BAB III
GAMBARAN UMUM TRANSAKSI ONLINE SISTEM DROPSHIPPING

A. Definisi Media Online

Kata Online terdiri dari dua kata dalam bahasa Inggris, yaitu *On* yang berarti hidup atau di dalam, dan *Line* yang berarti garis, lintasan, saluran atau jaringan.[1]

Istilah lain dari onlinne adalah kata Cyberpace (ruang maya) yang pertama kali digunakan oleh seorang penulis fiksi ilmiah, William Gibson. Seorang Cybernot (penjelajah ruang maya) dapat melihat dan bergerak bebas menelusuri dunia maya. Ruang maya tidak seperti televisi tetapi mirip sebuah bacaan yang tidak disensor, tidak dijaga oleh penjaga pintu, namun ia tidak dapat melarikan diri dari akumulasi sejarah. Ketika Silicon Graphics pelopor perusahaan maya menemukan sistem komputer berbasis pada apa yang disebut *reality engines*, yang

[1] Sederet.com", Online Indonesia English Dictionary. http://mobile.sederet.com/(5 februari 2015).

dirancang supaya *memompa keluar informasi memori* dan *menjaga ilusi agar tetap hidup*. Sistem komputer tersebut adalah internet.[2]

Internet merupakan teknologi yang menyimpan segudang fasilitas dan layanan yang patut dipahami dan dikuasai oleh siapa pun di zaman modern. Namun internet bagaikan hutan rimba. Penjelajah yang belum berpengalaman tentu membutuhkan peta dan pemahaman baik konsep maupun teknis untuk mengaksesnya agar tidak tersesat dan dapat menikmati kegiatan penjelajahan.[3]

Kelebihan internet adalah mampu mempersingkat jarak dan waktu, karena sifatnya yang real time, artinya pada saat konten tertentu dimasukkan dalam internet, maka user (pengguna) lainnya langsung dapat melihat konten tersebut walaupun di tempat yang berbeda waktu bahkan jarak yang sangat jauh. Dengan adanya internet memungkinkan terjadinya komunikasi yang super cepat

---

[2] Jakob Oetomo., *Sejarah Sosial Media*,. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006). h, 393.

[3] Jakob Oetomo., *Sejarah Sosial Media*,. h, 397.

antara satu pihak dengan pihak lainnya, tanpa mengenal batasan ruang dan waktu.

Secara resmi, proyek internet pertama kali dikembangkan pada tahun 1969 oleh salah satu lembaga riset di Amerika Serikat, yaitu DARPA (Defence Advanced Research Projects Agency). Dilatarbelakangi perang dingin antara Amerika Serikat dan Uni Soviet, teknologi ini diciptakan dengan tujuan mengantisipasi kehilangan data penting yang dimungkinkan terjadi seandainya Uni Soviet berhasil menduduki basis militer Amerika. Tahun 1972, jaringan komputer yang pertama dihasilkan dari proyek DARPA tersebut lahir dan diberi nama ARPANet. Jaringan tersebut menghubungkan 40 titik melalui berbagai macam jaringan komunikasi dan tahan terhadap berbagai gangguan alam. Aplikasi yang dikembangkan pada saat itu masih sebatas FTP (File Transfer Protocol), email dan telnet.[4]

[4] Wahyono,. Online www.Sejarah-Internet, 2006. (diakses tanggal 10 Mei 2013).

Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis pada telekomunikasi dan multimedia dengan memiliki informasi yang bersifat update (terbaru), aktual dan menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses jaringan internet.

Pada dasarnya, media online mengusung dua prinsip utama pengelolaan pengetahuan (Knowledge Management). Pertama adalah menyimpan pengetahuan secara digital yang dapat diunggah secara online karena disimpan dalam jaringan intranet, maka setiap informasi dapat dipelihara, dikategorikan, dianalisa, diperbaharui, dan disebarluaskan dengan lebih efisien. Prinsip kedua yang diangkat oleh media online adalah memudahkan akses terhadap pengetahuan. Karena dapat diunduh secara online, maka siapa saja, baik individu maupun organisasi mempunyai dapat mengakses informasi juga dapat menyebarluaskannya. Karenanya pertukaran sebuah informasi dapat terjadi lebih efektif. Tidak dapat dipungkiri, kehadiran berbagai sosial network seperti

facebook dan twitter, juga meningkatkan kebutuhan pengguna untuk mengakses media online untuk pertukaran pengetahuan.

