

3269-Article Text-12315-1-2- 20230701

by 1 1

Submission date: 05-Jul-2023 07:01PM (UTC+0500)

Submission ID: 2126808403

File name: 3269-Article_Text-12315-1-2-20230701.doc (378K)

Word count: 4864

Character count: 31835

ANALISIS PEMANFAATAN MARKETPLACE SEBAGAI SARANA PENJUALAN BAGI DROPSHIPPER DI SHOPEE

Meilisa¹, Moch. Wahyu Widodo²

¹⁾²⁾ Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
meilisamelisa16@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk :01/07/2023

Tanggal Revisi :11/07/2023

Tanggal Diterima :17/07/2023

Abstract

The purpose of this research is to find out how dropshippers utilize marketplace platforms, dropshipper work systems and dropshipper responsibilities to their consumers. The type of research used in this study uses qualitative methods with a phenomenological approach. Data collection techniques in this study used source triangulation through interviews, observation and documentation. Data analysis techniques used noema, epoch, noesis, intentional analysis and eidetic reduction. The conclusion of the research results is to find out how Digital Marketing Dela Rizki Store as a dropshipper markets its products by utilizing the marketplace and then knowing the work system and responsibilities at shopee to carry out the buying and selling process properly so that it always survives and develops.

Keywords: Marketplace Utilization, Sales Means, Dropshipper, Shopee

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dropshipper memanfaatkan platform marketplace, sistem kerja dropshipper dan tanggung jawab dropshipper terhadap konsumennya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan noema, epoche, noesis, intentional analysis dan eidetic reduction. Kesimpulan hasil penelitian adalah mengetahui cara Digital Marketing Dela Rizki Store sebagai dropshipper dalam memasarkan produknya dengan memanfaatkan marketplace kemudian mengetahui sistem kerja dan tanggung jawabnya di shopee untuk melakukan proses jual beli dengan baik agar selalu bertahan dan berkembang.

Kata Kunci: Pemanfaatan Marketplace, Sarana Penjualan, Dropshipper, Shopee

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya kemajuan teknologi internet dan informasi, banyak masyarakat Indonesia yang menyukai belanja online. Kangean dan Rusdi mengatakan, kemajuan teknologi internet semakin hari semakin berkembang pesat. Dengan teknologi internet yang berkembang pesat, kebiasaan konsumsi masyarakat Indonesia juga berubah. Pembelian yang sebelumnya hanya dilakukan di toko offline atau secara langsung, kini dapat dilakukan di toko online atau biasa dikenal belanja online. Belanja online dapat dilakukan melalui aplikasi digital di marketplace [1]. Fitriyana et al mengatakan, marketplace merupakan media online yang dapat dijadikan wadah untuk bertemunya antara penjual dan pembeli sehingga dapat terciptanya transaksi jual-beli. Tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, namun marketplace juga dapat memperluas jangkauan pangsa pasar bagi pelaku bisnis. Marketplace menawarkan manfaat bagi penjual dan pembeli. Bagi penjual marketplace memudahkan transaksi bisnis menjadi efisien dan efektif, memperluas jaringan pemasaran dan dapat meningkatkan penjualan. Dari sudut pandang pembeli, marketplace menawarkan kemudahan pembelian, pilihan barang dan harga yang lebih bermacam-macam serta penawaran promo menarik bagi konsumen [2]. M. A. Hidayat mengatakan, marketplace merupakan model bisnis dimana situs web tidak hanya membantu mempromosikan produk tetapi juga menciptakan jembatan antara penjual dan pembeli. Menggunakan marketplace sebagai sarana penjualan online memiliki banyak keuntungan bagi penjual, antara lain fleksibilitas waktu, biaya operasional rendah, tanpa iklan karena platform marketplace sudah memiliki strategi promosi penjualan sendiri, tidak memerlukan pembayaran sewa, pengguna hanya perlu mendaftar toko secara online untuk menjual produk di marketplace dan dapat dengan mudah meningkatkan layanan atau penawaran [3].

Marketplace menawarkan sistem transaksi online yang aman untuk penjual dan pembeli. Uang yang dibayarkan oleh pembeli diterima dan disimpan sementara oleh pihak marketplace. Setelah penjual mengirimkan barang dan pembeli telah menerimanya serta tidak ada komplain, uang transaksi akan otomatis ditransfer ke

7
saldo rekening penjual di *marketplace*. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa keuntungan jual beli via internet tidak hanya didapatkan oleh konsumen, penjual pun mendapatkan keuntungan. Penjual tidak perlu susah payah dalam menyewa toko untuk menjual dagangannya, disamping itu penjual dapat memanfaatkan teknologi dan dapat menjangkau kepada calon pembeli di seluruh dunia, sehingga biaya promosi akan lebih efisien.

