ANALISIS MEKANISME *DROPSHIPPER* DAN *RESELLER* DI TOKO *ONLINE* S3 KOMPUTER SURABAYA

SKRIPSI

Oleh :
NUR HASANAH
NIM : G73215025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nur Hasanah

NIM : G73215025

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen

Judul Skripsi Analisis Mekanisme *Dropshipper* dan *Reseller* di Toko Online S3 Komputer Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 05 Juli 2019

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
TGL 20
A7BE9AFF86613361
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Nur Hasanah

NIM. G73215025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Nur Hasanah NIM. G73215025 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 17 Juli 2019

Pembimbing

Hanafi Adi Putranto,S.Si.,SE.,M.Si
NIP. 198209052015031002

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Nur Hasanah NIM. G73215025 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, 17 Juli 2019 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Manajemen.

Majelis Munaqasah Skripsi:

Penguji I	Penguji II
Hanafi Adi Putranto, S.Si.,SE.,M.Si	Samsul Anam, MM
NIP. 198209052015031002	NIP. 196803072008011017
Penguji III	Penguji IV
Nurlailah, SE., MM	Aris Fanani, M.Kom
NIP. 196205222000032001	NIP. 198701272014031002

Surabaya, 17 Juli 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,

Dr. H. Ali Arifin, MM

NIP. 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail:`perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Hasanah
NIM : G73215025
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen
E-mail address : nrhasanah14@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Analisis Mekanisme Dropshipper dan Reseller di Toko Online S3 Komputer Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 08 Agustus 2019

Penulis

(Nur Hasanah)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **“ Analisis Mekanisme Dropshipper dan Reseller di Toko Online S3 Komputer Surabaya ”** ini merupakan hasil penelitian kualitatif yang bertujuan menjawab pertanyaan tentang bagaimana mekanisme dropshipper dan reseller di toko S3 Komputer Surabaya.

Online Shop merupakan salah satu bentuk kegiatan meliputi jual beli dan *marketing* barang atau jasa melalui sistem elektronik, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme *dropshipper* dan *reseller* di toko *online* S3 Komputer Surabaya.dan perbedaan dari kedua sistem tersebut.

Metode penelitian diklasifikaskan deskriptif kualitatif dengan pendekatan penelitian adalah pendekatan studi kasus. teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik dokumentasi dan wawancara, analisa data menggunakan model Miles and Huberman dengan melakukan reduksi data. Hasil penelitian dapat disimpulkan antara lain Toko *online* S3 Komputer Surabaya tidak membedakan antara *dropshipper* dan *reseller*, karena berpatokan pada pricelist yang sudah ditetapkan toko. Perbedaan mekanisme *dropshipper* dan *reseller* di Toko *Online* S3 Komputer Surabaya, seorang *dropshipper* tanpa perlu datang ke toko, pembayaran via transfer, proses pengiriman dilakukan oleh pihak toko, sedangkan *reseller* datang langsung ke toko untuk melakukan pembelian barang, kemudian pengiriman dilakukan sendiri oleh *reseller*

Kata Kunci : *Dropshipper, reseller, online shop*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....iv
PENGESAHAN iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....vi
ABSTRAK vii
BAB I PENDAHULUAN 1
1. Latar Belakang..... 1
2. Identifikasi dan Batasan Masalah..... 5
3. Rumusan Masalah 5
4. Tujuan Penelitian..... 6
5. Manfaat Penelitian 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 7
A. Landasan Teori 7
1. Manajemen Pemasaran 7
2. Bauran Pemasaran 8
3. Produk..... 9
4. Internet Marketing..... 13
5. Dropshipping..... 15
6. Reseller 22
B. Syarat-syarat Sistem Reseller 24
C. Macam-macam Model Sistem Reseller..... 25
D. Tujuan Sistem Reseller..... 26
D. Penelitian Terdahulu 28
E. Kerangka Konseptual 32
BAB III HASILPENELITIAN 33
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian 33
1. Profil Toko Online S3 Komputer Surabaya..... 33
2. Visi dan Misi S3 Komputer Surabaya 34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Produk Aksesoris komputer S3 Komputer Surabaya 35
4. Profil Toko S3 Komputer Surabaya..... 35
B. Deskripsi Hasil Penelitian 37
1) Mekanisme menjadi Dropshipper dan Reseller di Toko Online S3 Komputer Surabaya..... 37
2) Ketentuan / Persyaratan : 38
BAB IV PEMBAHASAN..... 40
A. Perbedaan Mekanisme Dropshipper dan Reseller di Toko Online S3 Komputer Surabaya..... 40
BAB V PENUTUP..... 52
1. Kesimpulan 52
2. Saran..... 52
DAFTAR PUSTAKA 54
Lampiran.....55