Media online merupakan media berbasis teknologi komunikasi interaktif dalam hal ini jaringan komputer. Oeh karenanya ia memiliki ciri khas yang tidak dimiliki media konvensional lainnya, salah satunya adalah pemanfaatan internet sebagai wahana di mana media tersebut ditampilkan, sekaligus sebagai sarana produksi dan distribusi informasi. Oleh karena itu peranan teknologi komunikasi dalam hal ini adalah internet, sangatlah besar dalam mendukung setiap proses penyelenggaraan media online. Besarnya pengaruh teknologi internet dalam penyelenggaraan media online ditunjukkan melalui pengeksplorasian setiap karakter yang dimiliki internet yang kemudian diadopsi oleh media online.[5]

[5] http://media-online.com/ (diunduh 27-04-2013).
[48]Jakob Oetomo., *Sejarah Sosial Media*,. h, 225.

B. Karakteristik Media Online

Karakteristik umum yang dimiliki media online antara lain adalah sebagai berikut:[48]

1. Kecepatan informasi (aktualitas)

   Kejadian atau peristiwa yang terjadi di lapangan dapat langsung di upload ke dalam situs web media online ini, tanpa harus menunggu hitungan menit, jam atau hari, seperti yang terjadi pada media elektronik atau media cetak. Dengan demikian mempercepat distribusi informasi ke pasar (pengakses), dengan jangkauan global lewat jaringan internet dan dalam waktu bersamaan .dan umumnya informasi yang ada tertuang dalam bentuk data dan fakta bukan cerita.

2. Pembaruan informasi (updating)

   Informasi disampaikan secara terus menerus, karena adanya pembaruan (updating) informasi. Penyajian yang bersifat realtime ini menyebabkan tidak adanya waktu yang diiistemewakan (prime

time) karena penyediaan informasi berlangsung tanpa putus, hanya tergantung kapan pengguna mau mengaksesnya.

3. Interaktivitas

   Salah satu keunggulan media online ini yang paling membedakan dirinya dengan media lain adalah fungsi interaktif. Model komunikasi yang digunakan media konvensional biasanya bersifat searah (linear) dan bertolak dari kecenderungan sepihak dari atas

   (top-down). Sedangkan media online bersifat dua arah dan egaliter. Berbagai features yang ada seperti chatroom, e-mail, online polling/survey, games, merupakan contoh interactive options yang terdapat di media online. Pembaca pun dapat menyampaikan keluhan, saran, atau tanggapan ke bagian redaksi dan bisa langsung dibalas.

4. Personalisasi

   Pembaca atau pengguna semakin otonom dalam menentukan informasi mana yang ia butuhkan. Media online memberikan peluang kepada setiap pembaca hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya, dan menghapus informasi yang tidak ia butuhkan. Jadi selektivitas informasi dan sensor berada di tangan pengguna (self control).

5. Kapasitas ukuran

   Informasi yang termuat bisa dikatakan tanpa batas karena didukung media penyimpanan data yang ada di server komputer dan sistem global. Informasi yang pernah disediakan akan tetap tersimpan, dan dapat ditambah kapan saja, dan pembaca dapat mencarinya dengan mesin pencari (search engine).

6. Terhubung dengan sumber lain (hyperlink)

   Setiap data dan informasi yang disajikan dapat dihubungkan dengan sumber lain yang juga

berkaitan dengan informasi tersebut, atau disambungkan ke bank data yang dimiliki media tersebut atau dari sumber-sumber luar. Karakter hyperlink ini juga membuat para pengakses bisa berhubungan dengan pengakses lainnya ketika masuk ke sebuah situs media online dan menggunakan fasilitas yang sama dalam media tersebut, misalnya dalam chatroom, lewat e-mail atau games.

C. Fungsi dan Manfaat Media Online

Adapun fungsi dan manfaat Media Online, antara lain:

1) Fungsi Media Online
    a. Memberikan informasi atau pengetahuan pada pengguna tidak terbatas
    b. Memperdekat jarak jika berkomunikasi melalui media online dengan pengguna lainnya di belahan dunia

c. Memudahkan seseorang untuk berbisnis dengan cara mempromosikan barang dagangannya

d. Memudahkan pengguna dalam berbagai keperluan seperti mencari data karena media online tersambung dengan berbagai katalog perpustakaan pengguna dapat menggunakan informasi tersebut.

