

BAB III

PRAKTEK *DROPSHIPPING* DALAM AKAD JUAL-BELI SECARA *ONLINE* PADA MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

A. Pihak Yang Terkait Dengan Jual-Beli Sistem Dropshipping

Dropshipping merupakan sistem jual-beli secara online yang cukup marak akhir-akhir ini. Hal tersebut wajar karena kepraktisannya, salah satunya bentuk adalah sebagai penjual tidaklah perlu memikirkan stok barang dagangan, karena barang dagangan tersebut didapat dari orang lain.

Sederhananya jual-beli sistem *dropshipping* terbentuk dengan tiga pihak yaitu, *supplier*, *dropshipper* dan konsumen. Dari ketiga pihak tersebut pastilah di antara mereka terikat dengan kewajiban dan hak, karena dengan keterikatan tersebut timbullah hubungan hukum di antara mereka. Dengan terikatnya kewajiban dan hak mereka, maka para pihak terikat dengan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Untuk lebih jelasnya, penjabaran para pihak dalam jual-beli sistem *dropshipping* sebagai berikut:

1. *Supplier*

Pada dasarnya *supplier* merupakan pemasok barang atau bisa dikatakan sebagai pemilik barang asli. Pada sistem *dropshipping*, *supplier* tidak menjual barang dagangannya secara langsung kepada konsumen, akan tetapi melewati *dropshipper* terlebih dahulu.

Karena *supplier* merupakan penjual sekaligus pelaku usaha yang terikat dengan kewajiban dan haknya, maka pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7 menyebutkan bahwa kewajiban yang dimilikinya, diantaranya adalah:¹

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

¹ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7. pdf

- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dari penuturan Pasal 7 dapat disimpulkan bahwa kewajiban dari *supplier* diantaranya adalah; beritikad baik, memberikan informasi benar, melayani konsumen dengan baik, memberi jaminan dan kompensasi. Sedangkan untuk haknya sendiri diatur dalam Pasal 6 diantaranya sebagai berikut:²

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Jadi dapat diketahui bahwa hak yang didapatkan oleh diantaranya adalah; menerima pembayaran, mendapat perlindungan hukum, hak

² Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 6. pdf

rehabilitasi nama baik dan hak-hak yang diatur dalam peraturan lainnya. Terlepas dari pada itu, *supplier* juga tidak bisa lepas dari risiko yang ditanggungnya walaupun pada sistem ini *supplier* tergolong aman karena berperan sebagai pemasok. Adapun risiko tersebut adalah kesalahan dalam penentuan harga pada produk yang dijualnya. Walaupun risiko tersebut tidak terlalu besar tetap akan berpengaruh pada pendapatan yang diterima

2. *Dropshipper*

Pada dasarnya *dropshipper* juga merupakan penjual pada sistem *dropshipping* akan tetapi tanpa ada penyetokan barang dagangan, karena barang tersebut diambil dari tangan *supplier*. Maka *dropshipper* bisa dikategorikan sebagai penjual sama seperti halnya *supplier*, berpedoman dengan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,

Adapun kewajiban yang harus dilaksanakan menurut Pasal 7 di antaranya sebagai berikut:³

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

³ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7. pdf

- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Sama seperti *supplier*, *dropshipper* harus menaati kewajiban-kewajiban yang tertera pada Pasal tersebut. Karena posisi *dropshipper* juga penjual suatu barang. Hal tersebut juga berlaku dengan hak dari *dropshipper*. Dari persamaan posisi sebagai penjual, hak *dropshipper* menurut Pasal 6 yaitu:⁴

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

⁴ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 6. pdf

- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Walaupun posisi *dropshipper* dan *supplier* sama-sama penjual, akan tetapi risiko yang ditanggung sangatlah berbeda. Berbeda dengan *supplier*, *dropshipper* berkomunikasi langsung dengan calon konsumen. Jadi dapat dibedakan dengan jelas letak perbedaannya. Adapun resiko sebagai *dropshipper* sebagai berikut:⁵

- a. Stok barang sulit untuk dipantau, karena barang tidak ada ditangan dropshipper.
- b. Besarnya resiko kalah saing dengan reseller.
- c. Bila terjadi komplain dari konsumen akan sulit untuk menjawab komplain tersebut, karena barang yang dijual bukan milik sendiri