14
Beberapa tahun terakhir ini bisnis *online* sedang *trend* dengan istilah *dropshipper*. Sistem *dropship* yang pelakunya sering disebut *dropshipper* adalah salah satu sistem jual beli *online* yang mana untuk menjalankan bisnis *online* dengan sistem ini tidak memerlukan modal karena tidak menyediakan stok barang. Penjual hanya memberikan informasi produk secara lengkap, harga dan gambar produk yang jelas kepada konsumen. Jika konsumen berminat membeli maka produk langsung dikirim dari *supplier*. Jadi bisa dikatakan *dropshipper* adalah agen yang menjual produk *supplier* tanpa memiliki produk *supplier* tersebut. Dapat disimpulkan juga bahwa *dropshipper* adalah agen yang menjual informasi tentang produk [4]. *Dropshipper* dapat memanfaatkan basis pengguna yang sudah ada di *marketplace* untuk menjangkau calon pelanggan potensial yang lebih banyak dan meningkatkan peluang penjualan. Fahmi Baharuddin mengatakan, barang yang di pasarkan oleh *dropshipper* bukan milik sendiri tetapi milik orang lain [5]. *Supplier* akan memberikan harga khusus bagi para *dropshipper* sehingga mereka dapat menjual kembali dengan harga lebih tinggi, selisih harga tersebut akan menjadi upah atau keuntungan bagi *dropshipper* [6]. Mekanisme *dropshipping* memang diminati oleh kalangan yang baru memulai usaha tapi terbatas dalam hal pengalaman dan minim modal, karena tidak perlu menggunakan modal besar dan risiko dalam sistem *dropshipping* ini relatif sangat kecil [7].

Sistem kerja *dropshipper* adalah mengiklankan produk *supplier* di toko *online* yang dibuat dengan gambar dan deskripsi produk yang sudah disediakan oleh *supplier*. Pada saat terdapat pesanan dari pembeli, *dropshipper* baru memesan produk kepada *supplier* dengan memberikan alamat pembeli kepada *supplier* untuk dilakukan pengiriman. Banyak pebisnis *online* yang bergerak dibidang *dropshipper*, salah satunya adalah Digital Marketing Dela Rizki Store. Digital Marketing Dela Rizki Store sudah berdiri sejak tahun 2017. Lokasinya berada di Ds. Janti, Papar, Kab.Kediri, Jawa Timur. Produk yang dijual adalah berbagai macam kategori produk yang sedang *trend* dan banyak dibutuhkan oleh pasar. Dalam pemasaran produk, Digital Marketing Dela Rizki Store memanfaatkan *marketplace* shopee yang memiliki banyak kelebihan. Selain caranya yang mudah, shopee sudah memiliki pengguna sebagai pembeli yang banyak. *Marketplace* shopee juga memberikan data statistik kepada penjual terkait reputasi toko dan produk sehingga *dropshipper* dapat memantau kemajuan toko karena akun yang dimiliki berjumlah ratusan. Terdapat pula kelemahan *dropshipper* di *marketplace*, seperti bersaing dengan ribuan produk yang sama dari berbagai toko lainnya, lalu apabila barang rusak maka yang bertanggung jawab *dropshipper* dan semua keluhan konsumen merupakan tanggung jawab *dropshipper*. Kemudian yang paling umum adalah tingkat persaingan yang ketat, dan bergantung kepada pengelola *marketplace* (patuh terhadap peraturan yang diberlakukan *marketplace*) dan juga *supplier*.

Sebagai upaya menunjukkan adanya kebaruan (*novelty*) antara penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelum-sebelumnya, maka peneliti berusaha mencari perbedaan penelitian terdahulu mulai dari subjek penelitian, objek penelitian, metode penelitian dan hasil penelitian. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuraida Wahyuni et.al yang berjudul Pengenalan dan Pemanfaatan *Marketplace E-Commerce* Untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon meneliti tentang pesatnya pertumbuhan UKM di wilayah Cilegon menjadi peluang bagi para pelaku usaha yang sudah ada untuk lebih meningkatkan lagi jangkauan pasar. Karena aktivitas jual beli pelaku usaha masih dilakukan dengan cara konvensional. Untuk memperluas pasar, para pelaku usaha dapat memanfaatkan *e-commerce* yang dilatih oleh peneliti mengenai bagaimana membuat dan mengelola akun pada *marketplace*.

2
Kemudian penelitian terdahulu oleh Nani Utami yang berjudul Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli *Online* Sistem *Dropshipping* Di Ritel Wilayah Ponorogo membahas mengenai jual beli online sistem *dropshipping* di ritel wilayah Ponorogo belum menerapkan etika bisnis Islam. Karena pihak *dropshipper* masih melakukan diskriminasi kepada pembeli dengan melakukan kebohongan dan juga *memposting* gambar yang tidak sesuai dengan aslinya. Pihak *dropshipper* juga masih memikirkan kepentingannya sendiri dengan tidak memperhatikan hak pembeli. Sehingga sangat merugikan konsumen apabila barang tersebut datang tidak sesuai dengan gambarnya. Apabila terjadi adanya ketidak sesuaian barang yang diterima oleh konsumen, pihak *dropshipper* tidak menerima *komplain* dalam bentuk apapun. Sehingga dengan rasa kecewa, pihak konsumen harus menerima barang tersebut meskipun barang tersebut tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Sedangkan dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada cara *dropshipper* memanfaatkan *marketplace* sebagai sarana jual beli yang baik dengan mendapatkan keuntungan yang signifikan, sistem kerja *dropshipper* dalam memasarkan produk dari *supplier* di *shopee* dan tanggung jawab *dropshipper* melalui *marketplace* kepada konsumen dalam proses jual beli *online* yang baik agar selalu bertahan dan berkembang dalam mendapatkan keuntungan.

METODE

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif disebabkan karena ada beberapa faktor dalam hal penjabaran dan penjelasan suatu fenomena yang akan diteliti. Dalam penelitian kualitatif ini dengan menjelaskan, mendeskripsikan dan menganalisis. Peneliti berada langsung di lapangan di berbagai sisi peristiwa yang terjadi saat proses pengamatan berlangsung. Peneliti yang menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menganalisis data, menafsir data, dan membuat kesimpulan atas temuannya. Data dalam penelitian kualitatif adalah data deskriptif yang umumnya berbentuk kata-kata, gambar atau rekaman.