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

2.1 Bagan *Dropshipping*.....15

2.2 Bagan *Reseller*.....23

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

4.1 Perbedaan *Dropshipping* dan *Reseller*.....40

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Semakin ketatnya persaingan dunia usaha dalam memasarkan produknya ditandai dengan semakin banyaknya produk-produk baru yang terus bermunculan di pasaran dengan tawaran kualitas produk yang beragam, harga yang terjangkau serta didukung oleh dana promosi dan dana saluran distribusi yang cukup besar.[1] Untuk dapat memenangkan persaingan setiap perusahaan dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam mencari terobosan-terobosan baru, khususnya dalam bidang pemasaran untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan berusaha meningkatkan keuntungan melalui peningkatan penjualannya dengan media *internet*.

Internet memang perkembangan yang menyenangkan, cepat dan memiliki pengaruh signifikan dalam semua aspek kehidupan manusia. *Internet* membantu orang untuk dapat membantu, berkomunikasi, dan berdagang dengan orang-orang dari seluruh dunia dengan murah, cepat dan mudah.[2]

Penggunaan *internet* tidak hanya terbatas pada informasi yang dapat diakses melalui media ini, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang sekarang di Indonesia telah dimulai

---

[1] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran (Jakarta: PT Indeks, 2009), 68.
[2] Mujiyana & Elissa, I. 2013. Analisis Faktorfaktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via *Internet* pada Toko *Online*. J@TI Undip, VIII (3):143152

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan dikembangkan oleh berbagai komunitas, seperti yang ditawarkan oleh pembelian dan sistem pembelian..

Awalnya, toko *online* adalah bentuk kegiatan yang meliputi pembelian dan penjualan dan pemasaran barang atau jasa melalui sistem elektronik. Pembayaran dilakukan dengan sistem yang telah ditentukan dan barang akan dikirim melalui layanan pengiriman barang. Toko *online* adalah salah satu fasilitas yang disajikan oleh *internet* yang menyediakan berbagai fasilitas. Kenyamanan yang diberikan dalam berbelanja adalah efisiensi waktu, tanpa harus bertemu muka dengan pelanggan, mereka dapat membeli kebutuhan yang diinginkan tanpa menghabiskan waktu dan tenaga. Karena kemudahan ini, toko *online* semakin diminati.[3]

Namun tidak mudah untuk melakukan bisnis toko *online*, karena ada beberapa kendala yang sering menjadi masalah, yaitu kurangnya kepercayaan calon pembeli di situs toko *online*. Karena penipuan yang meluas di situs toko *online* tertentu. Meskipun hanya ada beberapa toko *online* yang melakukan penipuan, dampaknya ada pada semua situs toko *online*. Mereka menjadi kurang dipercaya oleh calon pembeli.

Pada saat ini salah satu model bisnis *internet marketing online* muncul dengan istilah *dropshipping* dan *reseller*. *Dropshipping* adalah upaya penjualan produk tanpa harus memiliki produk apa pun. Pembelian *Dropshipping* adalah sistem jual beli yang menyediakan penjualan *dropshipper*

[3] Denis MC Quail, Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar, (Cet IV, PT.GeloraAksara Pratama,1996), h 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

barang langsung dari pemasok / toko tanpa harus menyediakan barang terlebih dahulu. Bisnis ini tidak memerlukan modal besar, waktu, dan energi, sehingga penjual tidak perlu membeli barang terlebih dahulu untuk dijual, tetapi hanya menyediakan alat pemasaran seperti Facebook dan Sosial Media. Tahapan pembelian dan penjualan *dropship* adalah sebagai berikut: Setelah pembeli membayar barang yang dibeli, penjual akan membayar harga *dropshipper* dan mengirimkannya ke pembeli. Perusahaan *Dropshipper* akan mengirimkan produk ke pelanggan langsung, dan selisih antara harga penjual dan harga *dropshipper* adalah keuntungan penjual.