⁵ Labib Nubahai, Konsep Jual Beli Model Dropshipping Prespektif Ekonomi Islam, dalam journal Misykat, Vol. IV, No. 01, 2019, hal. 90

- d. Rentannya penipuan yang dilakukan oleh supplier nakal. Bisa saja barang telah dipesan tidak sampai kepada konsumen.⁶

3. Konsumen

Konsumen sendiri merupakan seseorang yang mengambil manfaat dari suatu barang yang dibelinya, atau sederhananya konsumen disini adalah pembeli dari suatu barang dagangan. Karena konsumen merupakan bagian dari pihak yang terkait dengan jual-beli sistem *dropshipping*, jadi kewajiban dan hak juga diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Adapun kewajiban konsumen yang diatur Pasal 5 diantaranya sebagai berikut:⁷

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Sedangkan untuk haknya konsumen diatur pada Pasal 4, adapun isi dari hak konsumen di antaranya sebagai berikut:⁸

⁶ Rico Huang, *Dropship Mastery*, (Jakarta: PT. Alona Indonesia Raya, 2017), hal 16

⁷ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 5. pdf

⁸ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4. pdf

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Karena adanya suatu transaksi tak mungkin konsumen bisa lepas dari suatu transaksi. Adapun risiko yang dihadapi oleh konsumen dalam transaksi *dropshipping* diantaranya:

- a. Bila menginginkan komplain terhadap barang yang dibeli penanggapannya cukup memakan, karena barang tersebut bukan milik penjual akan tetapi milik dari *supplier*.
- b. Seperti jual-beli secara kebanyakan, konsumen rentan akan penipuan suatu barang. Entah barang tersebut tidak sesuai dengan yang tertera ataupun tidak terkirimnya barang ketangan konsumen.⁹

B. Fenomena *Dropshipping* Pada Media Sosial *Instagram*

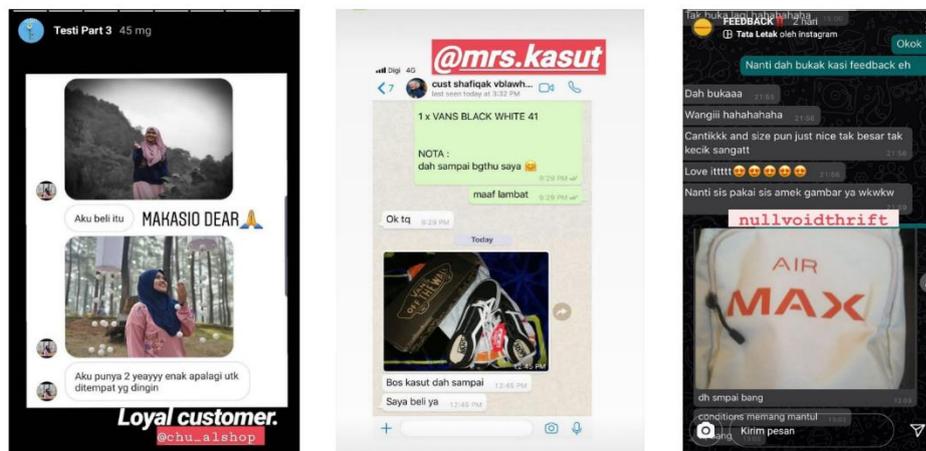
Penggunaan internet tidak sebatas tempat bermedia sosial, pertukaran informasi dan berita secara cepat semata, akan tetapi dapat juga digunakan untuk melakukan transaksi jual-beli. Maka tak ayal bila sekarang ini telah merambah toko-toko *online* yang tersebar pada penjuru internet, bahkan media sosial yang awalnya tempat bersosialisasi semata, kini juga digunakan sebagai wadah transaksi jual-beli pula.

Dropshipping merupakan sistem jual-beli dengan cara *online* yang di mana penjual (*dropshipper*) tidak menyetok barang dagangannya, akan tetapi barang tersebut masih berada pada penyuplai (*supplier*). Jika ada yang membeli barang tersebut *dropshipper* langsung menghubungi *supplier* untuk mengadakan dan mengerimkannya kepada konsumen atas nama *dropshipper*.