Metode kualitatif ini dilakukan dengan pendekatan fenomenologi karena membutuhkan pengamatan, observasi disertai wawancara. Selain itu, alasan lainnya karena kedekatan antara peneliti dan informan maka dalam hal penyampaian informasi akan lebih terbuka dan transparan sehingga data yang dikumpulkan akan lebih mendalam. Peneliti berusaha memahami subyek dari sudut pandang subyek itu sendiri berdasarkan pengalamannya, dengan cara melihat dan mendengar lebih dekat dan terperinci penjelasan dan pemahaman individual yang akan di wawancara. Manusia dan segala sesuatu yang dipengaruhi oleh manusia disebut sebagai objek penelitian. Melalui penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi diharapkan mampu memberikan penjelasan yang mendalam tentang ucapan, tulisan, atau sikap yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi tertentu. Pada penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri sebagai instrumen kunci (*key instrumen*). Oleh karena itu, peneliti sebagai instrumen harus mempunyai pemahaman tentang bidang yang akan diteliti dan kesiapan untuk memasuki objek penelitian. Dari penjabaran diatas, maka pendekatan kualitatif dianggap yang paling tepat sebagai metode menjawab permasalahan penelitian ini. Dimana metode penelitian kualitatif dengan jenis fenomenologi ini diharapkan mampu menghasilkan data dari penelitian tentang pemanfaatan *marketplace* sebagai sarana penjualan *dropshipper*. Dengan pendekatan fenomenologi ini diharapkan masalah yang diteliti akan menemukan hasil dan penyelesaian.

Kehadiran peneliti dalam penelitian juga sangat penting sebagai pengamat dengan mendengarkan secara cermat mungkin sampai pada yang sekecil-kecilnya. Dalam mengumpulkan data peneliti berusaha menciptakan hubungan yang baik dengan informan yang menjadi sumber data agar data-data yang diperoleh betul-betul valid. Dapat disimpulkan bahwa kehadiran peneliti merupakan faktor penting dalam kegiatan penelitian. Pada saat melakukan penelitian ini, peneliti akan hadir untuk melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi sejak memiliki izin untuk melakukan penelitian yaitu dengan berkunjung ke tempat penelitian pada waktu yang telah disepakati. Pada istilah penelitian kualitatif subjek penelitian dikatakan dengan sebutan informan atau narasumber, yang merupakan pihak sebagai pemberi informasi mengenai data-data dan informasi lain yang dibutuhkan peneliti terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini, teknik wawancara yang di gunakan adalah terstruktur. Unit analisis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah menyusun beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan, berikut tabel *draft* wawancaranya:

Tabel 1. Draft Wawancara

Informan	Pertanyaan
Pemilik dan Tim Kerja	<ol style="list-style-type: none">1. Apa pengertian <i>dropshipper</i> menurut saudara ?2. Apa yang membuat saudara ingin menjalankan bisnis <i>dropshipper</i> di <i>marketplace</i> dan sudah berapa lama saudara menjadi seorang <i>dropshipper</i>?3. Apa saja keuntungan dan kelemahan menjalankan bisnis <i>dropshipper</i> di <i>marketplace</i> menurut saudara?4. Bagaimana sistem kerja <i>dropshipper</i> saudara di <i>marketplace</i>?5. Bagaimana cara saudara bersaing dengan penjual yang lain di <i>marketplace</i> untuk mendapatkan keuntungan yang signifikan?

6. Bagaimana cara saudara memilih *supplier* yang baik dan bertanggung jawab untuk bekerja sama dengan anda?
7. Bagaimana cara saudara memasarkan produk dari *supplier* di shopee?
8. Bagaimana cara saudara memproses pesanan konsumen di shopee?
9. Bagaimana tanggung jawab saudara dalam proses jual beli melalui *marketplace* kepada konsumen?
10. Bagaimana cara saudara mengatasi apabila ada pesanan namun stok produk kosong?
11. Bagaimana cara saudara menangani masalah apabila produk yang sudah dipesan *customer* harganya naik?
12. Bagaimana apabila saudara mengalami kerugian biaya pengiriman?
13. Bagaimana saudara menangani barang yang diterima *customer* tidak sesuai dengan pesanan karena kesalahan *dropshipper* pada saat *order* produk ke *supplier*?
14. Bagaimana cara saudara menaikkan reputasi toko beserta mengurus toko *dropship* yang dimiliki?

Sumber: data primer diolah. 2023

Peneliti mengambil lokasi penelitian di Digital *Marketing* Dela Rizki Store yang beralamat di Ds. Janti, Papar, Kab.Kediri, Jawa Timur. Dalam penelitian ini informannya adalah pemilik dan karyawan Digital *Marketing* Dela Rizki Store yang merupakan satu tim kerja dari tahun 2017 sampai sekarang. Informan pada penelitian ini berjumlah sebanyak 9 orang yang terdiri dari pemilik Digital *Marketing* Dela Rizki Store yaitu Bapak Dedik Kariyawanto, S.Pd. dan Ibu Lela Komelia, S.Pd. serta pekerja sebanyak 7 orang. Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan kunjungan secara langsung ke lokasi penelitian di Digital *Marketing* Dela Rizki Store. Sebelum peneliti melakukan wawancara, peneliti memberikan form ketersediaan informan untuk menjadi informan kunci dan informan pendukung. form tersebut sebagai pembuktian dan pernyataan tertulis bahwa informan bersedia untuk diwawancarai. Kemudian melakukan wawancara secara mendalam dan dokumentasi untuk memberikan kelengkapan data setelah melakukan observasi dan wawancara. Teknik pengumpulan data menggunakan *noema*, *epoche*, *noesis*, *intentional analysis* dan *eidetic reduction*. Berikut penjelasannya:

