

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai Negara berkembang mengalami perubahan dari Negara bercorak agraris menuju industri, yang mana dampak dari industri adalah banyaknya persaingan-persaingan. Suatu usaha tidak akan mampu bertahan ketika perusahaan itu tidak mampu bersaing dengan usaha-usaha lain. Persaingan dalam suatu industri berakar dalam struktur ekonomi yang berjalan diluar pelaku pesaing yang ada.¹

Dalam putaran ekonomi Islam, persaingan bisnis merupakan salah satu pemicu perubahan yang harus diperhitungkan, dengan munculnya produk yang semakin beragam, membuat para produsen untuk terus maju bersaing. Produsen akan memikirkan segala cara untuk menghadapi persaingan, bagi para produsen, pesaing adalah berebut menjadi yang terbaik, yaitu menjalankan bisnisnya dengan produk yang bermutu, harga bersaing dan pelayanan total.²

Jual beli merupakan salah satu aktivitas bisnis yang sudah berlangsung cukup lama dalam masyarakat. Jual beli telah mengalami perkembangan dari pola tradisional sampai pada pola modern. Dahulu masyarakat hanya melakukan aktivitas jual beli dalam bentuk tukar menukar barang dengan barang.

¹ Michael Porter, *Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Erlangga, 1994), 2.

² Muhammad Ismail, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 93.

Perkembangan teknologi internet yang sangat pesat pada saat ini mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia. Teknologi informasi yang disertai perkembangan internet saling mendukung satu sama lain sehingga melahirkan konsep teknologi informasi berbasis internet yang perkembangannya semakin luas dan semakin banyak diterapkan dalam bisnis perusahaan di berbagai bidang demi tercapainya tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.³

Teknologi internet sudah terbukti merupakan salah satu media informasi yang efektif dan efisien dalam penyebaran informasi yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja. Hal ini telah menggeser dunia bisnis offline dengan perkembangan teknologi internet yang mempunyai efek yang sangat besar pada perdagangan atau bisnis, dengan memberikan kenyamanan pada konsumen dalam transaksi yang dibangun melalui dunia maya yang disebut *online shop* atau *e-commerce*, karena lebih mudah mendapatkan barang yang diinginkan dan dapat memperluas jangkauan target pasar. Hanya dari rumah atau ruang kantor, calon pembeli dapat melihat produk-produk pada layar computer, mengakses informasinya, memesan dan membayar dengan pilihan yang tersedia.

Bisnis online atau e-commerce secara sederhana dapat diartikan sebagai proses jual beli, pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jejaring internet.⁴ Pada awalnya, *online shop* merupakan salah satu bentuk kegiatan meliputi jual beli dan marketing barang atau jasa melalui sistem elektronik.

³Mahmudi. *Analisis dan Perancangan Sistem Penjualan Berbasis Web pada Toko Oncel*,. (Bandar Lampung: Stimik Tektorat,2009)

⁴ Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2014), 19.

Pembayaran dilakukan dengan sistem yang telah ditentukan dan barang akan dikirimkan melalui jasa pengiriman barang. *Online shop* adalah salah satu fasilitas yang disajikan internet yang memberikan berbagai kemudahan. Kemudahan yang diberikan dalam berbelanja yaitu efisiensi waktu, tanpa harus bertatap muka pelanggan bisa membeli kebutuhan yang diinginkan tanpa menghabiskan waktu dan tenaga. Karena kemudahan inilah membuat *online shop* semakin diminati.

Namun tidak mudah berbisnis *online shop*, karena ada beberapa kendala yang sering menjadi masalah yaitu kurang percayanya calon pembeli terhadap situs *online shop* karena maraknya penipuan di beberapa situs *online shop* tertentu. Walaupun hanya beberapa *online shop* yang telah melakukan penipuan namun dampaknya pada semua situs *online shop*. Mereka jadi kurang dipercayai oleh calon pembeli.

Dalam bisnis *online* yang menjadi salah satu kendala utama bagi pebisnis *online* adalah menyediakan barang yang harus dijual. Stok barang jelas membutuhkan modal, yang kadang menjadi masalah besar bagi pebisnis dengan modal kecil. Penyediaan stok barang juga membuat keuntungan pedagang *online* menjadi lebih kecil, karena mereka harus membayar biaya kirim dari *supplier* ke rumah mereka, sebelum dikirim lagi kepada pembeli. Pada saat ini muncul salah satu model bisnis *online* internet marketing dengan istilah *dropshipping*.

Dropshipping adalah suatu usaha penjualan produk tanpa harus memiliki produk apapun.⁵ Dengan kata lain *Dropshipping* adalah penjualan produk yang memungkinkan penjual menjualkan produknya kepada pelanggan, penjual dalam hal ini menjual barang ke pelanggan dengan bermodalkan gambar dari pemilik (*supplier*) (tanpa harus menyetok barang) dan menjual ke pelanggan dengan harga yang ditentukan. Jadi, penjual adalah pelaku aktif untuk mencari pelanggan.

Jual beli sistem *dropshipping* dalam bisnis online merupakan sebuah bisnis menjanjikan dalam mendatangkan jutaan rupiah ke rekening pelaku bisnis, akan tetapi jual beli ini, nama baik menjadi taruhan, karena konsumen bisa melakukan over complain atas produk barang yang dijual tidak bersifat ready stock. Mengingat barang yang dijual tidak secara langsung penjual kirim sendiri, maka bisa saja saat konsumen atau pembeli, anda sebagai penjual akan mengalami kesulitan tersendiri dan nama baik sebagai penjual menjadi jelek dengan complain tersebut.

