah*. Dikarenakan ini adalah perkara yang *mubah* (diperbolehkan), maka *ijma'* ulama menyatakan bahwa *samsarah* adalah boleh. Perbedaan antara *wakalah* dengan *samsarah* adalah bahwa akad *wakalah* merupakan akad yang memperbolehkan *wakil* untuk melakukan *tasarruf* ataupun transaksi sesukanya sesuai dengan instruksi dari *muwakkil*-nya, sedangkan

seorang *simsar* tidak menjual dan membeli, *simsar* hanya menjadi perantara di antara penjual dan pembeli. *Simsar* jugalah yang menunjukkan kepada manusia suatu produk/jasa dan harganya. Bisa jadi seseorang menggunakan tenaga seorang *simsar* untuk membantu-nya bertransaksi.¹⁹

Beberapa syarat *samsarah* adalah: a) mengetahui pekerjaan yang diminta, b) cakap dalam melaksanakan pekerjaan, c) bekerja atas seizin yang memberikan wewenang, jika tanpa izin, maka tidak berlaku pekerjaannya, dan d) mempunyai *attitude* yang baik. Terkait dengan pengupahan untuk *simsar*, harus diperhatikan bahwa pengupahan telah disepakati dan diketahui dari awal, ataupun pengupahan bisa jadi persentase tertentu. Seorang *simsar* tidak mendapatkan upah kecuali jika telah menyelesaikan pekerjaannya dengan baik. Ketika pekerjaan yang dilakukannya tidak berhasil, maka dia tidak akan mendapatkan apa-apa.²⁰

Dalam bisnis *online*, aktivitas *dropship* yang telah menjadi tradisi saat ini sebenarnya terdapat beberapa akad (hybrid akad) dan bisa dijalankan dengan akad salam, *wakalah* ataupun *samsarah*, tetapi tentu harus ada beberapa hal yang harus dibenahi, di antaranya dapat digambarkan berikut:

1. Seorang *reseller* sebelum melakukan *dropship*, ia harus menyatakan suatu akad kepada *upline*-nya (*supplier* atau agen atau distributornya), meminta izin untuk menjalankan usaha dengan sistem *wakalah* atau *samsarah*. Ketika memilih akad *wakalah*, maka harus disepakati dari awal bahwa *reseller* yang menjualkan barang-barang *upline*-nya merupakan *wakil*.
2. Seorang *reseller* yang melakukan *dropship* ada baiknya menyampaikan kepada *customer* bahwa dia adalah perwakilan dari *upline*-nya untuk mewakili menjualkan barang *upline*-nya.
3. Pastikan untuk memilih *supplier* yang amanah dan dapat dipercaya, serta memiliki produk dengan kualitas baik, sebab jika salah memilih *supplier* maka akan berdampak buruk dengan nasib toko *online dropshipper*.
4. Seorang *dropshipper* harus siap menerima resiko dan bertanggung jawab bila ternyata kualitas barang riil tidak seperti yang diharapkan (terjadi kerusakan, cacat dan sebagainya), sehingga *customer* tetap diberi hak *khiyar* dalam melakukan jual beli *online*.

Penutup

Islam sangat kaya dengan ajaran-ajarannya yang bermuara pada kemaslahatan manusia. Ketika ada suatu model transaksi terbaru dalam masyarakat, beberapa ahli fiqh mayoritas mengaitkan aktivitas tersebut dengan satu akad saja, yaitu 'aqd al-buyu' (akad jual beli). Padahal semestinya sebuah transaksi bisa dikaitkan dengan beberapa akad lainnya yang memiliki bentuk yang sama. Keterbatasan pemakaian referensi juga merupakan salah satu sebab munculnya pengharaman yang secara tiba-tiba. Ketika merujuk kepada banyak referensi dan banyak mazhab akan bisa ditemukan bahwa hakikat dari *mu'amalat* adalah satu kaidah, yaitu: *al-asl faial-mu'amalah al-ibahah illa an yadull dalal 'ala tahrimiha* (segala sesuatu dalam aktivitas *mu'amalah* adalah boleh kecuali ada dalil yang melarang).