Lebih tepatnya dalam media sosial *Instagram*, *dropshipping* lebih condong kedalam teknik pemasaran yang dimana *dropshipper* tidak menyimpan stok barang. Sebagia orang menggunakan sistem jual-beli ini sebagai pekerjaan sampingan, dikarenakan cara kerja dan prosesnya tidak

⁹ Rosian Anwar & Wijaya Adidarma, Pengaruh kepercayaan dan risiko pada minat beli belanja online, dalam *journal managemen dan bisnis sriwijaya* Vol. xiv, No. 02, 2016, hal. 157

terlalu merepotkan, dapat dilakukan di mana saja dan ditambah model yang relatif kecil.¹⁰ Untuk contoh transaksi dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa biasanya para pelanggan langsung mengontak penjual/*dropshipper* via DM (*directory message*) atau dialihkan menggunakan WA (*whatApps*). Setelah pembeli yang tertarik, dan memesan barang tersebut. Lalu *dropshipper* mengkonfirmasi barang tersebut kepada *supplier* mengenai barang yang tadi dipesan. Apabila barang tersebut ada, maka *dropshipper* mengkonfirmasi kepada pembeli beserta meminta identitas pembeli berupa nama dan alamat. Kemudian pembeli diminta mentransfer sejumlah uang kepada *dropshipper* yang nilainya telah mencakup bagian keuntungan bagi *dropshipper*.

Selanjutnya penjual mentrasfer sebagian uang yang senilai dengan barang yang dijual dan mengirimkan identitas pembeli kepada *supplier*. Hal tersebut dilakukan agar *supplier* mengirimkan barang yang dipesan oleh

¹⁰ Irdlon Sahil, *Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, dalam journal SYAIKHUNA Vol. IX No 1, 2019, hal. 70

konsumen tersebut. Setelah itu konsumen tinggal menunggu barang tersebut datang dengan atas nama *dropshipper*.¹¹

Pada dasarnya ada beberapa hal yang bisa mempengaruhi transaksi *dropshipping*. Faktor-faktor tersebut bermacam-macam penyebabnya, adapun faktor yang mempengaruhi *dropshipping* diantaranya sebagai berikut:¹²

1. Ingin mendapatkan penghasilan tambahan dengan modal yang tidak besar.
2. Faktor lingkungan, karena lingkaran pertemanan yang dimiliki banyak yang melakukan kegiatan tersebut.
3. Digunakan untuk mengisi waktu luang disela-sela kerja ataupun kuliah, namun menghasilkan.
4. Merupakan pilihan termudah untuk belajar berjualan dan berbisnis.
5. Kategori modalnya kecil. Karena hanya bermodalkan handphone, paket internet, serta sosial media yang dimiliki.
6. Terjadinya kepercayaan antara *supplier*, *dropshipper*, dan konsumen.
7. Waktu yang dibutuhkan dapat dikatakan cukup fleksibel, hanya disaat mempromosikan dan disaat ada pesanan.
8. Keuntungan yang cukup menarik. Dikarenakan modal yang tergolong sedikit telah bisa mendapatkan keuntungan.

¹¹ Rico Huang, *Dropship Mastery*, (Jakarta: PT. Alona Indonesia Raya, 2017), hal 14

¹² Ani Nuraeni, *Analisis Praktik Dropship Online Dalam Tinjauan Bisnis Islam (Penelitian Pada Toko Teteh Jilbab Online Jakarta)*, dalam journal Al Fatih Vol. II no. 1, hal 43

9. Pada saat ini transaksi online jauh lebih mudah, cukup dengan transaksi melalui ATM dalam metode pembayaran, dan menggunakan jasa pengiriman seperti JNE, TIKI, J&T, Pos atau yang lainnya dalam metode pengiriman barang.