Pada sistem *dropshipping* ini proses pemasaran bisa dilakukan secara *online* maupun *offline*, tetapi biasanya cara *online* lebih efektif bagi sebagian besar orang. Mereka tidak harus memiliki barang. Cukup menggunakan beberapa sarana atau media sosial yang dimiliki oleh *dropship* untuk memasarkan produk secara *online*, yaitu melalui forum, toko *online*, blog pribadi, media sosial (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*), lewat aplikasi *messenger smartphone* (*BBM*, *Whatsapp*, *Line*, *wechat*), dan media lainnya,

⁵ Iswidharmanjaya, Derry, *Dropshipping Cara Mudah Bisnis Online*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012), 5.

lalu jika ada pesanan, mereka tinggal menghubungi pihak *dropsipper* atau grosir. Setelah itu pihak *Dropsipper* atau grosir yang mengirimkan barang langsung kepada pembeli dengan nama pengirim yaitu penjual.

Berbagai kesempatan di lingkungan sosial terutama di lingkungan kampus Universitas Trunojoyo Madura sering memperbincangkan mengenai *Online Shop*, untuk memenuhi kebutuhan, mempercantik diri dan lain sebagainya. Banyak sekali yang menjual berbagai kebutuhan *fashion* secara *online* dengan menggunakan merk dagang lain dan menjual dengan harga lebih murah atau bahkan lebih mahal. *dropship* biasanya hanya menjual lewat gambar saja tanpa memiliki barang tersebut, sehingga *dropship* ini belum mengetahui bahan atau kualitas barang dagangannya sendiri, itu menjadi kelemahan sistem *dropshipping* ini apabila ada kecacatan atau ketidaksesuaian barang *dropship* tidak tau apa yang harus dilakukan. “bagaimana tanggung jawab seorang dropship terhadap barang jualan yang dikirim kepada pembeli”. sehingga terkadang sebagian pembeli merasa ragu membeli barang secara online. Itu membuat sebagian pelaku bisnis online mengalami pemerosotan dalam permintaan barang. Selain permasalahan diatas terdapat problem yang sangat besar juga yaitu Banyak kekurangan dalam usahaa jual beli menggunakan sistem *dropshipping* salah satunya adalah hukum dari sistem jual beli yang menggunakan sistem dropshipping tersebut di perbolehkan dalam agama islam atau malah dilarang. sehingga peneliti mengambil judul model jual beli sistem *dropshipping* dalam prespektif ekonomi Islam di kalangan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?

Berdasarkan fenomena tersebut maka penulis tertarik untuk menganalisis Manajemen Pemasaran Sistem *Dropshipping*. Oleh karena itu penulis melakukan sebuah penelitian tentang Model Jual Beli Sistem *Dropshipping* Persektif Ekonomi Islam di kalangan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian tersebut yaitu, bagaimana model jual beli sistem dropshipping dalam prespektif ekonomi Islam di kalangan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui model jual beli *dropshipping* dalam prespektif ekonomi Islam di kalangan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

2. Kegunaan Penelitian

a. Untuk Teoritis

- 1) Dapat menambah ilmu pengetahuan dan literature bagi mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura khususnya jurusan Ekonomi Syariah atau pihak lain yang melakukan penelitian sejenis.

2) Dapat memperluas wawasan ilmiah mengenai peninjauan tentang manajemen pemasaran system dropshipping dalam Ekonomi Islam bagi semua orang yang membaca.

b. Untuk Universitas

Penelitian ini akan menambah kepustakaan dibidang ekonomi Islam dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk menambah wawasan pengetahuan.

c. Untuk Masyarakat

Diharapkan bagi masyarakat agar mampu memanfaatkan kegunaan internet dengan maksimal untuk hal yang lebih penting, dalam hal ini melakukan jual beli *online* daripada sekedar untuk bersosialisasi secara maya.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan apa yang telah peneliti lakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan, maka penelitian bisa membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya seperti skripsi tentang:

Penelitian yang dilakukan oleh Putra Kalbuadi dengan judul “jual beli online dengan menggunakan sistem dropshipping menurut sudut pandang akad jual beli Islam”⁶

⁶ Putra Kalbudi, Jual Beli Online dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam, Skripsi Tahun 2015 Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Muamalat (Ekonomi Islam).

Yang membedahkan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini lebih fokus ke model jual beli *dropshipping* sedangkan penelitian sebelumnya lebih terfokuskan ke akad yang ada dalam jual beli.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam mempelajari materi skripsi ini, sistematika pembahasan memegang peranan penting. Adapun sistematika pembahasan skripsi ini terdiri dari lima bab, masing-masing bab mempunyai pembahasan yang berbeda akan tetapi mempunyai keterkaitan, pembahasan tersebut adalah:

Bab pertama, berisi pendahuluan yang terdiri dari: Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, berisi landasan teori dalam bab ini termuat sekilas tentang model, jual beli, akad, *dropshipping*.

Bab ketiga, akan dipaparkan mengenai metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab keempat, analisis model jual beli *dropshipping* prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

Bab kelima, adalah penutup guna mengakhiri pembahasan yang berisi tentang kesimpulan dari bahasan yang telah dilakukan dan selanjutnya diberikan saran atau masukan.