Daftar Rujukan

- Burhanuddin S, *Hukum Kontrak Syariah*, Yogyakarta: BPFE, 2009.
- Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Shariah*, Jakarta: Prenada, 2014.
- Ika Yunia Fauzia, *Transcendental Trust dalam Bisnis Online di Kalangan Pengusaha Garment di Indonesia*, Surabaya: Penelitian Internal STIE Perbanas, 2015
- Ika Yunia Fauzia, *Pemanfaatan E-Commerce dan M-Commerce dalam Bisnis di Kalangan Wirausahawan Perempuan*, Surabaya: STIE Perbanas, 2015
- Imam Bukhari, *Sahih Bukhari*, Lebanon: Dar Al-kotob, 2008.
- M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Samrah Sayyid Sulayman, *al-Wajiz fi al-Ahkam al-Mu'amalah*, Kairo: Al-Azhar University Press, 2002.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*. Juz 12. (Terj. Kamaluddin, A. Marzuki), Bandung: Al-Ma'arif, 1988.
- Tim Dosen Penyusun Jurusan Fiqh Perbandingan, *Qadaya Fiqhiyah Mu'asirah*,

Vol. 4, Kairo: Diktat Kuliah Universitas al-Azhar, 2003.

Wahbah al-Zuhayli, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Vol. 4, Damaskus: Dar al-Fikr, 2010.

¹ Ika Yunia Fauzia, *Transcendental Trust dalam Bisnis Online di Kalangan Pengusaha Garment di Indonesia* (Surabaya: Penelitian Internal STIE Perbanas, 2015), 3.

² Pemberlakuan *khiyar* dalam jual beli *online* agaknya relatif mendekati *mustahil* walaupun bisa dilakukan. Pada akhirnya jika ada pemberlakuan *khiyar*, maka salah satu pihak pun akan terugikan karena ongkos kirim yang telah dibayarkan tidak akan mungkin dikembalikan lagi. Di sini akan ada dua ongkos kirim yang hangus dikarenakan pembelakuan *khiyar*.

³ Ika Yunia Fauzia, *Pemanfaatan E-Commerce dan M-Commerce dalam Bisnis di Kalangan Wirausahawan Perempuan* (Surabaya: STIE Perbanas, 2015), 3.

⁴ *Gharar* adalah adanya ketidakjelasan barang yang akan dijual dan adanya skeptis dalam mendapatkan salah satu barang pengganti dalam jual beli. Lebih jauh lihat Samrah Sayyid Sulayman, *al-Wajiz fi al-Ahkam al-Mu'amalah* (Kairo: Al-Azhar University Press, 2002), 33.

⁵ Wahbah al-Zuhayli, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Vol. 4 (Damaskus: Dar al-Fikr, 2010), 75-81.

⁶ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Shariah* (Jakarta: Prenada, 2014), 244-252.

⁷ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2003), h. 143.

⁸ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*. Juz 12. (Terj. Kamaluddin, A. Marzuki), (Bandung: Al-Ma'arif, 1988), h. 110.

⁹ Imam Bukhari, *Sahih Bukhari*, (lebanon: Dar Al-kotob, 2008), h. 420

¹⁰ Burhanuddin S, *Hukum Kontrak Syariah*, (yogyakarta: BPFÉ, 2009), h. 213.

¹¹ Nasroen Haroen, *fiqh Mu'amalah*, h. 159

¹² Di beberapa referensi disebutkan rukun saja, dan di beberapa referensi disebutkan rukun dan syarat. Beberapa yang menyebutkan rukun saja di antaranya adalah al-Thayyar, et al., *Ensiklopedi Fiqh Muamalah*, 252; Ibn Rushd, *Bidayat al-Mujtahid*, terj. A.A. Abdurrahman dan A. Haris Abdullah, Vol. 3 (Semarang: CV. Asy-Syifa, 1990), 359; dan yang menuliskan rukun dan syarat adalah Dib al-Bugha, *Buku Pintar*, 317; Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), 191-192.

¹³ Dikarenakan Imam Abu Hanifah berpendapat bahwa pemberian kekuasaan dari orang yang sehat dan tidak bepergian itu tidak boleh. Lihat Ibn Rushd, *Bidayat al-Mujtahid*, 369.

¹⁴ Dib al-Bugha, *Buku Pintar*, 338.

¹⁵ al-Zuhayli, *al-Fiqh al-Islami*, 748.

¹⁶ Ibid., 745-756.

¹⁷ Tim Dosen Penyusun Jurusan Fiqh Perbandingan, *Qadaya Fiqhiyah Mu'asirah*, Vol. 4 (Kairo: Diktat Kuliah Universitas al-Azhar, 2003), 130.

¹⁸ Hadis Riwayat al-Nasa'i, Abu Daud, al-Tirmidzi, Ibn Majah dan Ahmad bin Hanbal.

¹⁹ Tim Dosen, *Qadaya Fiqhiyah*, 131-133.

²⁰ Ibid., 139-140