

**UPAYA PENGELOLAAN BISNIS DENGAN SISTEM DROPSHIPPING
PADA MARKETPLACE AKULAKU
(STUDI KASUS JOGJA DIGITAL NATIVE)**



Disusun Oleh:

Irma Woro Kustanti – 20211088

Siap Diuji



Acc. Andriyastuti S.
29/Mei 2024

**Program Studi Bisnis Digital Program Sarjana Terapan
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
2023**

**UPAYA PENGELOLAAN BISNIS DENGAN SISTEM DROPSHIPPING
PADA MARKETPLACE AKULAKU
(STUDI KASUS JOGJA DIGITAL NATIVE)**

LAPORAN PENELITIAN TERAPAN

**Laporan penelitian terapan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Ekonomi Universitas
Islam Indonesia**

Disusun Oleh:

Irma Woro Kustanti – 20211088

Program Studi Bisnis Digital Program Sarjana Terapan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2023

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN
LAPORAN PENELITIAN TERAPAN

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan
Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama : Irma Woro Kustanti
No. Mahasiswa : 20211088
Program Studi : Bisnis Digital

Yogyakarta,

Disahkan oleh:

Penguji 1: Andriyastuti Suratman, S.E., M.M

Penguji 2: Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc (

Mengetahui

Ketua Program Studi

Bisnis Digital



(Arief Darnawan, S.E., M.M)

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya, yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa laporan penelitian terapan ini ditulis dengan hati-hati dan tidak menjiplak dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta,

Penulis



Irma Woro Kustanti



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ago Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Candong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbec@uii.ac.id
W. fbec.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmannirrahim,

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Senin, 24 Juni 2024, Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian **TUGAS AKHIR** yang disusun oleh :

Nama : Irma Woro Kustanti
NIM : 20211088
Judul : Upaya Pengelolaan Bisnis dengan Sistem Dropshipping pada Marketplace Akulaku (Studi Kasus Jogja Digital Native)
Dosen Pembimbing : Andriyastuti Suratman, S.E., M.M.

Berdasarkan hasil rapat Panitia Ujian, maka mahasiswa tersebut dinyatakan:

LULUS / ~~TIDAK LULUS~~

Nilai : A

Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diadakan pembetulan dan perbaikan sebagaimana mestinya.

Dosen Penguji

Andriyastuti Suratman, S.E., M.M.

Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc.

Mengetahui
Universitas Islam Indonesia – Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Ketua Prodi D4 Bisnis Digital



Andri Darmawan, S.E., M.M.

ABSTRAK

UPAYA PENGELOLAAN BISNIS DENGAN SISTEM DROPSHIPPING PADA MARKETPLACE AKULAKU (STUDI KASUS JOGJA DIGITAL NATIVE)

Sistem *dropshipping* adalah penjualan yang hanya bermodalkan foto/gambar yang diambil dari *supplier*, tidak perlu menyetok barang, dan untuk proses pengiriman akan dilakukan oleh pihak *supplier* ke konsumen tentunya identitas pengirim menggunakan identitas pihak *dropshipper*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui upaya pengelolaan bisnis dengan sistem *dropshipping* yang dilakukan oleh Jogja Digital Native. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu melalui wawancara dengan pihak-pihak terkait sehingga mendapatkan informasi mengenai bisnis dengan sistem *dropshipping* dan observasi dengan pengamatan langsung, dalam memvalidasi data penelitian dengan pendekatan kualitatif peneliti menggunakan teori triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ragam produk di Jogja Digital Native yaitu menjual semua barang kebutuhan konsumen. Dalam mekanisme bisnis *online* dengan sistem *dropshipping* terdapat alus pemesanan yang digunakan oleh Jogja Digital Native yaitu a). melakukan penguploadan produk, b). melakukan pemesanan barang, c). proses pembayaran dari *dropshipper* ke *supplier* maupun dari konsumen ke *dropshipper*, d). pengiriman barang. Faktor Jogja Digital Native dalam menjalankan bisnis ini antara lain: bisnis tanpa stok produk, tanpa modal yang besar, tidak perlu *packing* barang. Selain itu, terdapat tantangan yang dihadapi oleh perusahaan yaitu tidak mengetahui kondisi secara *riil* produk, terdapat komplain dari konsumen. Untuk mencapai target tiap bulannya perusahaan ini menerapkan strategi evaluasi kerja yang dilakukan oleh *leader*. Tanggung jawab *dropshipper* kepada konsumen jika terjadi kendala yaitu memberikan uang kompensasi seperti dalam undang-undang perlindungan konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pasal 1.

ABSTRACT

BUSINESS MANAGEMENT EFFORTS USING THE DROPSHIPPING SYSTEM ON THE AKULAKU MARKETPLACE (JOGJA DIGITAL NATIVE CASE STUDY)

System dropshipping is a sale that only consists of photos/images taken from supplier, there is no need to stock goods, and the delivery process will be carried out by the party supplier. To consumers, of course, the sender's identity uses the party's identity dropshipper. This research was conducted to determine business management efforts with systems dropshipping carried out by Jogja Digital Native. This research method uses a qualitative approach. The data collection technique is through interviews with related parties so as to obtain information about businesses using dropshipping systems and observation by direct observation. In validating research data with a qualitative approach, researchers use data triangulation theory. The research results show that the variety of products in Jogja Digital Native sells all consumer goods. In business mechanisms online with the system dropshipping. There are ordering methods used by Jogja Digital Native, namely a). uploading products, b). place an order for goods, c). payment process from dropshipper the supplier as well as from consumers to dropshipper, d). delivery of goods. Jogja Digital Native factors in running this business include: a business without product stock, without large capital, is not necessary packing goods. Apart from that, there is a challenge faced by the company, namely not knowing the conditions of the real product, there are complaints from consumers. To achieve each month's target, this company implements a work evaluation strategy carried out by the leader. Responsibility dropshipper to consumers if problems occur, namely providing compensation money as in consumer protection law Number 8 of 1999 article 1.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya sehingga praktikan bisa menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul **“Upaya Pengelolaan Bisnis dengan Sistem Dropshipping di Akulaku (Studi Kasus Jogja Digital Native)”**. Dalam tugas akhir ini penulis mendapatkan dukungan, arahan dari berbagai pihak. Sehingga, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir:

1. Andriyastuti Suratman, S.E.,M.M. sebagai dosen pembimbing tugas akhir. Penulis mengucapkan terimakasih atas arahan/saran, kesempatan waktu, dan bimbingannya sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir.
2. Para Dosen Prodi Bisnis Digital yang telah memberikan ilmu kepada penulis, semoga ilmu yang diberikan Bapak/Ibu dosen dapat bermanfaat bagi penulis
3. Kepada kedua orang tua, Ibu dan Bapak yang selalu mendukung dan motivasi, dan kepercayaan kepada penulis sehingga, penulis bisa menyelesaikan kuliah dengan baik hingga mendapatkan gelar sarjana.
4. Semua pihak yang tidak bisa di sebutkan dengan satu persatu, praktikan ucapkan terimakasih atas dukungan dan doanya.

Demikian penulis ucapkan terimakasih, dan semoga Allah memberikan balasan yang sebanding kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Tugas akhir ini di buat dengan sungguh-sungguh dan mungkin masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Karena itu, penulis siap menerima kritik dan saran untuk membantu menyempurnakan tugas akhir. Semoga tugas akhir yang penulis buat dapat membantu dan menambah pengetahuan bagi pembaca.

Yogyakarta,

Irma Woro Kustanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL PENELITIAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN	iv
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II.....	4
KAJIAN TEORI.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Produk.....	7
2.2.2 Marketplace.....	9
2.2.3 Dropshipping.....	11
2.2.4 Dasar Perlindungan Konsumen.....	13
BAB III.....	15
METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Metode Penelitian.....	15
3.2 Sumber Data	15

3.2.1 Sumber data primer	15
3.2.2 Sumber data sekunder.....	15
3.3 Teknik Pengumpulan Data	15
3.4 Validasi Data	16
3.5 Teknik Analisis Data	17
3.6 Kerangka Berpikir	18
BAB IV	20
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	20
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	20
4.2 Hasil dan Pembahasan	21
4.2.1 Ragam Barang yang dijual di Jogja Digital Native	21
4.2.2 Mekanisme Bisnis <i>Online</i> Dengan Sistem <i>Dropshipping</i>	23
4.2.3 Alasan Jogja Digital Native Menjalankan Bisnisnya Sistem <i>Dropshipping</i>	29
4.2.3 Tanggung Jawab <i>Dropshipper</i> Pada Saat Terjadi Kendala	35
BAB V.....	43
PENUTUP.....	43
5.1 KESIMPULAN	43
5.2 SARAN.....	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	49
DOKUMEN GAMBAR.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 1 Daftar pertanyaan wawancara.....	49
Lampiran 1 2 Wawancara Informan.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Ruang kerja.....	58
Gambar 1 2 Ruang Kerja.....	58
Gambar 1 3 Ruangan Metting	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Ragam barang Jogja Digita Native	23
Tabel 1 2 Alur pemesanan Jogja Digital Native	26
Tabel 1 3 Faktor Faktor dalam menjalankan bisnis dropshipping	30
Tabel 1 4 Tantangan yang dihadapi Jogja Digital Native	31
Tabel 1 5 Strategi yang di lakukan Jogja Digital Native.....	34
Tabel 1 6 Tanggung jawab jika barang yang datang tidak sesuai.....	37
Tabel 1 7 Tanggung jawab apabila stok barang sedang kosong	39
Tabel 1 8 Tanggung jawab jika pengiriman tidak sesuai atau tidak tepat waktu..	40

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan kemajuan teknologi, bisnis dapat dilakukan secara *online*. Untuk melakukan bisnis *online* ini, penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara langsung, kegiatan tersebut dapat dilakukan melalui media elektronik dengan bantuan koneksi internet, dan transaksi bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja. Dengan munculnya sistem *dropshipping*, jual beli online mulai berkembang di Indonesia saat ini. Banyak orang yang kemudian memilih metode ini sebagai metode jual beli *online* (Latief, 2019).

Bisnis *online* dengan sistem *dropshipping* yang menjadi pilihan untuk membuka usaha. Karena tidak perlu mencari toko fisik untuk menjual barang dagangannya, cukup dengan memiliki kuota internet dan membuka toko *online* di *marketplace* dan langsung bisa untuk jualan. sistem jual beli *online* semakin populer di kalangan masyarakat karena tingginya minat masyarakat terdapat kemudahan dalam berbelanja, barang yang dijualnya beragam dan terdapat diskon atau potongan harga saat berbelanja (Maulida, 2022).

Sistem *dropshipper* ini memberikan kemudahan, dengan sistem ini pihak *dropshipper* hanya perlu bermodalkan foto/gambar dari *supplier*, tidak perlu mengeluarkan modal yang banyak untuk menyetok barang, kemudian menjual ke konsumen dengan harga yang telah ditentukan pihak *dropshipper*, dan tidak perlu khawatir tentang pengiriman barang sendiri karena *supplier* melakukannya secara langsung (Ambarwati, 2019).

Sistem transaksi yang dilakukan oleh *dropshipper* yaitu, konsumen memilih dan melakukan pembelian barang, setelah itu konsumen melakukan pembayaran ke *dropshipper* dan *dropshipper* melanjutkan pesanan tersebut ke *supplier* dengan memberikan data-data konsumen (nama, alamat nomor telepon), dan langkah selanjutnya yaitu *supplier* yang akan memproses pesanan konsumen dan pihak *dropshipper* hanya memantau perkembangan pesanan konsumen. Yang menarik

dalam sistem *dropshipper* ini yaitu nama pengirim yang tercantum dalam paket yaitu nama pihak *dropshipper* (Insiyah & Firdaussiyah, 2022).

Bisnis *online* dengan menggunakan sistem *dropshipping* yang sudah cukup populer dikalangan masyarakat, oleh karena itu di era perkembangan teknologi saat ini menjadi peluang usaha yang banyak diminati (Meilinda, 2020). Bisnis *online* yang dilakukan oleh Jogja Digital Native sebagai pihak *dropshipper*, menjual berbagai macam barang dengan segala kebutuhan manusia dan barang yang paling laku yaitu kategori otomotif, bahan bangunan dan barang-barang yang dapat digunakan kembali atau bisa menghasilkan uang. Jogja Digital Native melakukan bisnisnya melalui *marketplace* *akulaku*.