1. Noema

Merupakan istilah dalam fenomenologi yang merujuk pada kesadaran yang tampak

2. Epoche

Merupakan pemusatan telaah pada temuan tertentu untuk kemudian dikupas lebih mendalam mengapa temuan tersebut terjadi

3. Noesis

Kesadaran yang muncul akibat pengalaman karena dan pada waktu dan tempat tertentu. Tahap selanjutnya adalah *noesis*, di mana berisi data tentang tindakan yang dilakukan oleh subjek pada tahap terakhir

4. Intentional Analysis

Telaah bagaimana *noesis* membentuk *noema*, alasan mengapa suatu aksi atau perilaku terjadi

5. Eidetic Reduction

Proses dalam fenomenologi yang mengungkapkan hasil sebuah kondensasi dari seluruh proses pemaknaan atau ide yang melandasi keseluruhan kesadaran murni tersebut

Untuk uji keabsahan temuan menggunakan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, dan triangulasi sumber.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Digital *Marketing* Dela Rizki Store merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *dropshipper*. Digital *Marketing* Dela Rizki Store adalah salah satu *dropshipper* yang telah berdiri sejak tahun 2017. Dimana pada saat itu bermula dari ajakan teman untuk mencoba bisnis *dropship*. Dengan modal awal yang rendah membuat Bapak Dedik dan Ibu Lela tertarik untuk mempelajari bisnis *dropship*. Sebelum menjadi *dropshipper*, Bapak dedik dan Ibu Lela mempunyai pekerjaan tetap. Karena *dropshipper* dapat mengatur jadwal kerja dan dapat bekerja dimana saja dengan syarat memiliki akses internet, membuat Bapak Dedik dan Ibu Lela semakin berminat

menekuni *dropshipper* di sela-sela pekerjaan tetapnya. Karena kegigihan Bapak Dedik dan Ibu Lela belajar dan bekerja sebagai *dropship* penuh waktu pada saat libur kerja dan bekerja paruh waktu pada saat jam kerja membuat bisnisnya semakin meningkat tiap tahun sampai mempunyai karyawan.

Karena bisnis *dropship* Digital *Marketing* Dela Rizki *Store* selalu mengalami peningkatan pendapatan, maka Bapak Dedik dan Ibu Lela memutuskan untuk menjadi pengusaha *online shop* di bidang *dropshipper*. Sistem jual beli *dropship* Bapak Dedik dan Ibu Lela ini dilakukan di *marketplace* shopee, tokopedia, lazada dan bukalapak. Digital *Marketing* Dela Rizki *Store* ini menjual berbagai kategori produk. Akun toko *online* di shopee yang dimiliki Bapak Dedik dan Ibu Lela ini sebanyak 400 akun dengan penyebaran alamat toko yang merata mulai dari JABODETABEK dan Jawa Timur. Digital *Marketing* Dela Rizki *Store* ini mengambil data produk dari *supplier* pilihan terbaik.

Digital *Marketing* Dela Rizki *Store* telah berkembang pesat sejak awal berdiri. Meskipun banyak permasalahan yang dihadapi *dropshipper*, Digital *Marketing* Dela Rizki *Store* ini selalu bekerja sama untuk menyelesaikan masalah. Digital *Marketing* Dela Rizki *Store* merupakan salah satu *dropshipper* yang sukses dan selalu berkembang. Visi dari Digital *Marketing* Dela Rizki *Store* adalah sebagai perusahaan *dropshipper* yang sukses, bertahan dan selalu berkembang mengikuti kemajuan teknologi internet. Memberikan pengalaman berbelanja terbaik kepada *customer*. Menyediakan akses yang baik bagi konsumen dan *supplier* untuk sama-sama mendapatkan keuntungan.

Sedangkan misi Digital *Marketing* Dela Rizki *Store* adalah melakukan evaluasi dengan tim kerja setiap bulan untuk mengetahui permasalahan, solusi dan perkembangan Digital *Marketing* Dela Rizki *Store*. Menjual produk yang bermanfaat dan berkualitas tinggi. Bekerja sama dengan *supplier* yang dapat dipercaya untuk memastikan produk sampai tepat waktu dan dalam kondisi baik. Memberikan layanan *customer* yang responsif dan membantu sehingga *customer* merasa didengar dan dihargai. Digital *Marketing* Dela Rizki *Store* selalu membagi tugas dan kewajiban kepada tim kerja sesuai dengan keahlian dan kemampuan agar pekerjaan lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan dengan informan, peneliti memperoleh informasi tentang profil informan yang bekerja di Digital *Marketing* Dela Rizki *Store*. Berikut ini adalah daftar profil informan yang berkedudukan sebagai pemilik dan pekerja di Digital *Marketing* Dela Rizki *Store*:

Tabel 2. Profil Informan

Nama Informan	Pendidikan	Jabatan	Tahun Bekerja	Alamat
Dedik Kariyawanto, S.Pd.	S1	Pemilik	2017	Janti Papar
Lela Komelia, S.Pd.	S1	Pemilik	2017	Janti Papar
Sonia	SMA	Customer Service	2019	Jantok Purwoasri
Rosyi	SMK	Customer Service	2019	Pehkulon Papar
Fitri	SMA	Customer Service	2021	Puhjajar Papar
Lutfi	SMK	Penarikan Dana	2019	Genengan Gampeng
Lina	SMK	Customer Service	2020	Pehkulon Papar
Yudha	SMK	Pengupload Produk	2017	Wonokerto Plemahan
Abdul	SMK	Customer Service	2018	Cerme Grogol

Sumber : data primer diolah, 2023

3
 Disini informan didapat atas dasar rekomendasi dari orang-orang yang terpercaya dalam bisnis Digital *Marketing* Dela Rizki *Store*. Informan dipilih karena memiliki pengetahuan dan pengalaman yang sudah lama di bidang *dropshipping*. Peneliti juga dekat dengan informan dan sudah memastikan bahwa informan memiliki kemampuan untuk memberikan informasi data temuan yang valid.

Untuk mempermudah pemetaan data hasil penelitian, maka penulis menggunakan kertas kerja analisis data penelitian fenomenologi. Berikut ini tabel kertas kerja analisis fenomenologi:

31
 Tabel 3. Kertas Kerja Analisis Fenomenologi

Noema	Epoche	Noesis	Intentional Analysis	Eidetic Reduction
- <i>Dropshipper</i> di	- Saya tertarik	- Persaingan di	- Niat Bu Lela adalah	- Bu Lela

<p>marketplace sangat menguntungkan bagi saya baik dari segi keuangan, waktu maupun tempat.</p>	<p>dengan bisnis <i>dropshipper</i> berawal dari ajakan teman karena biaya yang dibutuhkan sedikit, dapat dikerjakan di manapun dan kapanpun. Pendapatan pun bertambah setiap bulan.</p>	<p>shopee memang cukup ketat ya, jadi harus selalu meningkatkan peluang penjualan.</p>	<p>berbisnis yang tanpa memiliki stok produk sehingga modalnya sedikit dan mendapatkan untung dari selisih harga <i>supplier</i>.</p>	<p>menyadari bahwa dengan menjadi <i>dropshipper</i>, dia dapat berbisnis dan mendapatkan keuntungan.</p>
<p>- Dropshipper mengalami kelemahan dalam kontrol persediaan dan kualitas produk karena saya tidak memiliki kendali langsung atas produk yang disediakan dan dikirimkan oleh <i>supplier</i>.</p>	<p>- Saya bergantung pada <i>supplier</i> untuk mengelola stok dan mengirimkan produk kepada <i>customer</i>.</p>	<p>- Saya mempercayakan sepenuhnya kepada <i>supplier</i>. Jika <i>supplier</i> mengirimkan produk yang cacat atau tidak memenuhi standar yang diharapkan, hal ini dapat merusak kepercayaan <i>customer</i> dan menyebabkan masalah pengembalian barang kepada saya yang dapat membuat kerugian.</p>	<p>- Niat Pak Dedik mendapatkan keuntungan dengan cara yang mudah dan cepat membuatnya berani mengambil resiko pada saat mendapatkan <i>supplier</i> yang tidak dapat diandalkan. Hal ini dapat menyebabkan kelemahan dalam kualitas produk dan kepuasan <i>customer</i></p>	<p>- Pak Dedik menyadari bahwa <i>dropshipper</i> mempunyai kelemahan yang terletak pada kontrol persediaan dan kualitas produk yang dijual karena ketidakmampuan membangun kerja sama yang baik dengan <i>supplier</i>.</p>
<p>- Dropshipper memiliki berbagai cara dalam sistem kerja pada saat komunikasi dengan <i>customer</i> yang tidak tahu bahwa sedang berinteraksi dengan <i>dropshipper</i>, memproses pesanan dan komunikasi dengan <i>supplier</i>.</p>	<p>- Saya melakukan riset pasar mengenai produk yang sedang <i>trending</i> guna menarik <i>customer</i>. Ya saya bekerja sama dengan <i>supplier</i> yang mau bekerja sama sistem <i>dropship</i> karena saya tidak memiliki produk untuk dikemas dan dikirim ke <i>customer</i>.</p>	<p>- Ada juga <i>supplier</i> yang tidak menerima <i>dropshipper</i> dengan alasan pencurian data produk.</p>	<p>- Niat Pak Dedik adalah memberikan pelayanan <i>customer</i> yang baik meskipun perusahaannya di bidang <i>dropshipping</i>.</p>	<p>-Pak Dedik menyadari bahwa komunikasi yang efektif, pengolahan pesanan tepat waktu dan pemilihan <i>supplier</i> yang bersedia bekerja sama dengannya dapat menciptakan sistem kerja <i>dropshipper</i> yang baik.</p>
<p>- Tantangan dalam bertanggung</p>	<p>- Untuk mempermudah</p>	<p>- Ketatnya persaingan dan</p>	<p>- Niat Bu Lela adalah mencapai</p>	<p>-Bu Lela menyadari</p>