Fenomena *dropshipping* ini juga mirip dengan metode penjualan secara eceran yang dilakukan oleh toko-toko kelontong pada umumnya, akan tetapi yang membedakannya dari toko, tidak nampak fisiknya dan hanya berbentuk akun media sosial. Dan ditambah dalam hal ini penjual (*dropshipper*) tidak perlu menyetok barang dagangannya, dikarenakan barang dagangan tersebut diambil dari pemasok (*supplier*), dan juga dikirimkan *supplier* juga bila ada yang membeli barang tersebut.¹³

Hal menarik dalam *dropshipping* itu sendiri terletak pada seorang calon konsumen yang terkadang tidak tahu bahwa penjual tersebut adalah seorang pengecer dengan tidak memegang produk yang dijual dalam bentuk fisik. Dari situlah dapat diketahui bahwa perbedaan sistem *reseller* dan *dropshipping* sangatlah tipis, yang hanya ditunjukkan dengan hadir tidaknya produk tersebut di tangan penjual.

C. Pemasaran *Dropshipping* Pada Media Sosial *Instagram*

Pemasaran menjadi hal yang cukup krusial dalam sistem *dropshipping* ini. Cara konvensional yang biasa dilakukan oleh *dropshipper* adalah melalui pemasangan foto-foto barang yang dijual di *feed Instagram* dan

¹³ Rouf Imanudi, Jual Beli Online Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Perspektif Hukum Islam, dalam journal IJMS Vol. 02 No. 01, 2019, hal. 7

menjadikannya *story* di halaman *Instagram*-nya dengan berbekal *follower* yang dimiliki.

Untuk lebih memperkuat pemasaran, maka dilakukannya sistem promosi yang dilakukan dengan cara-cara berikut:¹⁴

1. *Follow & unfollow*

Yaitu suatu cara pemasaran dengan mem-*Follow* akun *online shop* yang satu niche dengan tujuan memudahkan pasar untuk menemukan produk yang dijual oleh dropshipper. Setelah *follower* sudah cukup banyak maka *unfollow* akun-akun yang dulu telah di *Follow* agar jumlah *following* tidak terlalu banyak.

2. *Paid Promote*

Suatu bentuk pemasaran dengan cara membayar akun dengan *follower* yang besar untuk mempromosikan suatu produk, dengan tujuan meningkatkan jumlah *following* serta memperlebar pasar.

3. *Endorsment*

Endorsment adalah kerjasama yang dilakukan *online shop*, dengan memberikan produknya kepada artis/selebgram untuk kemudian dipromosikan di akun *Instagram*-nya.

4. *Give a way*

Bisa dibilang *Give a way* merupakan teknik pemasaran dengan cara memberikan hadiah kepada *follower* dengan ketentuan dan syarat

¹⁴ Rico Huang, *Dropship Mastery*, (Jakarta: PT. Alona Indonesia Raya, 2017), hal 107

tertentu. Biasanya sistem ini digunakan untuk menambah *follower* secara signifikan.

D. Penentuan Harga *Dropshipping* Pada Media Sosial *Instagram*

Penentuan harga tergantung antara *supplier* dengan *dropshipper*, ada yang ditentukan oleh kedua belah pihak dan ada juga yang bebas menentukan harga sesukanya.

Mengenai harga yang diberikan biasanya *dropshipper* mendapat harga dari *supplier* kemudian *dropshipper* menambahkan harga untuk keuntungan *dropshipper*. “Keuntungan sebenarnya tergantung dari *dropshipper* itu sendiri, akan tetapi logisnya keuntungan berkisar antara 20 % sampai dengan 40 % dari harga barang” tuturan dari Soni Hendrawan.¹⁵

Contoh, harga yang di peroleh dari supplier Rp. 80.000 kemudian penjual menambahkan harga Rp. 20.000 jadi total harga barang yang di jual adalah Rp. 100.000. Jadi, *dropshipper* telah mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan tersebut walaupun tanpa harus memiliki stok barang.