Bisnis *online* dengan sistem *dropshipping*, tidak luput dari suatu masalah yang mungkin akan terjadi. Masalah-masalah ini mencakup; a) produk yang tidak sesuai dengan foto/gambar yang dipesan baik itu spesifikasi atau kriteria barang, b) kualitas barang yang dijual, karena pembeli tidak melihat barang yang dijual secara langsung dan hanya melihat gambar, jadi pembeli tidak dapat memastikan secara langsung apakah barang tersebut asli atau tidak, c) ketidaktepatan waktu dalam pengiriman produk dapat menimbulkan kekhawatiran pembeli mengenai barang yang dipesan, d) Jika pembeli mengajukan komplain atau pengembalian toko *online*, tidak semua penjual akan bersedia menanggapi komplain tersebut (Tanjung, 2021). Oleh karena itu, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dibuat dengan tujuan memberikan hak kepada konsumen agar pelaku usaha memberikan hak konsumen jika terjadi masalah pada barang yang dikirimnya (Firmansyah, 2021).

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Upaya Pengelolaan Bisnis dengan Sistem Dropshipping pada Marketplace Akulaku (Studi Kasus Jogja Digital Native)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana upaya pengelolaan bisnis dengan sistem *dropshipping* pada *marketplace Akulaku*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana upaya perusahaan dalam pengelolaan bisnis dengan sistem *dropshipping* pada *marketplace Akulaku*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dibawah ini merupakan manfaat dari penelitian antara lain:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan untuk dijadikan sebagai tambahan referensi keilmuan yang berkaitan dengan bisnis *online* dengan sistem *dropshipping*.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Dropshipper

Dapat memberikan solusi untuk masalah yang dihadapi oleh perusahaan Jogja Digital Native selama proses bisnis *dropshipper*.

b) Bagi Pelaku Usaha

Dapat dijadikan acuan bagi para pelaku usaha yang akan menjalankan bisnisnya dengan sistem *dropshipping*, serta memberikan pengetahuan bagi para pelaku usaha untuk bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang lengkap dan bertanggung jawab jika terjadi permasalahan pada barang yang dikirim.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Di bawah ini adalah penjelasan tentang penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian ini digunakan sebagai dasar atau bahan perbandingan untuk penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dan juga digunakan sebagai pendukung untuk penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Berikut ini adalah ringkasan beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan subjek penelitian.

1. Transaksi jual beli *online* dengan sistem *dropshipping* di kalangan mahasiswa UIN-SU. Penelitian ini menjelaskan mengenai mekanisme transaksi jual beli *online* dengan sistem *dropshipping* yang dilakukan *dropshipper* mahasiswa UIN-SU, mekanismenya yaitu: a) mempromosikan barang ke sosial media, b) melakukan pemesanan barang, c) melakukan pembayaran barang, d) pengiriman barang. Faktor mahasiswa UIN-SU melakukan transaksi jual beli *online* dengan menggunakan sistem *dropshipping*, berikut ini faktor menggunakan sistem *dropshipping* antara lain: a) transaksi jual beli lebih efisien dan efektif, b) tidak perlu stok barang, c) tidak perlu *packing* barang, d) mendapatkan penghasilan sendiri, e). mengurangi resiko tidak lakunya produ/barang, dan f) modal tidak terlalu besar. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu ada pada studi kasus, yang mana penelitian ini berstudi kasus pada mahasiswa UIN-SU sedangkan peneliti berstudi kasus pada pelaku usaha *dropshipper* Jogja Digital Native, dan dalam peneliti ini membahas mengenai ragam barang yang di jual, alasan berbisnis menggunakan sistem *dropshipping*, dan tanggung jawab sebagai *dropshipper* (Meilinda, 2020).
2. Analisis pemanfaatan *marketplace* sebagai sarana penjualan bagi *dropshipper* di *shopee*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *dropshipper* memanfaatkan *platform marketplace*, sistem kerja

dropshipper, dan tanggung jawab *dropshipper* terhadap pelanggannya. Hasil dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang cara *digital marketing* Dela Rizki Store memasarkan produknya melalui *platform marketplace*, dan kemudian tentang sistem kerja dan tanggung jawab *dropshipper* di Shopee untuk melakukan proses jual beli dengan baik agar tetap bertahan dan berkembang. Perbedaan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang mana penelitian ini studi kasus pada toko *online* Dela Rizki Store, sedangkan peneliti ini studi kasus pada pelaku usaha *dropshipper* Jogja Digital Native. Perbedaan lainnya terdapat pada *marketplace* yang digunakan penelitian ini menggunakan platform *marketplace shopee*, sedangkan peneliti menggunakan platform *marketplace Akulaku*, dan dalam penelitian ini juga membahas mengenai ragam barang yang di jual, alasan berbisnis menggunakan sistem *dropshipping* (Meilisa & Widodo, 2023).

3. Analisis jual beli *online* dengan menggunakan sistem *dropshipping* dalam kajian ekonomi islam. Penelitian ini membahas tentang mekanisme jual beli *online* melalui sistem *dropshipping* yang dilakukan oleh *dropshipper* Shopee Mahasiswa UIN SU serta kajian ekonomi Islam tentang jual beli *online* melalui sistem *dropshipping* yang dilakukan oleh *dropshipper* Shopee Mahasiswa UIN SU. Perbedaan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang mana penelitian ini berstudi kasus pada toko *online* Dela Rizki Store, sedangkan peneliti ini berstudi kasus pada pelaku usaha *dropshipper* Jogja Digital Native. Perbedaan kedua terdapat pada *marketplace* yang digunakan penelitian ini menggunakan platform *marketplace shopee*, sedangkan peneliti menggunakan platform *marketplace Akulaku*. Perbedaan ketiga yaitu dalam penelitian ini tidak membahas mengenai tanggung jawab sebagai seorang *dropshipper*, ragam barang yang di jual, alasan berbisnis menggunakan sistem *dropshipping*, dan tanggung jawab sebagai *dropshipper* (Ambarwati, 2019).
4. Jual beli *online* dengan sistem *dropshipper* menurut pandangan islam (studi kasus lapak hitz). Lapak Hitz adalah jual beli *online* yang menjual berbagai jenis *fashion*, dan peralatan rumah tangga melalui *website* resmi penyedia

lapak *online* yang dikenal sebagai Bukalapak. Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 pasal 4 tentang Perlindungan Konsumen, penulis menyimpulkan bahwa bentuk pertanggung jawaban *Dropshipper* di Lapak Hitz kepada pembeli belum sesuai. Karena, ketidaksesuaian dalam pelaksanaan tanggung jawab menyebabkan ketidakseimbangan dan bahkan kerugian bagi pembeli. Perbedaan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang mana penelitian ini berstudi kasus pada toko *online* Lapak Hitz, sedangkan peneliti ini berstudi kasus pada pelaku usaha *dropshipper* Jogja Digital Native. Perbedaan lainnya terdapat pada *marketplace* yang digunakan penelitian ini menggunakan platform *marketplace bukalapak*, sedangkan peneliti menggunakan platform *marketplace Akulaku*, dalam penelitian ini juga membahas ragam barang yang di jual, alasan berbisnis menggunakan sistem *dropshipping* (Huda, 2019).

5. Tanggung jawab *dropshipper* terhadap resiko barang pesanan konsumen di kota palangka raya. Penelitian ini membahas mengenai perjanjian yang dibuat oleh *dropshipper* dengan konsumen di kota Palangka raya secara tidak resmi atau sesuai kesepakatan antara dua belah pihak. Tanggung jawab konsumen apabila terjadi keluhan, dan membahas tentang tinjauan hukum berkaitan erat dengan regulasi dalam transaksi elektronik serta pertanggungjawaban *dropshipper*, aturan hukum mengenai kedua hal tersebut di atur dalam UU No 19 Tahun 2016 tentang Informasi Transaksi Elektronik (UU ITE), dan UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Perbedaan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang mana penelitian ini berstudi kasus di kota pangka raya, sedangkan peneliti ini berstudi kasus pada pelaku usaha *dropshipper* Jogja Digital Native. Perbedaan lainnya yaitu penelitian ini tidak membahas mengenai mekanisme transaksi *dropshipping*, ragam barang yang di jual, alasan berbisnis menggunakan sistem *dropshipping* (Rozienna, 2020).
6. Analisis mekanisme dalam bisnis online perspektif ekonomi islam (studi kasus di Ulfa Hijab Store Tulungagung). Penelitian ini menjelaskan tentang mekanisme jual beli *online* di toko *online* Ulfa Hijab Store Tulungagung.

Penelitian ini juga membahas mekanisme yang diterapkan oleh *reseller* dan *dropshipper* di toko *online* tersebut, yang masing-masing bergantung pada *pricelist* yang diatur oleh *supplier*. Untuk pembayaran, toko *online* Ulfa Hijab Store Tulungagung menggunakan akad salam, yang berarti bahwa kedua pihak membayar secara keseluruhan pada saat kedua pihak melakukan akad. Perbedaan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang mana penelitian ini berstudi kasus pada toko *online* Ulfa Hijab Store, sedangkan peneliti ini berstudi kasus pada pelaku usaha *dropshipper* Jogja Digital Native. Perbedaan lainnya yaitu penelitian ini tidak membahas mengenai tanggung jawab sebagai seorang *dropshipper*, ragam barang yang di jual, alasan berbisnis menggunakan sistem *dropshipping* (Damayanti, 2020).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Produk

2.2.1.1 Pengertian Produk

Manusia memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka dengan produk. Produk adalah segala sesuatu yang tersedia di pasar untuk dimiliki, diperhatikan, digunakan, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan seseorang. Ide produk adalah menyukai produk dengan kualitas, kinerja, dan sifat yang paling inovatif (Kotler & Armstrong, 1997).

Produk berkualitas tinggi adalah salah satu hal utama yang diperhatikan oleh perusahaan dan merupakan salah satu strategi penting untuk meningkatkan daya saing produk. Tujuannya adalah untuk memberi kepuasan pelanggan dengan kualitas yang melebihi atau hampir sama dengan pesaing (Santoso, 2019).

Keragaman produk adalah macam-macam produk yang dijual, atau dengan kata lain yaitu kelengkapan dari sebuah produk, banyaknya merek, jenis, kualitas, warna, ukuran, bahan, dan ketersediaan produk di toko (Safitri & Sufi, 2023). Keragaman produk yaitu kelengkapan variasi produk dalam kategori produk yang berbeda dan setiap barang memiliki ID produk yang berbeda. Dengan

tujuan untuk memaksimalkan penjualan, sehingga konsumen memiliki beberapa pilihan barang dan bebas dalam memilih produk yang ingin membelinya (Faradila et al., 2022).

2.2.1.2 Klasifikasi produk

Dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk produk dan jasa, pemasar mengembangkan beberapa klasifikasi produk. Pertama, pemasar membagi produk dan jasa menjadi 2 kelas besar berdasarkan pada jenis konsumen yang menggunakannya yaitu produk konsumen dan produk industri (Kotler & Armstrong, 1997).

1) Produk konsumen

Produk konsumen adalah Produk yang dibeli oleh pelanggan akhir untuk digunakan secara pribadi disebut produk konsumen. Ini termasuk barang sehari-hari, barang belanja, dan barang khusus, seperti barang mewah.

2) Produk Industri

Produk industri adalah barang yang dibeli untuk diproses atau digunakan dalam menjalankan bisnis. Oleh karena itu, perbedaan antara produk yang dibeli oleh konsumen dan produk yang diproduksi oleh industri didasarkan pada alasan mengapa produk tersebut dibeli. Mesin pemotong rumput adalah produk konsumen jika dibeli untuk digunakan di lingkungan rumah, tetapi produk industri jika dibeli untuk bisnis pertanian.

Keputusan pembelian akan mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan berikutnya, yang menjadikannya sangat penting untuk dipertimbangkan. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun citra merek kepada konsumen dengan membangun kualitas dari produk itu sendiri kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi pada produk tersebut. Seringkali, proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari beberapa

keputusan; suatu keputusan adalah pilihan antara dua atau lebih opsi (Hidayat, 2020).

2.2.2 Marketplace

2.2.2.1 Pengertian Marketplace

Marketplace secara umum bisa didefinisikan sebagai aplikasi yang berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli di internet. Pasar juga berfungsi sebagai pihak ketiga, memungkinkan penjual dan pembeli bertemu dan melakukan pembayaran (Aghniya & Komala, 2022).