2) Manfaat Media Online

a. Media Online sebagai sumber informasi tentang hal apapun tentu akan sangat membantu kehidupan masyarakat. Bagi mereka yang bekerja di bidang pendidikan, bidang literasi atau bidang kesenian bisa mencari berbagai informasi dari media online.

b. Keberadaan media online bisa mempermudah atau mempercepat suatu pekerjaan. Misalnya, ada suatu data dari satu kantor yang harus diserahkan pada kantor lain, penyerahan ini

bisa memanfaatkan media surat elektronik (email) yang tentunya menggunakan internet.

c. Dalam hal pergaulan, media online juga punya peranan yang sangat besar. Banyaknya forum dan jejaring sosial saat ini bisa membantu siapa saja untuk menambah pergaulan. Ini juga merupakan salah satu manfaat media online bagi masyarakat.

   Manfaat jejaring sosial juga tidak hanya menambah pergaulan, namun juga mempererat pertemanan dan membuat kita berlatih untuk bersosialisasi lebih baik.

d. Balakangan ini sering sekali tentang bisnis online, kita pun bisa menjalankan sebuah bisnis melalui media internet.

e. Kelebihan dari bisnis jenis ini adalah kita tidak perlu repotrepot menyewa lahan atau toko untuk berjualan. kita hanya menyiapkan barang yang akan dijual, mempromosikannya

dan kemudian menunggu pembeli menghubungi kita.

f. Membuat promosi. Manfaat media online yang satu ini tidak hanya berlaku bagi pebisnis online saja, namun juga bagi kita yang punya toko offline atau perusahaan tertentu yang ingin dikenal melalui media online.

g. Letak manfaat jejaring sosial yang ada di internet. Kita bisa menggunakan jejaring sosial apapun untuk berpromosi, atau bahkan membuat situs pribadi yang memuat usaha kita.

h. Manfaat media online bagi masyarakat tidak hanya terbatas pada para pembisnis dan juga untuk para konsumen. Apabila kita malas keluar rumah untuk belanja barang-barang tertentu, kita bisa mencari barang yang kita inginkan lewat media online tersebut.

D. Jual Beli Sistem Online

Teknologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah digital economics atau perekonomoan digital. Makin banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet. Misalnya, semakin banyak mengandalkan jual beli sistem online (e-commerce) sebagai media transaksi.[6]

E-commerce pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikkan melalui internet.[7]

Elektronik commerce atau disingkat dengan E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufactur

---

[6] Riyeke Ustadiyanto,. *Framework E-Commmerce*., (Bandung: Alfabeta, 2011). h. 11.

[7] Riyeke Ustadiyanto,. *Framework E-Commmerce*,. h, 13.

(manufaktur), services providers dan pedagang perantara (intermediateries) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (computer network) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.[8]

Istilah E-commerce yang didefenisikan oleh Juolian Ding merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat didalam elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak dan keberadaan media ini dalam public network (sistem tertutup). Dan sistem public network ini harus mempertimbangkan sistem terbuka.[9]

---

[8] Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo,. *Bisnis E-Commerce Study System Keamanan dan Hukum di Indonesia*.. h, 10.

[9] Ding Julian., *E-Commerce: Law And Office*., (Sweet And Maxwel Asia). h, 25.

Dari berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai identifikasi di atas, terdapat kesamaan dari masing-masimg definisi tersebut. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa e-commerce memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Terjadinya transaksi anatara dua belah pihak
2. Adannya pertukaran barang, jasa, atau informasi
3. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dari karakteristik tersebut diatas terlihat jelas bahwa pada dasarnya ecommerce merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi yang secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang mana dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang, serta salah satu bentuk jual beli yang pada hampir setiap aktivitas dilakukan secara elektronik dengan menggunakan internet, transaksi-transaksi perdagangan elektronik ini yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak serta penggunaan

komputer sebagai sarana penciptaan relasi bisnis sehingga terjadi proses pembelian dan penjualan jasa/pertukaran dan distribusi informasi antara dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan internet.

E. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli Online

Dalam melakukan transaksi elektronik; dalam hal ini adalah jual beli online, terdapat kelebihan di satu sisi dan juga kekurangan pada sisi lain yang didapatkan oleh pelaku usaha maupun konsumen. Adapun kelebihan dan kekurangan bagi pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli online adalah sebagai berikut:[10]

a) Kesulitan memasarkan barang jualan secara langsung, tetapi cukup melakukan pemasaran barang jualan melalui media online.
b) Jual beli dapat dilakukan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu. Jual beli online

[10] Arip Purkon,. *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah via Internet.*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014). h, 20.

merupakan bisnis yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, selama tersedia fasilitas untuk mengakses internet.

c) Modal awal yang di perlukan relatif kecil. Modal yang di perlukan adalah fasilitas akses internet dan kemampuan mengoperasikannya. Banyak penyedia jasa yang menawarkan media promosi, baik yang berbayar maupun yang gratis.

d) Jual beli online dapat berjalan secara otomatis. Pelaku usaha hanya melakukan bisnis jual beli di beberapa jam saja setiap harinya sesuai dengan kebutuhan. Selebihnya di gunakan untuk melakukan aktivitas yang lain.

e) Akses pasar yang lebih luas. Dengan adanya akses pasar yang lebih luas, potensi untuk mendapatkan pelanggan baru yang banyaak semakin besar dan bertambah.

F. Definisi Transaksi Sistem Dropshipping

Dropshipping menjadi model bisnis yang diminati pembisnis online baru dengan modal yang kecil bahkan tanpa ada modal. Karena dropship (toko online) tidak pernah menyetok dan menyediakan tempat penyetokan barang melainkan hanya mempromosikan melalui toko online dengan memasang foto dan kriteria barang dan harga. Barang didapat dari jalinan kerjasama dengan perusahaan lain yang memiliki barang yang sesungguhnya, yang disebut dropshipper.[11]

Dropshipping adalah penjualan produk yang memungkinkan dropshipper menjual barang ke pelanggan dengan bermodalkan foto dari supplier/toko (tanpa harus menyetok barang) dan menjual ke pelanggan dengan harga yang ditentukan oleh dropshipper. Setelah pelanggan mentransfer uang ke dropshipper, dropshipper membayar kepada supplier sesuai harga beli dropshipper (ditambah ongkos kirim ke pelanggan) serta memberikan

[11] Feri Sulianta,. *Terobosan Berjualan Online Ala Dropshipping*., (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014). h, 2.

data-data pelanggan kepada supplier. Barang yang dipesan akan dikirim oleh supplier ke pelanggan. Namun yang menarik nama pengirim yang tercantum tetaplah nama si dropshipper.[12]

Dropshipping dalam tinjauan Syariah adalah menentukan harga barang sendiri, namun setelah mendapat pesanan barang, dropshipper langsung membeli barang dari supplier.[13]

Istilah dropshipper adalah agen yang menjual kembali produk suppliernya dengan tidak memiliki produk suppliernya tersebut. Sehingga dropshipper hanyalah agen yang menjual informasi dari suatu produk tertentu.[14]

Transaksi dropshipping menurut Feri Sulianta merupakan salah satu metode jual beli secara online, di mana badan usaha atau perorangan baik itu toko online

---

[12] http://catumorli.blogspot.com/2012/11/sistem-dropshipping-dalam-pandangan.html, di akses pada 21 Oktober 2014.

[13] http://blitza679.com/942/dropshipping-dalam-tinjauan-syariah. html, di akses pada 08 November 2014.

[14] http://olshop.azkiyaputri.com/blog/perbedaan-antara-reseller-dan-dropshipper. [58] Feri Sulianta,. *Terobosan Berjualan Online Ala Dropshipping.*, h, 4.

atau pengecer (dropsip) tidak melakukan penyetokkan barang, dan barang didapat dari jalinan kerja sama dengan perusahaan lain yang memiliki barang yang sesungguhnya atau yang disebut dropshipper. Secara istilah dropshipping adalah metode jual beli secara online, dropship adalah istilah bagi toko online, dan dropshipper adalah perusahaan yang menawarkan barang dagangan untuk dijual yang akan mengirim barang langsung kepada konsumen setelah toko online membayar harga barang dan biaya pengiriman.[58]