Dropship adalah sebuah teknik untuk pemasaran *online* dimana para pelaku bisnis toko *online* atau penjual tidak perlu menyimpan persediaan barang banyak, karena saat mendapatkan orderan dari konsumen maka penjual langsung meneruskan orderan dan detail pengiriman kepada produsen, distributor atau *supplier* yang sudah bekerjasama dengan mereka.[4] *Dropshipper* adalah pilihan profesi penjual yang tanpa harus menyediakan produk juga tidak direpotkan dengan pelayanan terhadap konsumen (*packaging* dan pengiriman barang). Sistem *dropship* memudahkan para pemula maupun pelaku bisnis toko *online* untuk mendatangkan keuntungan yang cukup besar setiap bulannya. Tidak perlu diherankan lagi jika sekarang ini jumlah *dropshipper* toko *online* mengalami peningkatan yang cukup tinggi khususnya di Indonesia.

[4] Adi Nugroho, E-commerce Memahami Perdagangan di Dunia Maya, cet.1 (Bandung: Informatika, 2006), h.9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain *Dropshipping* model bisnis *online internet marketing* lainnya yaitu *reseller*. *Reseller* adalah penjual yang menjual barang milik penjual lain (bukan barang miliknya). *Reseller* sendiri dapat membantu memasarkan penjualan dari penjual lain. Sistem yang diterapkan oleh *reseller* dalam ilmu manajemen dimasukkan sebagai strategi distribusi tidak langsung. Distribusi tidak langsung adalah penjualan barang dari produsen kepada konsumen melalui perantara. *Reseller* juga memiliki keunggulan khusus dari agen atau makelar, keunggulannya adalah *Reseller* tidak mendapatkan pengganti dari yang menerima upah melalui pengecer khusus yang diterapkan untuk *Reseller*, sehingga *Reseller* akan mendapatkan upah dengan harga lebih rendah dari harga pemasar. Maka produsen atau *Reseller* medapatkan keutungan yang sama, walaupun tidak ada ikatan resmi yang ada dari kedua belah pihak.[5]

Toko *Online* S3 Komputer merupakan salah satu distributor aksesoris komputer terlengkap di kota Surabaya yang beralamatkan di Jl. Semolowaru Tengah 1 No 68 Surabaya. Pada distributor S3 Komputer ini terdapat 80% *dropshipper* dan *Reseller* yang tersebar di Jawa Timur.

Omset per hari dari S3 Komputer kurang lebih Rp.10.000.000., dengan omset perbulan mencapai Rp.200.000.000.

Sehubungan dengan hal di atas, munculah fenomena bahwa persaingan di dunia *internet marketing* semakin ketat, dengan harga yang bersaing. Kompetisi dengan *marketplace* semacam tokopedia, bukalapak, lazada, shopee dan *online shop* lain, membuat eksistensi S3 komputer diuji. Berdasarkan latar

[5] Wirjono Prodjodikoro, R., 2011, Azas-Azas Hukum Perjanjian, Mandar Maju, Bandung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik meneliti tentang Toko *Online* S3 Komputer dengan judul ***"Analisis Mekanisme Dropshipper Dan Reseller Di Toko Online S3 Komputer Surabaya".***

2. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini. Masalah tersebut diidentifikasikan sebagai berikut :

1. Kompetisi toko *online* sangat ketat di *marketplace* terutama aksesoris komputer
2. Pada Toko *Online* S3 Komputer Surabaya belum terpisahkan antara sistem *dropshipper* dan *reseller*

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, permasalahan yang ada cukup luas, sehingga perlu adanya pembatasan masalah yang akan diteliti. Maka penelitian ini akan dibatasi pada Mekanisme *Dropshipper* Dan *Reseller* Di Toko *Online* S3 Komputer Surabaya

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana mekanisme *dropshipper* dan *reseller* di toko *online* S3 Komputer Surabaya?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bagaimana perbedaan mekanisme *dropshipper* dan *reseller* di Toko *Online* S3 Komputer Surabaya?