Istilah *marketplace* ini yang cukup populer dikalangan masyarakat. Dilihat dari arti kata, *marketplace* adalah tempat serupa dengan pasar di mana seseorang bisa berjualan maupun membeli barang. *Marketplace* berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara *online*. *Marketplace* menawarkan berbagai fasilitas, seperti metode pembayaran, estimasi pengiriman, pencarian produk berdasarkan kategori, dan fitur yang lainnya. Dengan kata lain, penjual dan pembeli akan bertemu secara *online* melalui *marketplace*. Penjual mengemas dan mengirimkan barang setelah pembeli membayar setelah kesepakatan (Kusumaningsih et al., 2002).

2.2.2.2 Jenis Marketplace

Berikut ini jenis *marketplace* antara lain: (Kusumaningsih et al., 2002)

1. *Marketplace* Murni

Marketplace murni adalah yang berfungsi sebagai penghubung utama antara penjual dan pembeli. Penjual memiliki kebebasan penuh di tempat ini untuk melakukan berbagai transaksi produk, mengelola pembayaran, menampilkan informasi tentang produk, dan berbagai fungsi lainnya.

Penjual juga harus menyediakan semua informasi dan data terkait produk yang dipasarkan. supaya menjadi lebih mudah bagi konsumen untuk membeli barang

tersebut. Untuk menjaga kredibilitas toko, deskripsi barang harus sesuai dengan bentuk dan kondisi barang.

2. *Marketplace* Konsinyasi

Marketplace konsinyasi yang merupakan jenis pasar daring dimana penjual hanya memiliki akses untuk menitipkan produk saja. Maksudnya adalah, dari pihak penjual hanya dapat menyediakan barang serta mengirimkan deskripsi informasi detail dari barang tersebut. Untuk urusan seperti ketersediaan foto barang, gudang barang, serta pengemasan ataupun pengiriman akan dilakukan oleh pihak yang menyediakan tempat.

3. *Marketplace* Horizontal

Horizontal *marketplace* adalah aplikasi yang menjual berbagai barang dan jasa dalam berbagai kategori. Pasar horizontal biasanya melabeli dirinya sebagai toko serba ada yang berfokus pada kenyamanan sebagai nilai jual utama. Pasar vertikal menawarkan berbagai produk, termasuk pakaian, kosmetik, minuman dan makanan, barang-barang elektronik, buku-buku, dan perabot rumah tangga, dan sebagainya.

4. *Marketplace* Vertikal

Konsep vertikal *marketplace* adalah adalah *situs web* yang hanya memasarkan produk dari satu kategori tertentu melalui *situs webnya*. Sociolla, contoh *marketplace* vertikal, berfokus pada produk kosmetik dan perawatan tubuh.

2.2.2.3 *Marketplace* Akulaku

PT Akulaku Finance Indonesia didirikan oleh William Li pada tahun 2014 (Sari, 2021), menawarkan berbagai layanan, seperti belanja online, pinjaman yang aman dan mudah, pembayaran online melalui dompet digital dan transfer melalui ATM, dan layanan lainnya. Akulaku juga memberikan kemudahan untuk konsumen yaitu menyediakan barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti peralatan rumah, barang elektronik, kebutuhan pokok, furniture, pakaian, dan yang lainnya (Akulaku, n.d.).

2.2.3 Dropshipping

2.2.3.1 Pengertian Dropshipping

Dropshipping adalah sebuah teknik pemasaran yang dimana penjual tidak perlu menyimpan stok barang, dan apabila penjual mendapatkan order, maka penjual tersebut langsung meneruskan detail orderan dan pengiriman barangnya ke *supplier*. Lalu *supplier* akan langsung memproses pengiriman barang ke pembeli atas nama penjual (pihak *dropshipper*), (Huang & Airlangga, 2017). Keuntungan yang akan didapatkan penjual yaitu dengan cara menaikkan harga barang atau penjual mendapatkan harga grosir dari *supplier* untuk menjual barangnya atau penjual tidak menaikkan harga barang untuk keuntungan tetapi mendapatkan komisi dari pemilik barang setiap ada transaksi.

Dropshipping adalah sistem jual beli *online* yang dimana penjual tidak perlu menyediakan tempat/gudang atau melakukan stok barang, *dropshipper* hanya melakukan penjualan menggunakan foto/gambar dan keterangan barang yang diberikan oleh pihak *supplier*, dalam hal ini *dropshipper* berperan dalam kegiatan mempromosikan barang kepada pembeli. Dengan sistem ini, *dropshipper* tidak melakukan pengemasan barang yang akan dikirim ke pembeli karena hal tersebut akan dilakukan langsung oleh seorang *supplier*, dan barang yang di kirimkan ke pembeli otomatis menggunakan nama pihak toko *dropshipper* (Tanjung, 2021).

2.2.3.2 Sistem Kerja Dropshipper

Berikut ini sistem kerja *dropshipper* antara lain: (Huang & Airlangga, 2017)

1) Cari *supplier*, 2) Simpan foto deskripsi produk, 3) Pasarkan produk ke konsumen, 4) Konsumen *Transfer* uang ke *dropshipper*, 5) *Dropshipper Transfer* ke *Supplier*, 6) *Dropshipper* Mendapatkan keuntungan dari selisih uang yang dibayarkan oleh Konsumen, 7) *Supplier* mengirimkan barang kepada konsumen menggunakan nama toko *online dropshipper*, 8) Konsumen mendapatkan barang, 9) Transaksi selesai

2.2.3.3 Keuntungan Menjadi Dropshipper

Berikut ini keuntungan menjadi *dropshipper* antara lain: (Anugrah et al., 2023)

- 1) Tidak perlu mengeluarkan modal besar dalam membeli produk terlebih dahulu. Penjual (*dropshipper*) hanya perlu membeli barang ke *supplier* setelah ada pembeli yang sudah membayar.
- 2) Tidak perlu menyediakan tempat atau gudang untuk barang-barang.
- 3) Tidak perlu khawatir mengenai penumpukan stok barang yang tidak laku atau rusak karena penyimpanan yang lama.
- 4) Tidak perlu repot dalam proses pengemasan dan pengiriman barang kepada konsumen, karena hal tersebut menjadi tanggung jawab *supplier*.
- 5) Tidak perlu menghabiskan waktu dan usaha untuk membuat promosi produk, karena pihak penyedia telah menyediakan katalog atau foto produk untuk digunakan dalam promosi.
- 6) Untuk urusan terkait pengemasan, dan pengiriman barang dilakukan oleh *supplier*, sehingga bisnis ini tidak memakan banyak waktu.
- 7) Tidak perlu menyewa toko fisik, karena bisnis ini dapat dijalankan dari rumah.
- 8) Transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, karena sebagian besar produsen atau grosir memiliki toko *online* yang buka 24 jam.
- 9) Potensi penghasilan besar, karena penjual dapat menentukan sendiri *persentase* keuntungan.
- 10) Memulai bisnis ini tidak memerlukan persiapan yang rumit seperti membuka toko fisik sendiri.

Dropshipping adalah sistem jual beli *online* di mana *dropshipper* sebagai penjual dan pihak *dropshipper* melakukan pemesanan ke *supplier* untuk mengirimkan barang pesanan ke konsumen, dengan mencantumkan nama dan alamat toko milik *dropshipper* sebagai pihak pengirim. Sistem *dropshipping* melibatkan beberapa pihak diantaranya sebagai berikut: a) *Supplier* bertindak sebagai pemilik barang dan mengirimkan barang langsung kepada pembeli melalui toko milik *dropshipper*; b) *Dropshipper* bertindak sebagai perantara penjualan barang dan menjual barang kepada pembeli dengan mengirim sejumlah harga barang dan ongkos kirim, dan mendapatkan keuntungan dari selisih harga barang; dan c) Pembeli membeli barang dari *dropshipper* dengan mengirim sejumlah harga barang dan ongkos kirim. Semua pihak yang terlibat dalam jual beli *dropshipping* di atas berhubungan satu sama lain dari awal proses penawaran hingga tahap di

mana produk ditawarkan oleh *dropshipper* dan diterima oleh konsumen (Latief, 2019)

2.2.4 Dasar Perlindungan Konsumen

Dalam hal jual beli, konsumen adalah pihak yang memiliki kemungkinan terbesar untuk dirugikan, sehingga diperlukan dasar hukum untuk melindungi konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, mengatur perlindungan hukum bagi konsumen jual beli. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 1 ayat 1 yang berbunyi Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Pasal 4 UUPK mengatur hak konsumen antara lain yaitu: (UUPK, 1999)

Hak konsumen adalah:

- 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.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang dapat digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari masalah-masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting seperti: mengajukan pertanyaan, menyusun prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para informan atau partisipan. Menganalisis data secara induktif, mereduksi, memverifikasi, dan menafsirkan atau menangkap makna dari konteks masalah yang diteliti (Nugrahani, 2014).

3.2 Sumber Data

3.2.1 Sumber data primer

Data primer dari penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan pelaku bisnis dropshipper di Jogja Digital Native yang nantinya bisa dijadikan bahan untuk menganalisis pokok pokok permasalahan.

3.2.2 Sumber data sekunder

Data sekunder adalah data yang dapat digunakan sebagai referensi dalam memperkuat data. Contoh sumber data sekunder termasuk buku referensi, dokumentasi, jurnal, internet, dan wawancara dengan tim dari Jogja Digital Native.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data secara keseluruhan didapat dari perusahaan tempat peneliti melakukan penelitian. Data kualitatif diperoleh secara langsung dari pengamatan dan wawancara di perusahaan tempat penelitian.

Berikut ini teknik pengumpulan data dalam penelitian peneliti yaitu: (Narsih, 2019)

1. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan orang mengetahui tentang obyek penelitian. Merupakan suatu cara pendekatan langsung untuk mendapatkan data atau informasi dengan metode tanya jawab kepada orang yang mengetahui tentang objek yang diteliti.

2. Observasi

Suatu cara untuk memperoleh data atau informasi dengan melakukan peninjauan langsung ke obyek penelitian seperti penelitian secara langsung atas dokumen-dokumen serta sistem atau cara kerja para pegawai yang ada.

3. Informan

Peneliti mengambil 3 orang informan yaitu 1 orang sebagai leader dan 2 orang sebagai tim dari Jogja Digital Native. Adapun ketiga informan sebagai berikut:

No	Nama Informan	Jabatan	Lamanya Bekerja
1	Afifah	Leader	1 tahun
2	Sinta	Internet Marketer	10 bulan
3	Novi	Admin CS	11 bulan

3.4 Validasi Data

Triangulasi adalah metode pengumpulan data dari tiga sudut yang berbeda. Triangulasi data berarti menggunakan teknik wawancara, pengamatan, dan dokumentasi. Triangulasi adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengecek dan meningkatkan validitas penelitian dengan menganalisis pertanyaan dari berbagai perspektif. Terdapat 3 triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi teori: (Narsih, 2019)

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah proses mengumpulkan data dan menguji validitas informasi dari berbagai sumber. Langkah pengecekan kembali data yang diperoleh dari informan yang dilakukan dengan menanyakan kebenaran data atau informasi informan dengan informan lainnya. Dalam penelitian ini menggunakan 3 informan yang terdiri dari 1 leader dan 2 tim Jogja Digital Native.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah suatu pendekatan untuk mengevaluasi hasil penelitian dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, untuk menentukan tingkat kepercayaan yang valid. Penelitian ini menggunakan metode ini untuk meningkatkan keabsahan data yang mereka peroleh.

3. Triangulasi Teori

Triangulasi teori didasarkan pada gagasan bahwa fakta tidak dapat diperiksa untuk menilai tingkat kepercayaannya dengan satu teori atau lebih, dengan cara membandingkan kenyataan atau hasil data dengan satu teori atau lebih.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari catatan lapangan, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang telah diteliti dan memilih mana yang penting dan yang harus dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh orang lain dan diri sendiri.(Tanjung, 2021).

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Analisis kualitatif menganalisis data yang diperoleh dari wawancara dengan subjek penelitian secara menyeluruh. Penelitian menggunakan data wawancara sebagai sumber data utama, yang digunakan untuk menganalisis data untuk menjawab masalah penelitian. Analisis data kualitatif melibatkan langkah-langkah berikut: (Meilinda, 2020)

1. Reduksi Data (Reduksi)

Data yang diperoleh dari lapangan harus ditulis atau diketik dalam bentuk uraian atau laporan yang rinci. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, laporan tersebut harus direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang penting, difokuskan pada hal-hal yang penting, dan disusun secara sistematis.

2. Penyajian Data (Display Data)

Proses menampilkan data dalam bentuk apa pun, seperti kata-kata, kalimat, naratif, tabel, matriks, atau grafik disebut display data. Dengan menampilkan data ini, orang dapat melihat penelitian secara keseluruhan atau bagian-bagiannya. Dengan demikian, informasi tersebut akan dimiliki oleh peneliti.