jawab seorang dropshipper di marketplace mengenai produk yang ditampilkan lalu kecepatan proses dan pengiriman pesanan. Dan juga masalah mengenai produk yang dikirim.	pengelolaan produk yang ditampilkan saya menggunakan bantuan perangkat lunak dan pesanan customer harus segera dilayani untuk menghindari pembatalan pesanan secara otomatis. Di sisi lain saya harus bertanggung jawab apabila terdapat kesalahan pengiriman produk.	aturan di shopee memang harus dihadapi dengan tanggung jawab dan tidak mementingkan keuntungan pribadi.	kesuksesan dalam bisnis <i>dropshipping</i> dengan meningkatkan penjualan, mendapatkan keuntungan yang konsisten, dan memperluas jangkauan bisnis melalui <i>marketplace</i> . Harapan beliau termasuk menemukan solusi kreatif untuk mengatasi masalah dan tantangan, meningkatkan kualitas produk, layanan dan membangun hubungan yang kuat dengan <i>supplier</i> dan <i>customer</i> .	bahwa resiko dan tanggung jawab <i>dropshipper</i> besar membuatnya harus selalu mempelajari dan memikirkan strategi penjualan yang baik guna keberlangsungan dan perkembangan perusahaan.
---	---	---	--	--

Sumber: data primer diolah, 2023

Dari data pada tabel diatas telah menunjukkan unsur kepercayaan karena hal-hal tersebut juga di setuju oleh Sonia, Rosyi, Fitri, Lutfi, Lina, Yudha dan Abdul yang menyatakan hal serupa. Kemudian hasil *Eidetic Reduction* menunjukkan makna dari pemanfaatan *marketplace* adalah:

1. Sebagai tempat berbisnis dan mendapatkan keuntungan
2. Semakin menyadari terkait peluang dan tantangan dalam menjalankan sistem *dropshipper*
3. Memanfaatkan *marketplace* menuntut komunikasi yang efektif

Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan data serta informasi terkait pemanfaatan *marketplace* oleh Digital Marketing Dela Rizki Store sebagai *dropshipper* agar tetap bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan yang ketat, yang kemudian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan *Marketplace*

Dari hasil penelitian, peneliti menemukan alasan pemilik Digital Marketing Dela Rizki Store menjalankan bisnis *dropshipper* di *marketplace* adalah karena sedikitnya modal awal, jadwal kerja yang fleksibel dengan keunggulan dapat bekerja dimana saja dengan syarat terdapat jaringan internet, dapat digunakan sebagai bisnis sampingan. Kemudian juga potensi pendapatan yang tinggi dalam bisnis *dropshipping* dilihat dari pendapatan yang semakin meningkat tiap bulan membuat pemilik semakin tertarik berbisnis *dropshipping* di *marketplace*. Digital Marketing Dela Rizki Store memilih *platform marketplace* shopee untuk memasarkan dan menjual produknya karena *platform* ini memiliki jumlah pengguna yang besar dan dapat memberikan akses ke pasar yang lebih luas untuk membuka peluang dalam peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis yang menguntungkan. *Marketplace* memiliki banyak keuntungan bagi *dropshipper* seperti dapat menjual berbagai macam produk yang relevan dengan target pasar dan dapat mengubah produk yang dijual sesuai dengan permintaan dan *trend* pasar dan dapat fokus pada pemasaran dan penjualan produk. Digital Marketing Dela Rizki Store dapat mempunyai banyak akun toko di shopee yang memungkinkan menerima pesanan dari *customer* setiap hari. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan Nuraida Wahyuni, Ade Irman Saeful Mutaqin S dan Akbar Gunawan, keunggulan memanfaatkan *marketplace* yang tersedia adalah komponen-komponen tersebut

merupakan fasilitas dari *marketplace*, pelaku usaha hanya membutuhkan produk yang akan dijual. Dalam hal ini merupakan foto dari produk tersebut. Selain foto, pelaku usaha juga memerlukan aktivitas tambahan yaitu mengirimkan produk ke alamat pembeli [8].

2. Sistem Kerja *Dropshipper*

Sistem kerja Digital *Marketing* Dela Rizki Store adalah melakukan riset pasar produk yang sedang *trending* kemudian mencari *supplier* yang menerima sistem *dropship* dengan pelayanan yang bagus, *order* melalui *whatsapp* dan resi otomatis dari pihak *dropshipper*. Setelah itu adalah membuat toko *online* di *shopee* untuk pemasaran produk. Kemudian mengunggah gambar dan deskripsi produk ke toko *online* dengan informasi yang disediakan *supplier* secara jelas dan menarik bagi calon pembeli menggunakan perangkat lunak yang dapat mempermudah dan mempersingkat waktu mengunggah produk. Digital *Marketing* Dela Rizki Store mengambil untung 10% sampai 40% dari harga produk. Melakukan promosi gratis yang sudah diberikan oleh *shopee* yaitu menaikkan produk setiap 4 jam sekali. Setelah menerima pesanan, Digital *Marketing* Dela Rizki Store menghubungi *supplier* untuk mengirimkan produk kepada konsumen dengan memberikan detail pesanan produk dan alamat pengiriman dengan nama pengirimnya adalah toko Digital *Marketing* Dela Rizki Store. Bisa dikatakan Digital *Marketing* Dela Rizki Store bertindak sebagai perantara antara *supplier* dan konsumen. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan Rouf Imanudi, didalam islam tidak ada syarat yang melarang seseorang untuk menjual barang milik orang lain. Juga tidak ada keharusan seseorang harus punya barang terlebih dahulu, baru boleh dijual, jadi prinsipnya seseorang boleh menjual barang milik orang lain, asalkan seizin dari pemilik barang. Seseorang boleh menjual yang barangnya belum dimilikinya. Sebelum menjalankan sistem *dropshipping*, terlebih dahulu menjalin kesepakatan kerjasama dengan *supplier*. Atas kerjasama ini baru mendapatkan wewenang untuk turut memasarkan barang dagangan *supplier* [9].