4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui mekanisme *dropshipper* dan *reseller* di toko *online* S3 Komputer Surabaya.
2. Untuk mengetahui perbedaan mekanisme *dropshipper* dan *reseller* di Toko *Online* S3 Komputer Surabaya.

5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti
   a. Sebagai media untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh dan kenyataan di lapangan guna menambah pengalaman dan memperluas cara berfikir peneliti dalam mempelajari *dropshipping dan reseller.*
   b. Sebagai bahan informasi bagi penelitian selanjutnya.

2. Bagi Fakultas

   Sebagai media bahan referensi dan sumber bacaan bagi pembaca lain yang ingin mengetahui dan mempelajari tentang analisis *dropshipping dan reseller.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Manajemen Pemasaran

1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Setiap produsen selalu berusaha memberikan produk yang dihasilkannya untuk tujuan dan sasarannya tercapai. Produk yang dihasilkan dapat terjual atau dibeli oleh konsumen dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang. Melalui produk yang dapat dijualnya, perusahaan dapat menjamin kehidupannya atau menjaga kestabilan usahanya dan berkembang. Dalam rangka inilah setiap produsen harus memikirkan kegiatan pemasaran produknya, jauh sebelum produk ini dihasilkan sampai produk tersebut di konsumsi oleh si konsumen. Konsep pemasaran adalah kegiatan perencanaan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu kepuasan pelanggan. Segala aktifitas yang menganut konsep pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi tujuan tersebut.[6]

Pengertian Manajemen Pemasaran menurut Assauri (2013:12), adalah "Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui

[6] Buchari, Alma, 2014. "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa". Bandung : CV. Alfabeta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang"[7].

Menurut Suparyanto & Rosad (2015:1) manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.[8]

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya, berkembang untuk mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran dirancang untuk memberi arti melayani dan memuaskan kebutuhan konsumen yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

2. Bauran Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan bisnis yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan masyarakat. Pemasaran melibatkan semua orang dalam perusahaan yang bekerja untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, orientasi ini semakin disadari sebagai kunci

[7] Assauri, Sofjan.. *Manajemen Pemasaran. (hlm 141)* Jakarta: Raja Grafindo (Rajawali Press). 2013
[8] Suparyanto & Rosad . 2015. Manajemen Pemasaran IN Media . Bogor

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peningkatan manajemen pemasaran untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya.

3. Produk

Setiap perusahaan pastinya memproduksi sebuah produk. Produk merupakan salah satu unsur yang begitu penting bagi perusahaan karena dengan adanya produk yang tersebar luas dikalangan masyarakat akan berdampak pada keuangan perusahaan. Jenis pemilihan produk yang dihasilkan atau diproduksi akan mempengaruhi kegiatan promosi, penentuan harga, dan cara distribusinya.

Melihat kondisi sektor perekonomian yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk menciptakan produk yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk perusahaan lain.

Menurut Situmorang (2011:170) Produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan atau dijual kepada konsumen. Untuk digunakan, dikonsumsi, diperhatikan dan dimiliki, guna untuk memenuhi kebutuhan mereka. Produk dapat mencakup objek fisik, layanan, tempat, organisasi, atau ide. Produk tidak berwujud biasanya disebut sebagai barang sedangkan tidak berwujud disebut layanan (jasa).

Berdasarkan pengertian diatas maka terdapat tiga aspek dalam sebuah produk yang perlu diperhatikan antara lain :

1. Produk inti (*core product*)

Produk inti adalah manfaat inti yang berperan oleh sebuah produk bagi konsumen yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

2. Produk yang diperluaskan (*augment product*)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Produk yang diperluas guna menjadi manfaat tambahan yang dapat dinikmati oleh konsumen dari produk inti yang mereka beli.