3. Interpretasi Data atau Mengambil Kesimpulan

Merupakan langkah ketiga yaitu kesimpulan awal yang dibuat hanyalah sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan yang dibuat pada tahap awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap kredibel.

3.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dimulai dengan penggalian informasi yang didapat dari pihak *Dropshipper* Jogja Digital Native. Disini peneliti menggali informasi dari pihak *dropshipper* yang terdiri dari leader, salah satu tim Marketer, admin Customer Service. Dimana informasi yang didapatkan oleh peneliti dilakukan melalui wawancara secara langsung kepada narasumber dengan mengajukan beberapa pertanyaan mengenai transaksi jual beli online dengan sistem *dropshipping*. Dari penggalian informasi yang didapat dari pihak *dropshipper* maka akan diketahui ragam barang yang di jual di Jogja Digital Native, bagaimana mekanisme jual beli online yang terjadi dalam sistem *dropshipping* Jogja Digital Native, alasan Jogja Digital Native memilih berbisnis menggunakan sistem

dropshipping dan bagaimana tanggung jawab sebagai pihak dropshipper jika terjadi kendala atau masalah.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Pada bulan Oktober 2022 Bapak Nuri mendirikan unit bisnis baru yang diberi nama Jogja Digital Native (JDN). Dulunya sebelum ada Jogja Digital Native (JDN) ada unit bisnis yang diberi nama Digital Solution yang di handle oleh salah satu karyawannya, karena ada satu dan lain hal jadilah digital solution itu digabung ke Jogja Digital Native (JDN) agar bisa terarah dan terstruktur dari segi manajemennya. Jogja Digital Native (JDN) memiliki planning jangka panjangnya yang tidak hanya berkecimpung dalam bidang dropship saja tetapi juga merambah untuk memiliki produk yang bisa dijual sendiri secara online, sehingga bisa di digitalisasikan ke media sosial seperti tik tok shopee dan produknya bisa di live in. sejauh ini JDN belum memiliki produk sendiri alias menjualkan produk milik orang lain.

Jogja Digital Native (JDN) dari segi bisnis ini Jogja Digital Native (JDN) berkeinginan membangun pertumbuhan perekonomian bangsa dan memajukan UMKM melalui pemasaran digital, secara tidak langsung *dropshipping* ini membantu UMKM. Menciptakan lapangan pekerjaan untuk generasi muda dengan memaksimalkan potensinya.

Jogja Digital Native pada mulanya memiliki 3 karyawan yang sekarang ini menjadi tim leader. Tim Leader ini belajar mengenai *dropshipping* dan *marketplace Akulaku*, untuk training *digital marketing* selama 2 bulan di Tasikmalaya. Harapannya setelah belajar dari Tasikmalaya bisa menerapkan bisnis *dropshipping* di Jogja Digital Native (JDN), sehingga bisa memiliki tim-tim di bawahnya. Saat ini total seluruh karyawan di Jogja Digital Native adalah 7 karyawan, yang terdiri dari 6 orang berkecimpung di Marketplace Akulaku, dan 1 orang Admin Keuangan.

CV Indokarya Persada ini memiliki 5 nilai-nilai yang dijadikan sebagai pedoman bekerja, yang disingkat SMART, yang memiliki makna sebagai berikut:

- 1) Sinergis: Bekerja sama secara harmonis dan menghasilkan karya terbaik
- 2) Masif: Kuat, solid dan mumpuni
- 3) Amanah: Bisa dipercaya, bertanggung jawab, profesional dalam bekerja
- 4) Respect: Memuliakan, menghormati orang lain, terbuka, service excellent
- 5) Teladan: Menjadi inspirasi kebaikan bagi lingkungan sekitar

Visi dan Misi Perusahaan

Visi

- 1) Mewujudkan masyarakat Indonesia yang bermataabat dan sejahtera

Misi

- 1) Misi Spiritual: beramal sholih di dunia dan berkumpul di surge.
- 2) Misi Bisnis: membangun imperium bisnis

4.2 Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini membahas mengenai hasil *interview* dengan beberapa narasumber kunci dan pendukung untuk mendapatkan informasi riil dan dikonfirmasi jawaban dari satu narasumber dan narasumber lainnya. Hasil *interview* dikompilasi dan didiskusikan dikaitkan dengan referensi artikel yang relevan pada poin-poin dibawah ini yaitu:

4.2.1 Ragam Barang yang dijual di Jogja Digital Native

Dropshipping adalah model bisnis *online* yang sederhana karena para *dropshipper* dapat menjalankan bisnis mereka tanpa modal yang besar karena *dropshipper* dalam sistem ini tidak perlu menyetok atau membeli barang sebelum dijual, dan mereka juga tidak perlu mengirimkan barang ke konsumen (Farahdinna, 2022). Barang yang disediakan oleh *marketplace* pun beragam, sehingga dalam menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipping*, pihak *dropshipper* tinggal memilih dan mencari barang sesuai dengan kategori yang diinginkan dan bisa menjangkau semuanya.

Jogja Digital Native ini menjual semua barang dalam artian apa yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga bisa menjangkau semua kebutuhan konsumen. Seperti dalam kategori otomotif, elektronik, *home and kitchen* (peralatan dapur), hobi, bahan bangunan, alat usaha, alat kesehatan, alat pertukangan, aksesoris, peralatan anak-anak, dan lain-lain. Barang yang banyak diminati yaitu kategori otomotif, elektronik, bahan bangunan, dan barang yang dapat digunakan kembali/bisa menghasilkan uang.

PT Akulaku Silver Indonesia (Akulaku) melaporkan peningkatan transaksi cicilan pada pembelian berbagai jenis barang di tahun 2020. Selama pandemi, banyak produk elektronik, pakaian pria, dan furnitur mengalami kenaikan pesanan yang signifikan. Lima perlengkapan dan perabotan rumah tangga yang paling dicari pengguna Akulaku di tahun 2020 termasuk sofa, rak penyimpanan, spring bed, Kasur busa, dan perlengkapan dapur (Akulaku, 2021).

Katadata Insight Center (KIC) bersama Kredivo menemukan bahwa kategori produk yang banyak dibeli konsumen melalui e-commerce adalah pulsa dan voucher. kategori peralatan rumah tangga sebesar 10%. Laporan KIC bersama Kredivo ini juga menunjukkan jika konsumen laki-laki cenderung lebih sering melakukan transaksi pada kategori gadget dan aksesoris, olahraga, mainan, dan hobi. Sementara konsumen perempuan lebih banyak melakukan transaksi pada kategori fashion dan aksesorisnya, kesehatan dan kecantikan, makanan, serta anak dan bayi. Adapun survei ini dilakukan pada sampel pengguna Kredivo yang melakukan transaksi di e-commerce sebanyak 2,2 juta sampel pengguna yang tersebar di seluruh Indonesia (Muhamad, 2023).

Tahun 2020 Team Asosiasi Digital Marketing Indonesia telah melakukan riset pada 15,3 juta barang yang dijual di marketplace Tokopedia yaitu barang yang terlaris ada dalam kategori rumah tangga, perlengkapan pesta craft, handphone & tablet, peralatan dapur, kecantikan, makanan & minuman, office – stationary, kesehatan, elektronik, dan alat pertukangan (Association, 2020).

Tabel 1 1 Ragam barang Jogja Digita Native

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
Apa saja ragam barang yang dijual di Jogja Digital Native?	Menjual semua barang dalam artian apa yang kalian butuhkan kami ada (palugada), dan barang yang biasanya paling laris itu di kategori otomotif, elektronik, Home and Kitchen (peralatan dapur), Hobi, dan alat-alat yang dapat digunakan kembali.	Barang-barang yang dijual di toko saya itu random/palug ada, dan barang yang biasanya paling laris itu elektronik, alat usaha (gerobak) dan barang yang dapat digunakan kembali sehingga menghasilkan uang, bahan bangunan, otomotif.	Barang-barang yang dijual yaitu semua produk yang dibutuhkan atau dicari oleh konsumen atau dengan kata lain palugada, dan barang yang biasanya paling laris itu kategori elektronik, otomotif, bahan bangunan, dan alat usaha atau alat yang dapat digunakan kembali.	Barang-barang yang dijual di Jogja Digital Native yaitu semua produk yang dibutuhkan oleh konsumen, dan produk yang paling laris di Jogja Digital Native adalah kategori otomotif, elektronik, bahan bangunan, dan alat-alat yang dapat digunakan kembali (alat usaha).

4.2.2 Mekanisme Bisnis *Online* Dengan Sistem *Dropshipping*

Dropshipping adalah sistem jualan *online* di mana penjual dapat menjual barang dengan modal yang minim dan tidak perlu mengirimkannya kepada pembeli. Karena itu berarti bisnis ini tidak membutuhkan modal, dan *dropshipper* tidak perlu membeli atau menyetok barang terlebih dahulu (Ambarwati, 2019). Meskipun penjual yang melakukan pengiriman, tetapi nama identitas pengirim adalah identitas dari penjual (pihak *dropshipper*), yang artinya dalam jual beli *online* yang menggunakan sistem *dropshipping* ini, ada tiga pihak: *supplier*, *dropshipper*, dan pembeli (Meilinda, 2020).

Alur pemesanan Jogja Digital Native yang menggunakan sistem dropshipping yaitu antara lain:

1. Melakukan penguploadan produk di akun akulaku

Hal yang pertama kali seorang *dropshipper* lakukan dalam transaksi jual beli *online* melalui sistem *dropshipping* yaitu memiliki akun di *marketplace* Akulaku, melakukan riset produk di *marketplace shopee* untuk mencari produk *trending* dan produk terlaris baik di *marketplace* yang lainnya untuk di jual di *marketplace* Akulaku. Metode riset seorang *Internet Marketer* memiliki beberapa cara yaitu salah satunya dengan menggunakan *filter* produk laris atau terpopuler di *marketplace* tersebut. Menggunakan *google trend* atau menggunakan aplikasi riset khusus, sehingga bisa mengetahui produk-produk yang laris dalam rentan wilayah tertentu atau rentan waktu tertentu, *compare* harga di *LD Player* untuk membandingkan harga dengan kompetitor di *marketplace* Akulaku, langkah selanjutnya pihak *dropshipper* melakukan optimasi yaitu mengupload gambar/foto ke akun *marketplace* Akulaku, dan merawat tampilan toko agar menarik konsumen. ketika mengupload gambar/foto pihak *dropshipper* nantinya memberi deskripsi mengenai barang tersebut.

2. Melakukan Pemesanan Barang

Jika ada konsumen yang membeli barang tersebut dan konsumen sudah melakukan pembayaran, maka langkah selanjutnya yaitu membuka link *supplier* dan *dropshipper* melakukan konfirmasi ketersediaan barang terkait stok barang, ukuran, warna, dan lainnya jika barang *ready* maka tim *Internet*

Marketer melakukan penginputan data identitas konsumen di *google form* yang sudah tersinkronkan ke data admin *Costomer Service*, sehingga admin *Costomer Service* bisa melakukan pengorderan ke *supplier*, dan admin *Costomer Service* isi identitas lengkap konsumen, harga beli *supplier*, ongkos kirimnya, status dananya bagaimana, status *ordernya* bagaimana, dan lain-lain.

3. Proses Pembayaran Barang

a) Proses Pembayaran Barang *Dropshipper* ke *Supplier*

Setelah proses pemilihan barang konsumen benar, alamat konsumen sudah di isi dengan benar, maka pihak *dropshipper* akan *cek out* dengan mengaktifkan tombol *dropship*, dan melakukan pembayaran melalui transfer (*cash*).

b) Proses Pembayaran Barang Konsumen ke *Dropshipper*

Dalam melakukan pembayaran produk ini sama seperti saat membeli barang di setiap *marketplace* lainnya. Akulaku ini menyediakan pembayaran secara kredit yang dimana konsumen membayar barangnya dengan metode mencicil (kredit). Tetapi disini pihak *dropshipper* tetap menerima pembayaran dari *marketplace* Akulaku secara *cash*. Untuk konsumen yang melakukan pembayaran secara mencicil/kredit merupakan urusan konsumen dengan *marketplacanya*.

4. Pengiriman Barang

Proses pengiriman ini akan dilakukan oleh pihak *supplier* yang dimana pihak *dropshipper* tidak perlu lagi mengirimkan barang ke konsumen, karena barangnya sudah di kirim ke konsumen menggunakan identitas *dropshipper*.