3. Tanggung Jawab *Dropshipper*

Tantangan dalam bersaing dan bertanggung jawab sebagai *dropshipper* di *marketplace* cenderung tinggi. Digital *Marketing* Dela Rizki Store perlu mengembangkan strategi pemasaran dan pembaruan produk secara berkala sesuai *trend* pasar. Tantangan terkait pengelolaan persediaan produk yang sedang *trend* harus diatasi dengan cepat. Digital *Marketing* Dela Rizki Store memiliki sistem yang baik untuk memantau stok dan memastikan pengiriman yang tepat waktu kepada pelanggan dengan cara memilih *supplier* yang dapat bekerja sama dalam jangka panjang. Digital *Marketing* Dela Rizki Store juga harus bekerja dengan *supplier* yang andal guna memastikan produk yang dikirim kepada pelanggan memenuhi standar yang diharapkan. Digital *Marketing* Dela Rizki Store berusaha memberikan layanan pelanggan yang baik terkait pertanyaan, permintaan pengembalian, atau keluhan pelanggan dengan cepat dan profesional. Digital *Marketing* Dela Rizki Store harus memberikan pengalaman positif kepada pelanggan agar diberikan ulasan dan penilaian yang baik guna meningkatkan reputasi toko. Menerima masukan dari *customer* untuk peningkatan layanan pelanggan. Dengan kesadaran dan penanganan yang tepat terhadap tantangan dalam bersaing dan bertanggung jawab sebagai *dropshipper* di *marketplace* ini, Digital *Marketing* Dela Rizki Store dapat meningkatkan peluang sukses dan membangun reputasi yang baik di *marketplace* dalam jangka waktu yang panjang. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan Anang Sulistiyofadly dan Ria Rizki Amelia, memilih jenis produk dengan pangsa pasar yang baik, harus memberikan perhatian ekstra terhadap pemilihan pemasok barang. Pastikan pemasok barang tersebut tak hanya memiliki produk yang berkualitas, tetapi juga andal dalam mengelola alur pengiriman barang. Memilih *supplier* yang salah akan mempersulit bisnismu, karena semua tanggung jawab kualitas dan pengiriman barang ada pada pemilik bisnis *dropship*, bukan pada pihak *supplier* [10].

KESIMPULAN

Digital *Marketing* Dela Rizki Store memanfaatkan *marketplace* *shopee* sebagai *dropshipper* dengan cara memasarkan produk menggunakan gambar dan deskripsi produk yang jelas untuk menarik pembeli. Produk dapat diunggah ke akun toko di *shopee* dan dapat mengubah stok produk, gambar dan deskripsi dengan cepat. Karena *marketplace* menyediakan keamanan dalam proses jual beli, Digital *Marketing* Dela Rizki Store tidak khawatir meskipun memproses pesanan banyak setiap harinya. Pembayaran produk di *marketplace* tergolong aman dan terdapat sistem pelacakan pengiriman. Sehingga pembeli tidak setiap saat menanyakan keberadaan produk yang dipesan. Digital *Marketing* Dela Rizki Store memilih *dropshipper* di *shopee* karena penggunaannya sudah banyak. Hal ini memungkinkan untuk menjangkau pembeli secara luas untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Karena Digital *Marketing* Dela Rizki Store tidak perlu menyimpan stok produk dan melakukan pengiriman produk secara langsung, membuatnya dapat lebih fokus ke pemasaran produk serta reputasi toko dan produknya agar selalu dapat bersaing dengan penjual lainnya.

Sistem kerja Digital *Marketing* Dela Rizki Store adalah membuat toko *online* di shopee yang banyak untuk memasarkan produk dari *supplier*. Pada saat mengunggah foto dan deskripsi produk, Digital *Marketing* Dela Rizki store selalu mengoptimalkan kata kunci. Untuk mempermudah pekerjaan dalam *upload* produk di shopee dan memantau toko ratusan, Digital *Marketing* Dela Rizki Store menggunakan perangkat lunak. Saat ada pesanan dari konsumen, Digital *Marketing* Dela Rizki Store meneruskan pesanan tersebut kepada *supplier* melalui *whatsapp*.

Tanggung jawab Digital *Marketing* Dela Rizki Store adalah menindak lanjuti pesanan dari *customer* dengan cepat dan akurat serta memastikan informasi pengiriman yang benar. Apabila terdapat produk yang diterima tidak sesuai karena kesalahan Digital *Marketing* Dela Rizki Store, maka pengembalian produk ditujukan ke alamat Digital *Marketing* Dela Rizki Store. Digital *Marketing* Dela Rizki Store harus memposting produk pengembalian tersebut agar nanti dapat terjual kembali dan tidak mengalami kerugian.

Secara praktis, bagi mahasiswa penelitian ini dapat dijadikan pembelajaran dan pengetahuan mengenai bisnis *dropshipping* dalam memanfaatkan *marketplace* sebagai pemasaran produk, sistem kerja dan tanggung jawab *dropshipper*. Sedangkan bagi Digital *Marketing* Dela Rizki Store penelitian ini dapat digunakan sebagai keberlanjutan bisnis *dropshipper* dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan bisnis *dropshipping*.