3. Produk formal

Produk formal adalah produk yang mewakili "penampilan atau perwujudan" dari produk inti yang diperoleh oleh perluasan produk. Produk formal ini lebih dikenal oleh sebagian besar konsumen sebagai daya tarik yang terlihat langsung atau nyata di mata konsumen. Dalam hal ini ada lima komponen yang melekat dalam produk formal, yaitu :

a. Desain/bentuk/coraknya

b. Daya tahan/mutunya

c. Daya tarik/keistimewaannya

d. Pengemasan/bungkus

e. Merek[9]

Menurut Hasan (2013:494) Konsep produk atau berwujud (barang) atau produk tidak berwujud (jasa) untuk dipertimbangkan, dibeli, dicari, dibeli, digunakan, atau digunakan untuk konsumen.[10]

Menurut Tjiptono (2012:103) Elemen-elemen produk yang dianggap penting oleh konsumen dan membuat keputusan untuk membeli atribut produk, dimana atribut produk tersebut yaitu[11] :

---

[9] Situmorang, James. R. (2011). *Metrik Pemasaran Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran Perusahaan*. Universitas Katolik Parahyangan. 114-13

[10] Hasan, Ali, 2013, *Marketing*, Cetakan Pertama, Media Pressdindo Yogyakarta

[11] Tjiptono, Fandy. 2012. Pemasaran Jasa : *Prinsip, Penerapan, Penelitian* . Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Merek

Menurut Tjiptono (2012:105) Merek memainkan peran penting dalam pemasaran, ada banyak produk dan merek yang menghasilkan produk yang diproduksi dan mudah ditiru pesaing.[12] Sementara merek relatif unik yang sulit dilacak, merek terkait dengan persaingan yang terjadi antara perusahaan dan bukan persaingan produk. Menurut Kotler dalam Tjiptono (2012:104) enam makna yang disampaikan suatu merek yaitu :

a. Atribut
b. Manfaat
c. Nilai-nilai
d. Budaya
e. Kepribadian
f. Pemakai

2. Kemasan

Kemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah/pembungkus untuk suatu produk. Manfaat dari pemberian kemasan pada suatu produk yaitu :

a. Manfaat Komunikasi; media informasi yang berupa penggunaan, simbol, komposisi, dan informasi khusus lain.
b. Manfaat Fungsional; memastikan peranan fungsional seperti memberikan kemudahan, perlindungan dan penyimpanan suatu produk.

[12] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Manfaat Perseptual; menanamkan persepsi seperti efek warna dan simbol pada kemasan produk. [13]

[13] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Jaminan (garansi)

Jaminan bisa meliputi kualitas produk, reparasi, ganti rugi, dan sebagainya. Jaminan terkadang dapat pula dijadikan sebagai aspek promosi pada produk tahan lama.[14]

Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat melalui atribut produk yaitu unsur – unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan meliputi (merek, kemasan, jaminan, pelayanan dll) Tjiptono (2012:95**)**.

4. Internet Marketing

Istilah *Internet Marketing* atau pemasaran melalui *internet* sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat. Di era digital ini, memasarkan produk sudah tidak memerlukan tempat lagi melainkan bisa menggunakan *Smartphone*.

Menurut (Kotler dan Armstrong 2010:237) *Internet marketing* adalah Bentuk usaha dari perusahaan untuk memasarkan produk dan jasanya serta membangun hubungan dengan pelanggan melalui media *internet*. Bentuk pemasaran melalui *internet* pada intinya merupakan situs umum yang besar dan luas di jaringan komputer dengan tipe yang berbeda dan berasal dari negara di seluruh dunia dan dalam bentuk suatu wadah informasi yang sangat besar.[15]

---

[14] Ibid

[15] Kotler, Philip. dan Garry Armstrong. 2010. Dasar-dasar Pemasaran**.** Edisi Kesembilan, Jilid 2, PT. Indeks : Jakarta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konsumen *online* dapat di artikan sebagai seorang konsumen yang membutuhkan berbagai informasi mulai dari informasi mengenai kebutuhan sehari-hari sampai informasi yang sedang Viral/Kekinian. Menurut (Hoffman & Novak 1996) Konsumen *online* mempunyai pemikiran yang tidak sama dalam menggunakan informasi melalui *internet*. Sebagaian besar konsumen menggunakan media *internet* yang di gunakan untuk mencari produk atau jasa, pekerjaan, ataupun hanya untuk panduan arah.