Berdasarkan penelitian mengenai mekanisme pemesanan barang online menggunakan sistem dropshipping yaitu dengan cara: 1) Penjual menjual barang *supplier* melalui berbagai platform, termasuk media sosial, website, toko online, dan Messenger. 2) Konsumen atau pembeli yang akan membeli produk akan

menghubungi penjual dan kemudian melakukan pembayaran ke rekening penjual. 3) Setelah penjual menerima uang untuk pembayaran produk, penjual menginformasikan kepada supplier untuk mengirimkan produk kepada pembeli, dan supplier kemudian mengirimkan uang yang telah diambil dari pembeli kepada penjual. 4) Supplier kemudian mengirimkan produk kepada pembeli dengan nama penjual sebagai pengirim (Amalia, 2023).

Dropshipper hanya sebagai perantara antara konsumen dengan pihak *supplier*. *Dropshipper* hanya mempromosikan produk mereka melalui toko *online* dengan foto, kriteria produk dan harga, tanpa menyetok atau menyediakan tempat penyetokan. *Dropshipper* mendapatkan barang dari barang yang *supplier* pasang di *marketplace* atau *dropshipper* mendapatkan barang itu melalui kerjasama dengan pihak *supplier*. *Dropshipper* hanya menggunakan *marketplace* atau *website* dan *media sosial* seperti *Facebook*, *Instagram*, atau yang lainnya untuk memasarkan barang atau jasanya. Pihak *dropshipper* mengupload foto atau gambar produk yang dijual dengan menyertakan informasi seperti harga, ukuran, bahan dan spesifikasi lainnya (Yusuf et al., 2019).

Tabel 1 2 Alur pemesanan Jogja Digital Native

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
Bagaimana alur pemesanan yang di terapan oleh Jogja Digital Native mengguna kan sistem	Alur pemesanan: alurnya dimulai dengan adanya orderan. Orderan masuk, lalu seorang Internet Marketer	Alur pemesanan: ketika ada orderan masuk, maka saya memasukkan orderan tersebut ke data order, lalu cari	Alur pemesanan: ketika data order sudah masuk ke data order admin <i>Customer Service</i> , mka tugas admin <i>Customer</i>	Alur pemesanan: 1). Melakukan penguploadan produk di akun Akulaku, 2). Melakukan pemesanan barang, 3). Proses

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
dropshipping?	mencari produk di <i>marketplace</i> yang sudah <i>ready</i> . Input data <i>customer</i> melalui google form yang langsung terhubung dengan data order <i>Customer Service</i> , baru admin <i>Customer Service</i> melihat bahwa ada orderan di toko A, di data orderan itu sudah lengkap ada identitas konsumennya, harga produknya, link produk yang sudah <i>ready</i> sehingga admin <i>Customer</i>	<i>supplier</i> nya dan input data order. Untuk pemesanan produk dilakukan oleh admin <i>Customer Service</i> .	<i>Service</i> selanjutnya yaitu membuka link yang ada di data order. Memasukkan dan memastikan biodata <i>customer</i> ketika sudah sesuai semuanya selanjutnya lakukan pembayaran. Mengolah dan menginput data di data order. Serta memastikan data order dan data keuangan itu <i>balance</i> .	pembayaran barang (proses pembayaran barang ke <i>supplier</i> dan proses pembayaran konsumen ke <i>dropshipper</i>), 4). Pengiriman barang.

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
	<p><i>Service</i> langsung melakukan pengorderan ke <i>supplier</i>. Lalu data order di isi oleh admin</p> <p><i>Customer Service</i> harga beli <i>supplier</i>, ongkirnya, status dananya bagaimana, status ordernya bagaimana, dan lain-lain. Kalau tidak ada problem berarti orderannya sudah selesai, tapi kalau orderannya ada problem tugas admin</p> <p><i>Customer Service</i> harus menyelesaikannya.</p>			

4.2.3 Alasan Jogja Digital Native Menjalankan Bisnisnya Sistem Dropshipping

Saat ini, proses terjadinya transaksi jual beli telah berkembang dengan cepat. Transaksi jual beli ini juga dapat dilakukan secara tidak bertatap muka atau dapat dilakukan secara *online*. Selain itu, transaksi ini mudah dilakukan, dapat dikatakan sebagai pekerjaan sampingan yang dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja tanpa mengganggu aktivitas lainnya. Karena sistem *dropshipping* ini dianggap lebih efisien, proses penjualan dilakukan melalui *internet*. Jual beli *online* dengan sistem *dropshipping* tidak perlu memiliki barang, atau bahkan tidak perlu menyetok barang.

1. Analisis faktor-faktor yang menyebabkan Jogja Digital Native (JDN) menjalankan bisnisnya menggunakan sistem dropshipping sebagai berikut:

1) Bisnis Tanpa Stok Produk

Sebagai *dropshipper* tidak perlu menyediakan tempat untuk penyimpanan barang-barang, dan tidak perlu menyetok barang di tempat, sehingga bisa terhindar dari resiko barang tidak terjual atau penumpukan barang.

2) Tanpa Modal Besar

Dalam menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipper* tidak perlu melakukan penyetokan barang jadi jika ada konsumen yang membeli barang di toko maka sebagai pihak *dropshipper* akan melakukan pengorderan ke pihak *supplier*, sehingga tidak perlu mengeluarkan modal yang besar untuk membeli produk terlebih dahulu.

3) Tidak Perlu Packing Produk

Sebagai pihak *dropshipper* tidak perlu melakukan *packing* barang pesanan konsumen, jadi jika ada pesanan dari konsumen maka pesanan tersebut akan diteruskan ke pihak *supplier*, sehingga mulai dari proses *packing* sampai pengiriman barang akan dilakukan oleh pihak *supplier*.

Faktor-faktor yang menyebabkan seorang penjual atau *dropshipper* melakukan transaksi jual beli *online* dengan menggunakan sistem *dropshipping* yaitu sebagai berikut: (Istikomah, 2023).

a) Tidak membutuhkan modal yang besar, b) Pelaku bisnis bisa bekerja sama dengan banyak *supplier* dan bisa berganti *supplier*, c) Tidak perlu melakukan penyetokan barang, d) Tidak perlu melakukan *packing* barang.

Tabel 1 3 Faktor Faktor dalam menjalankan bisnis dropshipping

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
Apa yang menjadi alasan JDN menjalankan bisnisnya menggunakan sistem <i>dropshipping</i> ?	Faktor-faktor nya: Faktor yang menyebabkan menjalankan bisnis dengan sistem <i>dropshipping</i> yaitu karena jualan tanpa stok dan tanpa modal yang besar. Tidak ribet <i>packing</i> barang karena barang langsung dikirim oleh pihak penjual	Faktor-faktor nya: Faktor yang menyebabkan menjalankan bisnis dengan sistem <i>dropshipping</i> , karena dapat melakukan penjualan tanpa memiliki stok barang, dan tidak perlu <i>packing</i> barang.	Faktor-faktor nya: Faktor yang menyebabkan menjalankan bisnis dengan sistem <i>dropshipping</i> , karena tidak perlu stok barang, dan tidak melakukan <i>packing</i> barang, karena barang akan dikirim langsung oleh penjual ke konsumen.	Faktor-faktor: 1) Bisnis tanpa stok produk, 2) Tanpa modal besar, 3) Tidak perlu <i>packing</i> barang

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
			Modal yang dikeluarkan tidaklah besar, tidak seperti saat memproduksi barang sendiri.	

a) Analisis tantangan yang dihadapi oleh Jogja Digital Native antara lain:

Terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh Jogja Digital Native pada saat menjalankan bisnisnya dengan sistem *dropshipping* yaitu antara lain:

Sebagai pihak *dropshipper* tidak bisa melihat kondisi *riil* produk dan tidak mengetahui kebenaran produk yang dikirim *supplier* ke konsumen, karena pihak *dropshipper* hanya perantara bagi *supplier* dan konsumen. Sehingga ada konsumen yang komplain terkait barang yang dibeli tidak sesuai dan berakhir *return/refund*.

Sistem *dropshipping* mempunyai beberapa tantangan, yaitu antara lain: 1) keuntungan cenderung tidak terlalu banyak. 2) terdapat resiko bersaing dengan reseller lain. 3) ada kesulitan untuk memantau stok barang. 4) tantangan untuk menangani komplain konsumen (Anugrah et al., 2023).

Tabel 1 4 Tantangan yang dihadapi Jogja Digital Native

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
Apa tantangan yang dihadapi	Tantangan yang dihadapi JDN: Tantangannya	Tantangan yang dihadapi JDN:	Tantangan yang dihadapi JDN:	Tantangan yang dihadapi JDN:

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
JDN menjalankan bisnisnya menggunakan sistem dropshipping?	terdapat pada di <i>marketplace</i> nya itu sendiri, terkait dengan kebijakan dari akulaku sempat ada penurunan etalase 2000 – 500 atau bahkan ke 100 dengan jangka waktu 4 bulan jika tidak ada aktivitas di dalamnya. <i>Supplier</i> utama yang juga masuk jualan di <i>marketplace</i> Akulaku. Kerika ada barang yang <i>return/refund</i>	Tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis ini yaitu pada saat tidak ada <i>closingan</i> produk. Tidak mengetahui kondisi rillnya	Tantanganny a tidak mengetahui kondisi barang secara detail, dan sebagai pihak <i>dropshipper</i> tidak mengetahui apakah barang yang akan dikirimkan ke konsumen itu benar atau tidak dan menangani keluhan atau komplain dari konsumen.	1) Tantangan terdapat pada <i>marketplace</i> , seperti: penurunan etalase jika tidak ada aktivitas, 2) Tantangan dari diri pribadi yaitu berkaitan dengan <i>closingan</i> penjualan di setiap hari atau bulannya, 3) Tantangan dari kompetitor yaitu <i>supplier</i> utama yang jualan di <i>marketplace</i> Akulaku, 4) Tantangan menjadi <i>dropshipper</i> yaitu sebagai

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
				pihak <i>dropshipper</i> tidak mengetahui kondisi detail barang. dan komplain dari konsumen

b) Strategi yang dilakukan oleh Jogja Digital Native untuk mencapai target yaitu antara lain:

Strategi dalam menjalankan bisnis *dropshipping* yaitu dengan cara meng *compare* ulang produk-produk yang sudah dilihat oleh banyak pengunjung, melakukan optimasi produk agar mendapatkan *closingan* produk, dan mengevaluasi kerja tim, evaluasi ini tidak hanya dilakukan pada saat target belum tercapai tetapi juga pada saat sudah tercapai. Evaluasi ini dilakukan untuk meningkatkan *closing rate* dan untuk mengevaluasi kerja tim selama 1 bulan.

Evaluasi kerja tim dilakukan untuk memaksimalkan kinerja karyawan dan untuk menilai pekerjaan yang telah dilakukan oleh seseorang untuk diberikan penghargaan, imbalan atau kompensasi. Maka perlu dilakukan evaluasi yaitu antara lain: (Widyaningrum, 2020).

- a) Diberikan feedback yang jelas, b) tunjukkan perhatian perusahaan, c) cari tahu mengapa karyawan menurun kinerjanya, d) mengakui dan hargai setiap perbaikan dari karyawan.

Tabel 1 5 Strategi yang di lakukan Jogja Digital Native

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
Apa strategi yang dilakukan JDN menjalankan bisnisnya menggunakan sistem dropshipping?	Strategi yang dilakukan JDN: Dilakukan <i>compare</i> ulang pada produk-produk yang banyak penontonnya. Pasti sebagai dropship melihat grafiknya produk-produk mana yang banyak kunjungannya. Produk banyak yang kunjungan tetapi tidak <i>closing-closing</i> maka dilakukan <i>compare</i> ulang di produk-produk yang sudah banyak	Strategi yang dilakukan JDN: Evaluasi kerja selama 1 bulan yang lalu. Hal-hal yang belum dimaksimalkan dapat dimaksimalkan lagi di bulan depan. Melakukan <i>ikhtiar</i> . Untuk itu perlu adanya <i>compare</i> ulang dan evaluasi produk trafik nya kurang bagus misalnya <i>fashion</i> , lalu di ganting dengan	Strategi yang dilakukan JDN: Adanya evaluasi kerja, baik target sudah dicapai ataupun belum tercapai dalam 1 bulan kerja	Strategi yang dilakukan JDN: Melakukan <i>compare</i> ulang produk-produk yang sudah banyak yang melihat, dan setiap bulannya diadakan evaluasi untuk rencana kedepannya.