Implikasi teoritis yang terkait dengan model bisnis *dropshipper* Digital *Marketing* Dela Rizki Store adalah *dropshipper* dapat menjual produk tanpa harus mempunyai stok produk terlebih dahulu. Yang diperlukan hanyalah akun toko *online*, foto dan deskripsi produk dari *supplier*. Kemudian dengan adanya *marketplace* membuat *dropshipper* dapat dengan mudah menjalankan bisnis secara *online*. Dengan adanya fitur-fitur seperti otomatisasi pesanan dan pelacakan pengiriman, proses *dropshipping* menjadi lebih efisien. *Dropshipper* di *marketplace* dapat menjangkau calon *customer* secara luas. Lalu *dropshipper* berperan sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Selanjutnya adalah *dropshipper* sangat bergantung pada *supplier* untuk mengirimkan produk secara tepat waktu dan sesuai dengan harapan konsumen. Oleh karena itu, membangun hubungan yang kuat dengan *supplier* dan memilih *supplier* yang dapat diandalkan adalah kunci kesuksesan dalam bisnis *dropshipping*.

Saran Kepada Digital *Marketing* Dela Rizki Store hendaknya selalu mempelajari *trend* pasar dan minat konsumen agar dapat membantu membedakan diri dari pesaing. Berikan solusi yang memuaskan jika terjadi masalah pengiriman atau kualitas produk. Selalu perbarui pengetahuan tentang *trend* pasar, minat dan kebutuhan konsumen. Lakukan analisis dan tinjau kinerja bisnis secara berkala terkait penjualan dan masalah tim kerja mengenai apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki.

Saran Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk menyelidiki terkait *dropshipping*, ada rekomendasi dari saya yang dapat menjadi dasar untuk penelitian mendatang yaitu tentang dampak bisnis *online dropshipping* kepada bisnis tradisional secara *offline* dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk lebih memilih *dropshipping* daripada membeli di toko *offline*.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Kangean S, Rusdi F. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia. *Prologia*. 2020;4(2):280.
- [2] Fitriyana F, Nuryani A, Rosyati T, Gusvia Y. Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19. *Dedik Pkm*. 2021;2(2):206.
- [3] Hidayat MA. Desain Iklan Pada Marketplace Untuk Menarik Minat Konsumen (Studi Iklan Online Shop Shopee). *Desain Iklan Pada Marketpl Untuk Menarik Minat Konsum (Stud Iklan Online Shop Shopee)*. 2019;1(3):6.
- [4] Emanuel FT, Agasia W. Perancangan Sistem Online Dropshipping Menggunakan Media Sosial Untuk Jam Tangan. *J ENTER*. 2018;Volume 1:106–17.
- [5] Baharuddin F. Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif terhadap Sistem Jual Beli Dropship di Marketplace Shopee. 2007;176.
- [6] Chasanah AU. Jual Beli Online Dropship Sikat Jhons Shop Yogyakarta Dalam Tinjauan Hukum Islam. 2020;(18913053):1–66.
- [7] Muhmmad Abdul Wahab L. Halal Haram Dropshipping. *Rumah Fiqih Publ*. 2018;1–34.
- [8] Wahyuni N, Irman A, Mutaqin S, Gunawan A. Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce. *J Pengabdian Din*. 2019;6(1).

-
- [9] Imanudi R. Jual Beli Online Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Perspektif Hukum Islam. *Indones J Strateg Manag.* 2019;2(1).
- [10] Sulistiyofadly A, Amelia RR. Sistem Informasi Jual Beli Dropshipping Di Barakanaya Dropship. 2022;2(2):164–71.

ORIGINALITY REPORT

28%

SIMILARITY INDEX

27%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.stei.ac.id Internet Source	3%
2	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	2%
3	proceeding.unpkediri.ac.id Internet Source	2%
4	journal.umg.ac.id Internet Source	2%
5	123dok.com Internet Source	2%
6	journal.uniku.ac.id Internet Source	1%
7	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
8	cuffs-soft.net Internet Source	1%
9	repository.unpkediri.ac.id Internet Source	1%

10	www.researchgate.net Internet Source	1 %
11	core.ac.uk Internet Source	1 %
12	digilib.esaunggul.ac.id Internet Source	1 %
13	archive.org Internet Source	1 %
14	emzystore.com Internet Source	1 %
15	dspace.uii.ac.id Internet Source	1 %
16	repository.unika.ac.id Internet Source	1 %
17	sisfotenika.stmikpontianak.ac.id Internet Source	1 %
18	Anggita Langgeng Wijaya, Mutiatun Nur Fauziah, Pijar Khasna Pangastuti. "Pelatihan Pengemasan Produk dan Pengelolaan Akun Marketplace pada Usaha Mikro "Namida" Masker Magetan", Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2021 Publication	<1 %
19	journal.ummat.ac.id Internet Source	<1 %

20	repository.umpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
21	id.123dok.com Internet Source	<1 %
22	jonedu.org Internet Source	<1 %
23	repository.unj.ac.id Internet Source	<1 %
24	www.scilit.net Internet Source	<1 %
25	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
26	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1 %
27	www.mendeley.com Internet Source	<1 %
28	karlinawayan.wordpress.com Internet Source	<1 %
29	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
30	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
31	eprints.umg.ac.id Internet Source	<1 %

32	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
33	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
34	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
35	ojs.unpkediri.ac.id Internet Source	<1 %
36	www.scribd.com Internet Source	<1 %
37	ar.scribd.com Internet Source	<1 %
38	ariefagendosa.wordpress.com Internet Source	<1 %
39	es.scribd.com Internet Source	<1 %
40	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
41	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
42	www.darmawanaji.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

3269-Article Text-12315-1-2-20230701

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10