Internet marketing memiliki beberapa tahap atau proses, yaitu :

a. Menciptakan kelompok anggota web merupakan situs web yang mana anggotanya dapat bertukar pendapat dan berbagi secara *online* tentang hal itu.
b. Membuat *website* di *internet* terdapat dua macam yaitu *website* pemasaran (*marketing website*) dan *website* perusahaan (*corporate website*). *Website* pemasaran adalah *website* yang melibatkan konsumen dalam interaksi yang dapat membuat hubungan mereka semakin dekat dengan pembeli dan hasil kegiatan pemasaran lainya. *Website* perusahaan adalah *website* yang dibuat untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan perusahaan dan penjualan lainya.
c. Menempatkan promosi dan iklan secara *Online* merupakan bagian kegiatan untuk mempromosikan iklan yang menggunakan media interaktif dan mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen, baik secara *online* atau *offline*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Menggunakan *e-mail* dari Perusahaan yang nantinya dapat memberikan informasi, katalog, dan bentuk promosi.[16]

5. *Dropshipping*

5.1. Pengertian *Dropshipping*

Berbicara tentang bisnis penjualan produk fisik, pasti pikiran kita akan langsung tertuju pada modal besar yang harus dipersiapkan dan risiko kerugian yang harus ditanggung seandainya gagal. Belum lagi tugas untuk memulai dan menjalankan bisnis yang terkesan ribet serta menguras banyak waktu. Selain perlu menyiapkan modal besar untuk biaya produksi atau membeli persediaan barang, kita juga harus memikirkan urusan penjualan mulai dari pengemasan hingga pengiriman barang kepada konsumen. Faktor itulah yang menjadi kendala utama bagi sebagian besar orang dalam memulai suatu bisnis karena terlalu berisiko, ribet dan butuh modal besar untuk memulainya. Pada akhirnya, banyak orang menjadi takut untuk berbisnis. Tetapi tidak halnya pada bisnis *dropshipping*. Salah satu sistem atau model bisnis terbaru yang sekarang menjadi tren dan diminati banyak orang karena kemudahannya, baik pada saat memulainya maupun saat menjalankannya.

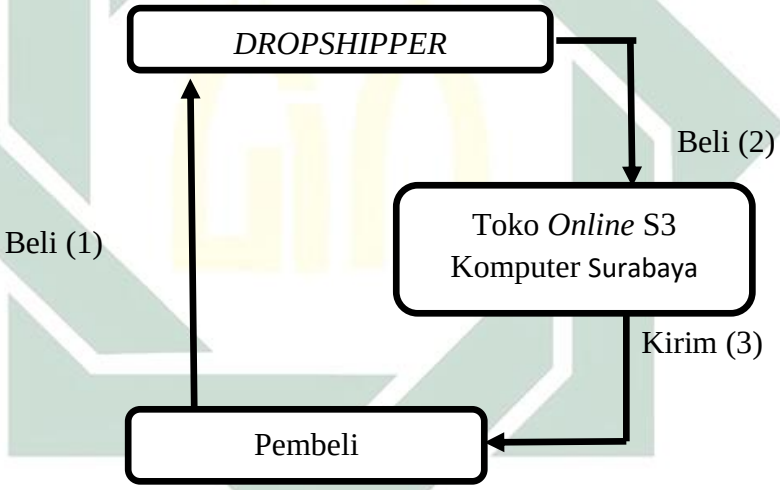
Dropshipping adalah metode berdagang, dimana badan usaha atau perorangan (retail atau pengecer) tidak melakukan persediaan, barang didapat dari jalinan kerja sama dengan perusahaan lain yang memiliki

[16] Ibid 134

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

barang yang sesungguhnya. Pelanggan yang membeli dari pengecer tidak perlu tahu keberadaan dan siapa supplier sesungguhnya. [17]