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
	penontonnya, dengan harapan menaikkan <i>closing rate</i> . Bisa jadi produk yang banyak penontonnya tidak ada <i>closingan</i> mungkin karena harganya lebih mahal dari <i>kompetitor</i> , tampilan foto produknya yang kurang menarik maka dilakukan <i>optimasi</i> produk	produk yang peluang closingnya lebih besar contohnya otomotif, alat usaha		

4.2.3 Tanggung Jawab *Dropshipper* Pada Saat Terjadi Kendala

Transaksi perdagangan seperti *dropshipping* dapat membawa masalah baru, meskipun menawarkan banyak kemudahan dan keuntungan bagi konsumen. Namun pada kenyataannya, perdagangan melalui *dropshipping* masih menghadapi masalah penting. Dalam hal ini konsumen dapat dirugikan atas penjualan suatu

barang yang dimiliki *dropshipper* jika barang tersebut tidak sesuai, Sehingga timbullah permasalahan antara konsumen dan *dropshipper*. Beberapa permasalahan yang dapat merugikan konsumen antara lain: ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, informasi yang kurang akurat, ketidaktepatan waktu pengiriman barang serta ada kecacatan barang. (Firmansyah, 2021).

Karena *dropshipper* tidak ikut campur dalam pengecekan kualitas dan proses pengiriman barang, maka jika ada keterlambatan atau hambatan pada proses pengiriman barang, atau ketika barang tersebut diterima ternyata tidak sesuai atau barang cacat, maka pihak *dropshipper* akan mendapat komplain dan tanggapan negatif dari pihak pembeli. Dan di sini pun pihak *dropshipper* juga bisa komplain ke pihak *supplier* mengenai barang dikirimkan ke konsumen. (Yusuf et al., 2019).

Perjanjian yang dibuat antara pihak yang bersangkutan dalam transaksi jual beli menggunakan sistem *dropshipper* tidak selalu berjalan dengan lancar. Karena ada kemungkinan pihak pembeli tidak menerima barang yang diharapkan. Apabila hal ini terjadi, pihak *dropshipper* telah melakukan kesalahan dan pembeli mengalami kerugian. (Huda, 2019)

1. Tanggung jawab Jogja Digital Native jika terjadi komplain dari konsumen antara lain:

- 1) Tanggung jawab Jogja Digital Native sebagai pihak *dropshipper* apabila produk yang dipesan oleh konsumen tidak sesuai dengan gambar/foto dan spesifikasinya dan konsumen mengajukan komplain ke *dropshipper*nya. maka pihak *dropshipper* akan membantu konsumen dalam menyelesaikan permasalahannya yaitu dengan cara konsumen harus menyertakan *video unboxing* yang jelas dan akan diteruskan ke *suppliernya*. Barang yang tidak sesuai karena kesalahan *supplier* akan dikembalikan ke pihak *supplier* dan barang akan diganti oleh pihak *supplier*. Apabila pihak *supplier* yang tidak kooperatif maka pihak *dropshipper* akan memberikan uang kompensasi sebagai ganti rugi, karena untuk menjaga kepercayaan konsumen.

Tabel 1 6 Tanggung jawab jika barang yang datang tidak sesuai

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
Bagaimana tanggung jawab <i>dropshipper</i> jika barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan foto atau gambar?	<p>Barang tidak sesuai:</p> <p>Jika ada konsumen komplain mengenai barang yang tidak sesuai maka konsumen harus mengirimkan foto dan video <i>unboxing</i> ke pihak <i>dropshipper</i>. Lalu Langkah selanjutnya foto-foto dan video <i>unboxing</i> itu akan di <i>forward</i> ke <i>supplier</i>. Jika <i>supplier</i> yang kooperatif maka barang yang tidak sesuai tersebut</p>	<p>Barang tidak sesuai:</p> <p>Pihak <i>dropshipper</i> akan meminta video <i>unboxing</i> <i>no cut</i> sebagai bukti yang nantinya bukti tersebut akan diteruskan ke pihak <i>supplier</i>.</p>	<p>Barang tidak sesuai:</p> <p>Meminta video <i>unboxing</i>, jika tidak ada video <i>unboxing</i> maka pihak <i>dropship</i> tidak bisa memprosesny a. Melakukan <i>follow up</i> ke <i>suppliernya</i>. Jika <i>suppliernya</i> tanggung jawab maka akan dilakukan <i>return</i> tetapi jika <i>suppliernya</i> tidak bertanggung jawab maka yang akan</p>	<p>Barang tidak sesuai:</p> <p>Meminta video <i>unboxing</i>, dan video tersebut akan diteruskan ke <i>supplier</i>. Jika <i>supplier</i> yang kooperatif maka barang yang tidak sesuai tersebut akan diganti dengan barang yang sesuai pesanan. Jika <i>supplier</i> yang tidak bertanggung jawab maka dari pihak <i>dropshipper</i> akan memberi kompensasi</p>

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
	<p>akan diganti dengan barang yang sesuai pesanan. Jika <i>supplier</i> yang tidak bertanggung jawab maka dari pihak <i>dropshipper</i> akan memberi kompensasi ke <i>customer</i> berupa uang. Kompensasi max 20%, dengan syarat barang masih di tangan <i>customer</i>.</p>		<p>dilakukan pihak <i>dropshipper</i> yaitu memberikan uang kompensasi.</p>	<p>sebagai ganti rugi.</p>

- 2) Tanggung jawab Jogja Digital Native sebagai pihak *dropshipper* apabila stok produk di *supplier* kosong yaitu dengan cara mencarikan produk ke *supplier* yang lainnya yang memiliki merek dan spesifikasi yang sama, akan tetapi jika produk di *supplier* yang lainnya benar-benar kosong maka akan ditawarkan produk yang sejenis tetapi beda spesifikasinya atau sama spesifikasinya tetapi merek produk yang beda. Jika terjadi kendala seperti ini pihak *dropshipper* akan mengkonfirmasi ke konsumen.

Tabel 1 7 Tanggung jawab apabila stok barang sedang kosong

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
Bagaimana tanggung jawab <i>dropshipper</i> apabila stok barang kosong di tempat <i>supplier</i> ?	<p>Apabila stok barang kosong di tempat <i>supplier</i>:</p> <p>Cara mengatasinya dengan cara cari barang <i>supplier</i> dari toko yang lain. Jika di <i>supplier</i> yang lain itu benar-benar kosong. Maka sebagai pihak <i>dropshipper</i> bisa mencari barang yang sejenis tetapi beda spesifikasinya atau dengan spesifikasi yang sama tetapi beda merk. Dan</p>	<p>Apabila stok barang kosong di tempat <i>supplier</i>:</p> <p>Salah satu caranya yaitu cari barang ke <i>supplier</i> lain. Jika produk di tempat <i>supplier</i> kosong tawarkan barang yang lain dengan <i>merk</i> yang sama tetapi a berbeda atau sebaliknya.</p>	<p>Apabila stok barang kosong di tempat <i>supplier</i>:</p> <p>Mencari <i>supplier</i> lainnya dengan harga yang sama. Serta menawarkan barang yang lain ke konsumen dengan spesifikasi yang berbeda.</p>	<p>Apabila stok barang kosong di tempat <i>supplier</i>:</p> <p>Pihak <i>dropshipper</i> akan berusaha mencari ke <i>supplier</i> yang lainnya. Dan apabila di <i>supplier</i> yang lainnya juga kosong, maka pihak <i>dropshipper</i> akan menawarkan barang lain dengan spesifikasi yang sama atau dengan spesifikasi yang sama tetapi merk yang beda</p>

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
	mengenai hal itu harus konfirmasi dengan konsumennya juga.			

- 3) Tanggung jawab Jogja Digital Native sebagai pihak *dropshipper* apabila biaya ongkos kirim yang tidak sesuai yaitu pihak *dropshipper* akan mengkonfirmasi ulang ke konsumen, bahwa biaya ongkir ke luar pulau itu berbeda dengan yang di pulau jawa. Atau ketika sudah mendapatkan *profit* tinggi maka pihak *dropshipper* akan menutupinya biaya ongkos kirimnya. Akan tetapi jika *profitnya* rendah maka pihak *dropshipper* akan melakukan sebuah negosiasi.

Tabel 1 8 Tanggung jawab jika pengiriman tidak sesuai atau tidak tepat waktu

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
Bagaimana tanggung jawab dropshipper apabila biaya pengiriman tidak sesuai?	Apabila biaya pengiriman tidak sesuai: Yang pihak <i>dropshipper</i> lakukan yaitu mengkonfirmasi ulang ke konsumen, bahwa biaya ongkos kirim ke luar pulau	Apabila biaya pengiriman tidak sesuai: Mengkonfirmasi ke konsumen bahwa ada tambahan ongkir. Biasanya yang biaya	Apabila biaya pengiriman tidak sesuai: Jika sudah mendapatkan <i>profit</i> tinggi maka pihak <i>dropshipper</i> akan menutupinya biaya ongkos	Apabila biaya pengiriman tidak sesuai: Maka pihak <i>dropshipper</i> akan mengkonfirmasi ke konsumen bahwa untuk biaya

Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Intepretasi
	itu berbeda dengan yang di pulau jawa, dan yang penting adalah memberi alasan yang jelas	ongkir lebih mahal itu biaya ongkir ke luar pulau. Konsumen biasanya mengerti jika ongkir ke luar pulau itu lebih mahal. Ekspedisi luar pulau biasanya menggunakan ekspedisi jalur darat atau laut	kirimnya. Akan tetapi jika <i>profitnya</i> rendah maka pihak <i>dropshipper</i> akan melakukan sebuah negosiasi	pengiriman di pulau jawa dengan luar pulau itu berbeda, atau jika <i>profit</i> yang didapat tinggi maka pihak <i>dropshipper</i> akan menutupi kekurangannya

Tidak ada yang bertindak sebagai penjamin dalam transaksi ini, selain kepercayaan satu sama lain. Begitu juga, jika barang yang dikirim mengalami kerusakan atau cacat akan sulit untuk ditukarkan, kecuali ada *video unboxing* komplain dapat di pertimbangkan. Maka pastikan bahwa pembeli telah membaca *review* mengenai barang ataupun penjualnya. Berjualan di sosial media menarik karena pembeli dapat memberikan komentar apa pun yang mereka suka, dan jika komentar buruk diberikan, penjual akan kehilangan calon pelanggan. (Yusuf et al., 2019).

Maka dari itu perlindungan hukum sangat penting dalam kegiatan jual beli *online*, mengingat bahwa konsumen merupakan pihak yang memiliki kemungkinan besar untuk dirugikan, baik dalam jual beli secara *online*. (Roziena, 2020). Dalam

hal ini perlindungan hukum konsumen sudah diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 pasal 1 yaitu Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dan Undang-Undang Perlindungan konsumen pasal 4 huruf h yang menjelaskan hak dan kewajiban konsumen antara lain yaitu; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya (UUPK, 1999).

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ragam barang-barang yang dijual di Jogja Digital Native yaitu menjual berbagai macam barang (Palugada), sehingga bisa menjangkau semua kebutuhan konsumen. Barang-barang yang paling diminati oleh konsumen Jogja Digital Native yaitu barang kategori otomotif, elektronik, bahan bangunan, dan barang-barang yang dapat digunakan kembali/bisa menghasilkan uang.
2. Mekanisme bisnis *online* dengan sistem *dropshipping* di Jogja Digital Native antara lain yaitu pihak *dropshipper* melakukan penguploadan produk di akun *marketplace Akulaku*. Sebelum dilakukan penguploadan produk di akun *akulaku* hal pertama yang dilakukan yaitu melakukan riset produk, *compare* harga produk, *upload* produk disertai keterangan dan spesifikasi produk, *optimasi* produk. Jika ada konsumen yang membeli produk maka pihak *dropshipper* akan melakukan pemesanan produk ke *supplier* dan melakukan pembayaran produk dengan *cash*. Kemudian *dropshipper* akan memproses pesanan konsumen sesuai dengan identitas konsumen. Namun, *supplier* akan mengirimkan barang yang dipesan konsumen dengan identitas *dropshipper*.
3. Alasan Jogja Digital Native menjalankan bisnisnya dengan sistem *dropshipping* antara lain sebagai berikut, terdapat faktor-faktor yang menyebabkan Jogja Digital Native (JDN) menjalankan bisnisnya menggunakan sistem *dropshipping* yaitu a) bisnis tanpa stok produk, b) tanpa modal besar, c) tidak perlu packing produk. Selain ada faktor-faktor Jogja Digital Native terdapat tantangan yang dihadapi Jogja Digital Native yaitu, sebagai pihak *dropshipper* tidak bisa melihat kondisi riil produknya,

dan komplain dari konsumen terkait barang yang diterimanya. Strategi Jogja Digital Native untuk menghadapi tantangan yang datang yaitu evaluasi bulanan untuk memaksimalkan hasil bulan kedepannya, sehingga dapat meningkatkan *closing rate*.