Cara terbaik dan paling mudah dalam menentukan suatu harga barang *dropshipping* adalah melihat harga pasar terlebih dahulu. Bilamana barang tersebut dijual di bawah jauh dengan harga pasar, kemungkinan terbesarnya adalah keuntungan yang diperoleh akan kecil. Namun bila harga barang dijual terlampaui jauh dengan harga pasar, maka bisa jadi produk tersebut akan sulit

¹⁵ Soni Hendrawan “mengenai Berapa biasanya keuntungan yang di dapat dropshipper” dalam <https://id.quora.com/Berapa-biasanya-keuntungan-yang-di-dapat-dropshipper>, diakses pada tanggal 7 Juli 2020 Pukul 14.45

untuk diserap pasar, dengan skenario terburuknya produk yang dijual tidak laku dipasaran.¹⁶

E. Akad Jual-Beli *Online Dropshipping* Pada Media Sosial *Instagram*

Dalam *dropshipping* ada tiga komponen dalam membentuk sistem *dropshipping* itu sendiri. Diantaranya yaitu; *Dropshipper* (penjual suatu produk kepada pelanggan), *supplier* (pemasok atau pemilik barang asli/toko) dan yang terakhir adalah pembeli/konsumen itu sendiri. Bila dari tiga komponen tersebut tidak tercukupi maka *dropshipping* tidak akan pernah terjadi.¹⁷

Dari ketiga komponen pembentuk sistem jual-beli *dropshipping* tersebut, diantaranya; *Dropshipper*, *supplier* dan konsumen, dapat dibagi menjadi dua buah bentuk transaksi. Transaksi yang pertama dilakukan *dropshipper* dengan *supplier* dan transaksi keduanya dilakukan oleh *dropshipper* dengan konsumen.

Pada transaksi yang pertama antara *Dropshipper* dengan *supplier*. Ada dua kemungkinan yang dapat terjadi dalam transaksi ini. Kemungkinan yang pertama adanya kerjasama diantara *dropshipper* dengan *supplier*. Pada kemungkinan yang pertama ini *dropshipper* membuat kesepakatan dengan *supplier* yang berujung penentuan harga produk yang dijual. Jadi harga produk yang dijual *dropshipper* telah ditentukan dengan dasar kesepakatan.

¹⁶ Admin, mengenai "Tips Menentukan Harga Suatu Produk" dalam <https://www.alona.co.id/bisnis/tips-menentukan-harga-jual-suatu-produk/> diakses pada tanggal 5 Juli 2020 Pukul 23.17 WIB

¹⁷ Ani Nuraeni, *Analisis Praktik Dropship Online Dalam Tinjauan Bisnis Islam (Penelitian Pada Toko Teteh Jilbab Online Jakarta)*, dalam journal Al Fatih Vol. II no. 1, hal 40

Sedangkan kemungkinan kedua, kesepakatan antara *dropshipper* dengan *supplier* hanya semacam permohonan izin *dropshipper* untuk memasarkannya tanpa ada kesepakatan harga jualnya. Jadi pada pada kemungkinan ini *dropshipper* dapat bebas menentukan harga jual produk tersebut, karena kesepakatan tersebut hanya sebatas pemberitahuan dari *dropshipper* kepada *supplier*.

Transaksi yang dilakukan *dropshipper* dengan konsumen merupakan transaksi jual-beli pada umumnya, yang menjadi pembedanya adalah produk yang diperjual-belikan tersebut tidak berada di tangan *dropshipper*. Bilamana ada calon konsumen yang tertarik dengan produk yang dijual *dropshipper*, maka *dropshipper* akan mengkonfirmasi kepada *supplier* apakah produk tersebut tersedia atau tidak. Bila sudah dikonfirmasi oleh *supplier* bahwa itu ada, maka *dropshipper* akan meminta identitas beserta alamat konsumen dan meminta konsumen untuk mengirimkan sejumlah uang seharga barang tersebut ke rekening yang telah disediakan oleh *dropshipper*.

Hal di atas masalah berhubungan model kesepakatan antara *dropshipper* dengan *supplier*, yaitu soal penentuan harga produk. Pada model yang pertama *dropshipper* akan mendapatkan keuntungan yang dapat disebut sebagai upah dari pemasaran produk milik *supplier*. Sedangkan pada model kedua, keuntungan *dropshipper* didapat dari perbedaan harga jual antara *supplier* dengan *dropshipper*.¹⁸

¹⁸ Ahmad Syafii, *Step by Step Bisnis Dropshipping dan Reseller*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013), hal. 2