G. Mekanisme Transaksi Sistem Dropshipping

Dalam mekanisme jual beli online hal pertama yang harus di lakukan oleh konsumen adalah mengakses situs tertentu dengan cara masuk ke alamat website toko online yang menawarkan penjualan barang. Setelah masuk dalam situs tersebut, konsumen tinggal melihat pilihan menu dan memilih barang apa yang ingin dibeli. Misalnya, jam tangan, klik jam tangan, merk apa yang di sukai, klik dan pilih harga yang cocok, lalu klik sudah cocok, bisa

dilakukan dengan transaksi menyetujui perjanjian yang telah ditetapkan oleh kedua belah pihak. Terjadi kesepakatan secara digital pelaku usaha dan kemudian akan mengirimkan nomor rekening atau pembayaran melalui nomor kontrak, selanjutnya konsumen mengisi identitas alamat yang akan didistribusikan barangnya dan setelah itu konsumen menunggu barangnya dalam jangka waktu seminggu.[15]

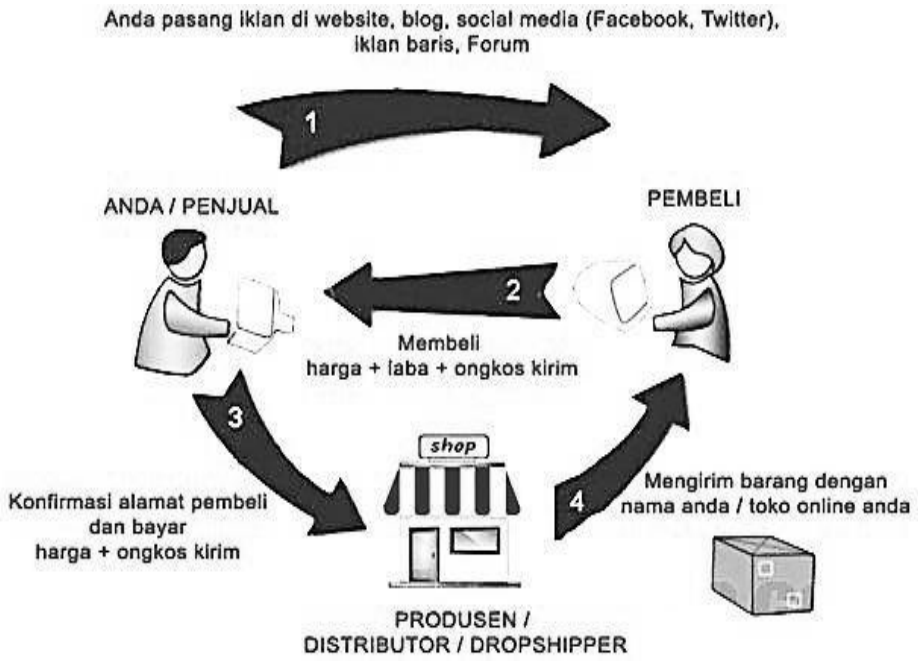
Melihat mekanisme jual beli online tersebut di atas sebenarnya secara prinsipil sama halnya dengan jual beli online sistem dropshipping yang mana barang yang diperjualbelikan melalui pemanfaatan media internet. Selain itu pelaku dropship dilihat dari segi barangnya tidak dimiliki oleh penjual, karena penjual atau dropshiper hanya memasarkan dan menjual informasi mengenai barang dagangan yang dimiliki oleh suplier atau agen toko. Dengan demikian dalam jual beli online sistem

[15] Misbahuddin,. *E-Commerce dan Hukum Islam*., (Makassar: Alauddin Univerity Press, 2012). h, 24.

dropshipping paling tidak terdapat beberapa unsur sebagai berikut:

1. Dropship (penjual informasi barang) tanpa harus memiliki dan membeli barang terlebih dahulu
2. Dropshipper (agen /suplier) pemilik barang yang sesungguhnya.
3. Konsumen/pelanggan yang membeli barang melalui dropship
4. Akun media sosial atau website dan jaringan medsos lainnya yang dimiliki oleh pelaku bisnis dropshipping untuk memposting poto barang-barang yang hendak dipasarkan kepada konsumen.

Dengan demikian dapatlah diilustrasikan mekanisme jual beli online sistem dropshipping sebagaimana pada gambar berikut ini:

Gambar 3.1.

Mekanisme Dropshipping