Dropshipping adalah suatu sistem jual beli dimana penjual menjual produk yang tidak dimiliki dan tidak memiliki persediaanya (stok barang). Penjual hanya bermodalkan *sampel* (contoh) dari barang milik *supplier*, biasanya berupa foto, yang kemudian dipasarkan kepada konsumen, jika terjual maka penjual membeli barang dari *supplier* dengan meminta tolong kepada *supplier* untuk mengirimkan barangnya dengan atas nama penjual



Gambar 2.1 Bagan *Dropshipping*

Keterangan :

(1) Pembeli membeli produk kepada dropshipper

(2) Dropshipper membeli produk ke Toko Online S3 Komputer Surabaya

(3) Toko Online S3 Komputer mengirimkan barang kepada pembeli

[17] Sulianta Feri. 2014. "Terobosan Berjualan *online* ala Dropshipping++" ANDI Yogyakarta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mekanisme ini cocok bagi kalangan yang baru memulai usaha tapi terbatas dalam hal pengalaman dan minim modal, karena tidak perlu menggunakan modal besar dan resiko dalam sistem *dropshipping* ini relative sangat kecil.[18]

Dropshipping sekarang menjadi model bisnis pilihan untuk bisnis *online* dengan modal bahkan tanpa modal. Sistem *dropship* adalah suatu teknik dimana *dropshipper* tidak menyimpan persediaan barang tetapi meminta *supplier* untuk mengirimkan pesanan dan detail pengiriman ke pabrik atau ke distributor. Meskipun pengiriman barang dilakukan oleh pabrik atau distributor, pengirim tetap atas nama *dropshipper*. *Dropshipper* mendapat laba dari perbedaan harga pabrik dengan harga eceran. *Dropshipper* bisa dibilang tidak bermodal hanya bermodal katalog atau *website* gratis maupun media sosial.

Bisnis *online dropshipping* ini memiliki beberapa keunggulan bagi *dropshipper* dibandingkan dengan system lainnya, yaitu:

1. *Dropshipper* menghargai barang sesuai keinginan, maka *dropshipper* akan mendapatkan untung besar.
2. *Dropshipper* tidak memerlukan banyak modal untuk membayar karyawan, mengeluarkan biaya pengemasan/transportasi, membuka lapak toko *online*, dan lainnya.

[18] Purnomo Hadi.. "Jualan *Online* Tanpa Repot Dengan Dropshipping" Elex Media Komputindo: Jakarta. 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Tidak perlu menyediakan ruang dan tempat untuk menyimpan stok barang.
4. Tidak perlu khawatir barang tidak laku atau rusak karena terlalu lama tersimpan.
5. Risiko yang ditanggung relative kecil karena hanya sebagai perantara antara *Dropshipper* dan pembeli.
6. Tidak perlu memikirkan pembuatan promosi produk, karena pihak penyedia sudah menyediakan katalog atau foto produknya untuk digunakan sebagai sarana promosi.

Dengan segala kelebihan dan potensinya, sistem *dropshipping* masih memiliki beberapa kelemahan, yaitu:

a. Untuk *dropshipper*, dalam sistem *dropshipping* ini Anda harus benar-benar mencari pemasok yang baik. Karena masalah dapat terjadi seperti, pemasok tidak mengirim barang pesanan dari *dropshipper*, yang akhirnya nama baik *dropshipper* menjadi terancam jelek dan juga dapat menjadi kerugian untuk *dropshipper*.
b. Pembeli tidak dapat melakukan COD (Cash On Delivery) dalam pembayaran, merupakan pertemuan penjual dan pembeli langsung, karena *dropshipper* tidak memiliki barang dagangan yang memang barang tersebut ada di pemasok.
c. Jual beli *online*, sistem ini rentan terhadap penipuan. Jual beli *online* tidak dapat menemukan secara langsung, siapa pembeli dan penjualnya. Dan biasanya barang yang ditampilkan berupa gambar atau foto, tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sepenuhnya juga sesuai dengan kenyataan barang yang diterima oleh pelanggan.[19]

Yang menarik dari sistem *dropshipping* ini adalah tanpa mengetahui calon pembeli karena bertransaksi melalui *online* dengan pembeli, yang sebenarnya tidak memiliki produk fisik. Transaksi ini dimungkinkan di dunia bisnis virtual.