4. Pihak *dropshipper* bertanggung jawab apabila terjadi komplain dari konsumen yang diantaranya yaitu a) tanggung jawab apabila barang yang dipesan tidak sesuai dengan foto/gambar, b) tanggung jawab apabila stok barang di *supplier* kosong, c) tanggung jawab apabila biaya ongkos kirim tidak sesuai. Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, dapat disimpulkan bahwa Jogja Digital Native bertanggung jawab pada saat terjadi komplain konsumen, dikarenakan pada saat terjadi pengembalian barang pihak *dropshipper* akan memberikan uang kompensasi sebagai ganti rugi.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis akan memberikan saran terkait upaya pengelolaan bisnis dengan sistem *dropshipping* yaitu antara lain:

Saran untuk pihak *dropshipper* antara lain: Untuk menjaga citra dan kepercayaan konsumen terhadap barang yang dijual, pihak *dropshipper* harus mencari *supplier* yang dapat di percaya, memiliki sikap tanggung jawab, dan tentunya harus memiliki kriteria yang baik, *dropshipper* harus jujur dalam memberikan informasi tentang barang yang dijual, dan pihak *dropshipper* harus terus mengupdate foto/gambar yang sudah tidak *ready* stok lalu diganti dengan produk yang *ready* stok. Hal ini bertujuan untuk menghindari barang *refund* atau *return*, sehingga bisa meminimalisir kesalahan dengan konsumen. Jika terjadi kendala atau permasalahan pihak *dropshipper* (Jogja Digital Native) akan bertanggung jawab atas permasalahan yang terjadi, dan sebagai pihak *dropshipper* tentunya harus menjalani komunikasi dengan baik, baik dengan *supplier* ataupun konsumen agar tidak terjadi kesalah pahaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghniya, F. U., & Komala, A. R. (2022). Lebarkan Sayap Penjualan Melalui Marketplace. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 2(1), 110–118. <https://doi.org/10.34010/jemba.v2i1.7494>
- Akulaku. (n.d.). *PT Akulaku Finance Indonesia*. Retrieved March 23, 2024, from <https://www.akulakufinance.co.id/>
- Akulaku. (2021). *Barang Elektronik, Fashion, dan Furnitur Mendominasi Transaksi Cicilan Akulaku pada 2020*. Retrieved April 24, 2024, from <https://www.akulakufinance.co.id/post/barang-elektronik-fashion-dan-furnitur-mendominasi-transaksi-cicilan-akulaku-pada-2020>
- Amalia, A. (2023). Jual Beli Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Attanmiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 166–167. <https://ejurnalstebis.ac.id/index.php/At-Tanmiyah/index>
- Ambarwati, D. R. (2019). Analisi Jual Beli Online dengan Menggunakan Sistem Dropshipping dalam Kajian Ekonomi Islam. *Skripsi*, 2, 1–9.
- Anugrah, M., Pangestu, R., & Zaidan, Z. (2023). Sistem Bisnis Dropship dalam Perspektif Hukum Agama Islam. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1, 129–140. <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/index>
- Association, T. I. D. M. (2020). *10 kategori produk terlaris di Tokopedia*. The Indonesian Digital Marketing Association. Retrieved April 28, 2024, from <https://digimind.id/en/10-kategori-produk-terlaris-di-tokopedia/>
- Damayanti, A. (2020). Analisis Mekanisme Dalam Bisnis Online Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Ulfa Hijab Store Tulungagung). *Ekonomi Syariah*, 07(02), 73–97. <https://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/eksyar/article/view/518>
- Firmansyah, M. D. (2021). Tanggung jawab dropshipper dalam transaksi e-commerce dengan sistem dropshipping dalam perspektif hukum di Indonesia.

Jurnal Ilmiah, 82–99. <https://fh.unram.ac.id/wp-content/uploads/2021/08/M.-DIMAS-FIRMANSYAH-D1A017201.pdf>

Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.

Huang, R., & Airlangga, S. A. (2017). *Dropship Mastery*.

Huda, A. (2019). *Jual Beli Online Dengan Sistem Dropship Menurut Pandangan Hukum Islam (Studi Kasus Lapak Hitz)*. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/5568/>

Insiyah, C., & Firdaussiyah. (2022). Analisa Harga Dropship Dalam E-Commerce Produk Kecantikan Melalui Online Shop. *ADL ISLAMIC ECONOMIC: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 3(1), 55–68. <https://doi.org/10.56644/adl.v3i1.39>

Istikomah. (2023). *Implementasi Jual Beli Melalui Sistem Dropshipping Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha SB Store Purwodadi Perspektif Ekonomi Syariah*. 33. <http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/11411>

Kotler, P., & Amstrong, G. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1* (7th ed.). <https://drive.google.com/drive/folders/1GXUeWhHDH5CJfDWDMLlvCfv5THfx8LO4>

Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. (2002). Marketplace. In *IEEE Internet Computing* (Vol. 6, Issue 3). <https://doi.org/10.1109/MIC.2002.1003125>

Latief, M. (2019). *Perlindungan hukum kepada konsumen dalm jual beli online dengan sistem dropshipping (Studi Pada Usaha Dropshipping Askomsel Bandar Lampung)*. 2.

Maulida, E. Y. (2022). Analisis Praktek Akad Jual Beli Online Menggunakan Sistem Dropshipping dalam Perspektif Hukum Bisnis Islam: Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis Marketplace Shopee. *Dspace.Uii.Ac.Id*, 117.

- Meilinda, I. (2020). Transaksi Jual Beli Online Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Dikalangan Mahasiswa UIN-SU. *Corporate Governance (Bingley)*, 10(1), 54–75. [http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/12768%0Ahttp://repository.uinsu.ac.id/12768/1/Skripsi Ika Meilinda Bismillah.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/12768%0Ahttp://repository.uinsu.ac.id/12768/1/Skripsi%20Ika%20Meilinda%20Bismillah.pdf)
- Meilisa, & Widodo, M. W. (2023). *Analisis Pemanfaatan Marketplace Sebagai Sarana Penjualan Bagi Dropshipper Di Shopee*. 2, 897–906.
- Muhamad, N. (2023). *Proporsi Konsumen yang Bertransaksi di E-Commerce Berdasarkan Kategori Produk* (2022). 16 Juni. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/16/pulsa-dan-voucher-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-konsumen-di-e-commerce>
- Narsih. (2019). Analisis Penurunan Kualitas Produk Studi Kasus pada PT. X Pharma. *Universitas Semarang*.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Vol. 1, Issue 1). <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- Roziena, G. (2020). *Tanggung jawab dropshipper terhadap risiko barang pesanan konsumen di kota Palangka Raya*. [http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/id/eprint/3118%0Ahttp://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/3118/1/Skripsi Ghina Roziena - 1602130065.pdf](http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/id/eprint/3118%0Ahttp://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/3118/1/Skripsi%20Ghina%20Roziena%201602130065.pdf)
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sari, I. N. (2021). *Berawal dari Rintisan Startup, Akulaku Kini Kuasai Saham Bank Neo*. 20 November 2021. <https://katadata.co.id/finansial/korporasi/6198e3b9f02d9/berawal-dari->

rintisan-startup-akulaku-kini-kuasai-saham-bank-neo?page=2

Tanjung, M. J. (2021). Praktik Sistem Dropshipping Pada Jual Beli Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Dropshipper Tokopedia Dan Shopee Mahasiswa Uii). *Dspace.Uii.Ac.Id*.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/35950>

UUPK. (1999). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, 8, 1–19.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>

Widyaningrum, E. (2020). Evaluasi Kinerja: Untuk Meningkatkan Produktivitas Karyawan Perusahaan. In *Bina Ekonomi* (Vol. 1, Issue 1).

LAMPIRAN

Lampiran 1 1 Daftar pertanyaan wawancara

1. Produk apa saja yang dijual dan produk mana yang paling laku?
2. Bagaimana cara menentukan harga jual?
3. Bagaimana cara saudara memilih *supplier* yang bertanggung jawab?
4. Bagaimana alur memproses pesanan konsumen di akulaku?
5. Bagaimana mekanisme pembayaran barang pesanan konsumen, baik itu *dropshipper* ke *supplier* atau konsumen ke *dropshipper*?
6. Faktor apa saja yang menyebabkan menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipping*?
7. Apa tantangan yang dihadapi Jogja Digital Native pada saat menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipping*?
8. Bagaimana strategi jika target penjualannya belum tercapai?
9. Bagaimana jika ada barang yang gak sesuai dengan foto, dan bagaimana cara mengatasinya?
10. Bagaimana cara mengatasi apabila ada pesanan namun stok barang kosong di tempat *supplier*?
11. Bagaimana cara mengatasi jika mengalami biaya pengiriman tidak sesuai?
12. Apakah disini pernah ada barang retur atau refund? jika pernah ada bagaimana tanggapannya?

Lampiran 1 2 Wawancara Informan

A. Identitas Informan

Nama : Afiifah (Leader)

Lama Kerja : 1 tahun lebih

Jenis Kelamin : Perempuan

1. Produk apa saja yang dijual dan produk mana yang paling laku?

Menjual semua barang dalam artian apa yang kalian butuhkan kami ada (palugada). Produk yang biasanya paling laris itu di kategori otomotif, elektronik, *home and kitchen* (peralatan dapur), hobi, dan alat-alat yang dapat digunakan kembali.

2. Bagaimana cara menentukan harga jual?

Dalam menentukan harga jual itu ada 2 metode yaitu secara manual, setting harga jual setelah memberikan persentase *profit margin* 30-35% dan pakai Tool MDS sudah di setting persentase *profit margin*nya.

3. Bagaimana cara saudara memilih *supplier* yang bertanggung jawab?

Cara memilih *supplier* yang bertanggung jawab dapat dilihat dari performa toko, rating toko, berapa lama toko itu gabung di marketplace, kecepatan seller membalas chat, melihat dari ulasannya. Ini jadi indikator untuk penting untuk mengantisipasi *supplier* yang tidak bertanggung jawab.

4. Bagaimana alur memproses pesanan konsumen di akulaku?

Alurnya dimulai dengan adanya orderan. Orderan masuk, lalu seorang Internet Marketer mencari produk di *marketplace* yang sudah *ready*. *Input* data *customer* melalui google form yang langsung terhubung dengan data order *Customer Service*, baru admin *Customer Service* melihat bahwa ada orderan di toko A, di data orderan itu sudah lengkap ada identitas konsumennya, harga produknya, link produk yang sudah *ready* sehingga admin *Customer Service* langsung melakukan pengorderan ke *supplier*. Lalu data order di isi oleh admin *Customer Service* harga beli *supplier*, ongkirnya, status dananya bagaimana, status ordernya bagaimana, dan lain-lain. Kalau tidak ada problem berarti orderannya sudah selesai, tapi kalau

orderannya ada problem tugas admin *Customer Service* harus menyelesaikannya.

5. Bagaimana mekanisme pembayaran barang pesanan konsumen, baik itu *dropshipper* ke *supplier* atau konsumen ke *dropshipper*?

Konsumen order ke Akulaku dan melakukan pembayaran di *marketplace* tersebut, dananya akan mengendap dulu di akulaku. Selanjutnya ketika *dropshipper* belanja barang di *supplier* menggunakan dana talangan. Ketika barang sudah sampai di konsumen, barulah dana mengendap di Akulaku bisa diambil pihak *dropshipper*.

6. Faktor apa saja yang menyebabkan menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipping*?

Faktor yang menyebabkan menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipping* yaitu karena jualan tanpa stok dan tanpa modal yang besar. Tidak ribet packing barang karena barang langsung dikirim oleh pihak penjual

7. Apa tantangan yang dihadapi Jogja Digital Native pada saat menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipping*?

Tantangannya terdapat pada di *marketplace* itu sendiri, terkait dengan kebijakan dari akulaku sempat ada penurunan etalase 2000 – 500 atau bahkan ke 100 dengan jangka waktu 4 bulan jika tidak ada aktivitas di dalamnya. *Supplier* utama yang juga masuk jualan di *marketplace* Akulaku. Ketika ada barang yang *return/refund*.

