

ABSTRAK

Nurul Askara Putri. (2021.02.006). 2025. “*Analisis Akad Wakalah Bil Ujah Terhadap Praktik Dropshipping di Marketplace Shopee pada Toko Sophia_official.1 dan Praktek Affiliate pada Akun Pipitfitriyani.store dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*”.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pertumbuhan pesat *e-commerce* di Indonesia. Dua praktik bisnis yang populer adalah *dropshipping* dan *affiliate marketing* karena menawarkan peluang usaha tanpa modal besar dan tanpa penyimpanan stok barang. Namun, keduanya memunculkan persoalan mengenai kejelasan akad, transparansi komisi, serta kesesuaian dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik *dropshipping* pada Toko Sophia_official.1 dan *affiliate marketing* pada akun Pipitfitriyani.store di platform Shopee ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Selain itu, penelitian juga membandingkan kedua praktik tersebut guna mengetahui relevansinya dengan prinsip-prinsip akad syariah dalam bisnis digital.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menggunakan konsep akad *wakalah bil ujah*, yaitu pemberian kuasa yang disertai imbalan. Dalam praktik *dropshipping*, *dropshipper* bertindak sebagai wakil yang menjual barang atas nama pemasok, sedangkan dalam *affiliate marketing*, *affiliator* mempromosikan produk melalui tautan khusus dan menerima komisi jika terjadi transaksi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Data diperoleh melalui wawancara dengan pelaku usaha serta studi pustaka dari berbagai literatur yang relevan, kemudian dianalisis untuk menggambarkan implementasi akad *wakalah bil ujah* dalam konteks bisnis digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *dropshipping* pada toko Sophia_official.1 sesuai dengan akad *wakalah bil ujah*, di mana *dropshipper* berperan sebagai wakil sah dari pemasok yang menjual barang atas nama pihak lain. Sementara itu, praktik *affiliate marketing* pada akun Pipitfitriyani.store juga dapat dikategorikan sebagai akad *wakalah bil ujah*, dengan karakteristik bahwa *affiliator* hanya berperan dalam mempromosikan produk melalui tautan khusus dan memperoleh komisi ketika terjadi transaksi, tanpa terlibat langsung dalam jual beli. Perbandingan keduanya memperlihatkan perbedaan pada tingkat keterlibatan pelaku di mana *dropshipper* aktif dalam transaksi jual beli, sedangkan *affiliator* terbatas pada promosi. Dengan demikian, ketiga rumusan masalah penelitian ini terjawab, dan kedua praktik dapat dinilai sejalan dengan prinsip muamalah syar’i selama tetap menjunjung kejelasan (*wudhuh*), keadilan (*‘adalah*), dan kejujuran (*‘sidq*).

Kata Kunci: Akad Wakalah Bil Ujah; Praktik Dropshipping; Praktek Affiliate marketing; Marketplace; Hukum Ekonomi Syariah.