8. Bagaimana strategi jika target penjualannya belum tercapai?

Melakukan *compare* ulang pada barang-barang yang banyak penontonnya. Pasti sebagai *dropshipper* melihat grafiknya produk-produk mana yang banyak penontonnya. Produknya banyak yang kunjungan tetapi tidak *closing-closing* maka dilakukan *compare* ulang di produk-produk yang sudah banyak penontonnya, dengan harapan menaikkan *closing rate*. Bisa jadi produk yang banyak penontonnya tidak ada *closingan* mungkin karena harganya lebih mahal dari kompetitor, tampilan foto produknya yang kurang menarik maka dilakukan optimasi produk.

9. Bagaimana jika ada barang yang gak sesuai dengan foto, dan bagaimana cara mengatasinya?

Jika ada konsumen komplain mengenai barang yang tidak sesuai maka konsumen harus mengirimkan foto dan video *unboxing* ke pihak *dropshipper*. Lalu Langkah selanjutnya foto-foto dan video unboxing itu akan di *forward* ke *supplier*. Jika *supplier* yang kooperatif maka barang yang tidak sesuai tersebut akan diganti dengan barang yang sesuai pesanan. Jika *supplier* yang tidak bertanggung jawab maka dari pihak *dropshipper* akan memberi kompensasi ke customer berupa uang. Kompensasi maksimal 20%, dengan syarat barang masih di tangan konsumen.

10. Bagaimana cara mengatasi apabila ada pesanan namun stok barang kosong di tempat *supplier*?

Cara mengatasinya dengan cara cari barang *supplier* dari toko yang lain. Jika di *supplier* yang lain itu benar-benar kosong. Maka sebagai pihak *dropshipper* bisa mencarikan barang yang sejenis tetapi beda spesifikasinya atau dengan spesifikasi yang sama tetapi beda merk. Dan mengenai hal itu harus konfirmasi dengan konsumennya juga.

11. Bagaimana cara mengatasi jika mengalami biaya pengiriman tidak sesuai?

Yang pihak *dropshipper* lakukan yaitu mengkonfirmasi ulang ke konsumen, bahwa biaya ongkos kirim ke luar pulau itu berbeda dengan yang di pulau jawa, dan yang penting adalah memberi alasan yang jelas.

12. Apakah disini pernah ada barang *retur* atau *refund*? jika pernah ada bagaimana tanggapannya?

Pernah ada *retur*. Jadi itu merupakan salah satu resiko dari bisnis *dropshipping*, tapi *retur* yang sudah benar-benar minimalkan. *Retur* yang pernah terjadi karena ketidaksesuaian antara nama produk dan gambar produk. Hal itu termasuk *human error* selanjutnya di evaluasi supaya kedepan tidak terulang kembali.

B. Identitas Informan

Nama : Sinta (Internet Marketer)

Lama Kerja : 1 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

1. Produk apa saja yang dijual dan produk mana yang paling laku?

Barang-barang yang dijual di toko saya itu random/palugada, dan barang yang biasanya paling laris itu elektronik, alat usaha (gerobak) dan barang yang dapat digunakan kembali sehingga menghasilkan uang, bahan bangunan, otomotif.

2. Bagaimana cara menentukan harga jual?

Memakai aplikasi biasanya setting keuntungan 20% - 25%, dan kita bisa lihat di kompetitor yang bisa dilihat di LD Player. Misalnya ingin mengupload onderdil motor dengan merk yang sama itu pada kompetitor set keuntungan berapa, dan kita menyesuaikan dengan kompetitor lebih rendah dari kompetitor tetapi harganya jangan sampai jatuh.

3. Bagaimana cara saudara memilih *supplier* yang bertanggung jawab?

Cara memilih *supplier* yang bertanggung jawab dapat dilihat dari penilaian produknya, rating toko, follower, berapa lama *supplier* gabung di *marketplace*.

4. Bagaimana alur memproses pesanan konsumen di akulaku?

Ketika ada orderan masuk, maka saya memasukkan orderan tersebut ke data order, lalu cari *supplier* nya dan input data order. Untuk pemesanan produk dilakukan oleh admin *Customer Service*.

5. Bagaimana mekanisme pembayaran barang pesanan konsumen, baik itu *dropshipper* ke *supplier* atau konsumen ke *dropshipper*?

Pembayaran *cash* karena pihak *marketplace* tidak memberitahukan konsumen itu melakukan pembayaran secara kredit atau *cash*.

6. Faktor apa saja yang menyebabkan menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipping*?

Faktor yang menyebabkan menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipping*, karena dapat melakukan penjualan tanpa memiliki stok barang, dan tidak perlu packing barang.

7. Apa tantangan yang dihadapi Jogja Digital Native pada saat menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipping*?

Tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis ini yaitu pada saat tidak ada *closing* produk. Tidak mengetahui kondisi rillnya

8. Bagaimana strategi jika target penjualannya belum tercapai?

Evaluasi kerja selama 1 bulan yang lalu. Hal-hal yang belum dimaksimalkan dapat dimaksimalkan lagi di bulan depan. Melakukan ikhtiar. Untuk itu perlu adanya *compare* ulang dan evaluasi produk yang trafik nya kurang bagus misalnya fashion, lalu di ganting dengan produk yang peluang *closing*nya lebih besar contohnya otomotif atau alat usaha.

9. Bagaimana jika ada barang yang gak sesuai dengan foto, dan bagaimana cara mengatasinya?

Pihak *dropshipper* akan meminta video *unboxing no cut* sebagai bukti yang nantinya bukti tersebut akan diteruskan ke pihak *supplier*.

10. Bagaimana cara mengatasi apabila ada pesanan namun stok barang kosong di tempat *supplier*?

Salah satu caranya yaitu cari barang ke *supplier* lain. Jika produk di tempat *supplier* kosong tawarkan barang yang lain dengan *merek* yang sama tetapi spesifikasinya berbeda atau sebaliknya.

11. Bagaimana cara mengatasi jika mengalami biaya pengiriman tidak sesuai?

Mengkonfirmasi ke konsumen bahwa ada tambahan ongkir. Biasanya yang biaya ongkir lebih mahal itu biaya ongkir ke luar pulau. Konsumen biasanya mengerti jika ongkir ke luar pulau itu lebih mahal. Ekspedisi luar pulau biasanya menggunakan ekspedisi jalur darat atau laut.

12. Apakah disini pernah ada barang retur atau refund? jika pernah ada bagaimana tanggapannya?

Pernah ada *retur* barang, untuk menanggapi hal tersebut pihak *dropshipper* akan meminta *video unboxing* ke konsumen sebagai barang bukti yang

nantinya masalah tersebut akan ditindak lanjuti oleh admin *customer service*.

C. Identitas Informan

Nama : Novi (Admin. Customer Service)

Lama Kerja : 1 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

1. Produk apa saja yang dijual dan produk mana yang paling laku?

Barang-barang yang dijual yaitu semua produk yang dibutuhkan atau dicari oleh konsumen atau dengan kata lain palugada, dan barang yang biasanya paling laris itu kategori elektronik, otomotif, bahan bangunan, dan alat usaha atau alat yang dapat digunakan kembali.

2. Bagaimana alur memproses pesanan konsumen di akulaku?

Ketika data order sudah masuk ke data order admin *Customer Service*, maka tugas admin *Customer Service* selanjutnya yaitu membuka link yang ada di data order. Memasukkan dan memastikan biodata *customer* ketika sudah sesuai semuanya selanjutnya lakukan pembayaran. Mengolah dan menginput data di data order. Serta memastikan data order dan data keuangan itu *balance*.

3. Bagaimana mekanisme pembayaran barang pesanan konsumen, baik itu *dropshipper* ke *supplier* atau konsumen ke *dropshipper*?

Pembayaran *cash* karena pihak *marketplace* tidak memberitahukan konsumen itu melakukan pembayaran secara kredit atau cash.

4. Faktor apa saja yang menyebabkan menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipping*?

Faktor yang menyebabkan menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipping*, karena tidak perlu stok barang, dan tidak melakukan packing barang, karena barang akan dikirim langsung oleh penjual ke konsumen. Modal yang dikeluarkan tidaklah besar, tidak seperti saat memproduksi barang sendiri.

5. Apa tantangan yang dihadapi Jogja Digital Native pada saat menjalankan bisnis dengan sistem *dropshipping*?

Tantangannya tidak mengetahui kondisi barang secara detail, dan sebagai pihak *dropshipper* tidak mengetahui apakah barang yang akan dikirimkan

ke konsumen itu benar atau tidak dan menangani keluhan atau komplain dari konsumen. Dan komplain konsumen

6. Bagaimana strategi jika target penjualannya belum tercapai?

Adanya evaluasi kerja, baik target sudah dicapai ataupun belum tercapai dalam 1 bulan kerja.

7. Bagaimana jika ada barang yang gak sesuai dengan foto, dan bagaimana cara mengatasinya?

Meminta video *unboxing*, jika tidak ada video *unboxing* maka pihak dropship tidak bisa memprosesnya. Melakukan *follow up* ke *suppliernya*. Jika *suppliernya* tanggung jawab maka akan dilakukan *return* tetapi jika *suppliernya* tidak bertanggung jawab maka yang akan dilakukan pihak *dropshipper* yaitu memberikan uang kompensasi.

8. Bagaimana cara mengatasi apabila ada pesanan namun stok barang kosong di tempat *supplier*?

Mencari *supplier* lainnya dengan harga yang sama. Serta menawarkan barang yang lain ke konsumen dengan spesifikasi yang berbeda.

9. Bagaimana cara mengatasi jika mengalami biaya pengiriman tidak sesuai?

Jika sudah mendapatkan *profit* tinggi maka pihak *dropshipper* akan menutupinya biaya ongkos kirimnya. Akan tetapi jika *profitnya* rendah maka pihak *dropshipper* akan melakukan sebuah negosiasi

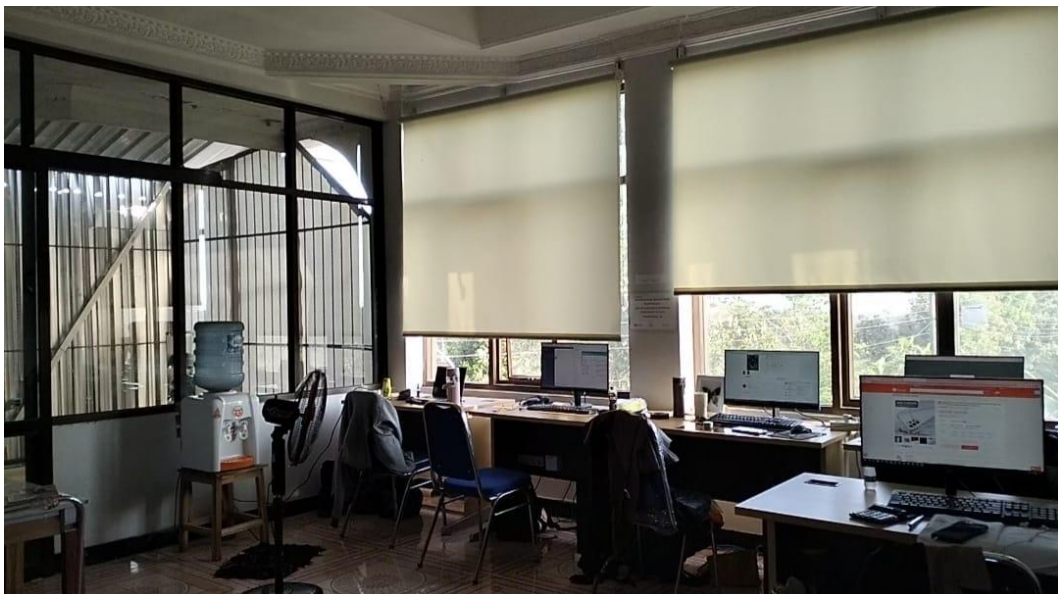
10. Apakah disini pernah ada barang retur atau refund? jika pernah ada bagaimana tanggapannya?

Pernah, untuk menyetujui adanya retur atau refund ada beberapa syarat yang harus dipenuhi konsumen adanya video *unboxing*, jika video *unboxing* itu disetujui pihak *supplier* maka pihak *dropshipper* juga akan menyetujui akan tetapi jika pihak *supplier* tidak kooperatif maka akan diberi uang kompensasi sebagai ganti rugi. Didalam menangani masalah tersebut maka sebagai admin juga harus melakukan negoisasi agar tidak terjadi *retur* atau *refund*.

DOKUMEN GAMBAR



Gambar 1 1 Ruang kerja



Gambar 1 2 Ruang Kerja



Gambar 1 3 Ruangan Metting