5.1.1. *Dropshipper*

Menjadi seorang *dropshipper* bukan berarti kita dapat langsung membayangkan manfaat yang berada di depan mata kita, karena menjadi seorang *dropshipper* tidak semudah yang dibayangkan atau diceritakan. Kita tidak tahu manfaatnya jika kita tidak memulainya sendiri.

Dropshipper adalah pengirim barang dan pengemas barang, atau perusahaan yang dipercaya sebagai rekanan yang siap menyuplai barang yang dibutuhkan konsumen atas informasi dari toko *online* (*dropship*), setelah dropship membayar harga jual dan biaya pengiriman jasa kurir dengan memberi informasi data konsumen seperti nama konsumen, alamat tujuan, dan nomor ponsel.

Model kerjasama *dropshipping* mempunyai dua ketentuan yaitu: pertama, toko/ *supplier* sebagai pemasok barang produksi dan sebagai pengirim barang. Kedua, *dropshipper* sebagai penjual yang bertatap muka

[19] PutraKalbuadi (2015). *Jual Beli Online Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus pada Forum KASKUS).* UIN Syarif Hidayatullah. 71-72

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada pelanggan dengan harga *dropshipper* sendiri atau harga kesepakatan *dropshipper* dan *supplier*.[20]

Sistem jual beli *online* yang satu inilah yang sekarang sedang marak terjadi. Banyak penjual dadakan dari berbagai kalangan yang menginginkan pemasukan tambahan tanpa perlu modal yang besar dan tanpa repot memikirkan produksi, pengiriman barang dan lain sebagainya.

Secara umum, ada 2 jenis kolaborasi antara *dropshipper* dan pemasok, yaitu:

1) Pemasok memberikan harga kepada *dropshipper*, kemudian *dropshipper* dapat menjual barang dengan harga yang ditentukan sendiri, dengan memasukkan laba *dropshipper*.
2) Harga telah ditentukan oleh pemasok, termasuk jumlah biaya untuk *dropshipper* untuk setiap barang yang dijual. Pada tipe pertama, pemasok memberikan *dropshipper* kebebasan untuk memasarkan produk sesuai dengan harga *dropshipper*, tidak ada biaya pendaftaran yang diperlukan dan batas pembelian minimum. Ini adalah bisnis *dropshipping* yang paling populer dan paling banyak diambil.[21]

Dalam sistem ini, *Dropshipper* tidak pernah menyediakan barang, di mana tempat barang hanya disetujui melalui toko *online* dengan foto, kriteria barang dan harga. Barang diperoleh melalui toko *online* dengan pihak lain yang memiliki barang. *Dropshipper* hanya menyediakan fasilitas

---

[20] Ibid

[21] Muflihatul Bariroh, *Transaksi jual beli dropshipping dalam perspektif fiqh muamalah, Jurnal Hukum Islam.* Vol 4 No 2 2016 (IAIN Tulungagung) hlm. 199-200, dalam http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id, diakses tanggal 19-08-2018 pukul 23.20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melalui situs web atau media sosial seperti Facebook, Instagram atau lainnya. Untuk memasarkan produk yang akan ditawarkan dengan mengunggah gambar produk yang dijual oleh berbagai persediaan dan barang yang ditawarkan seperti harga, ukuran, bahan, skala, dan sebagainya.[22]

Keuntungan sebagai *dropshipper* berasal dari perbedaan harga dari pemasok ke *dropshipper* dengan harga *dropshipper* untuk pembeli. Dalam sistem ini, pelanggan yang membayar mentransfer ke akun *dropshipper*. Selanjutnya, *dropshipper* membayar kepada pemasok sesuai dengan harga pembelian *dropship*, sehingga biaya pengiriman ikut pelanggan. *Dropshipper* berkewajiban untuk menyerahkan data konsumen, yang terdiri dari nama, alamat, dan nomor telepon kepada pemasok. Pemasok kemudian mengirimkan barang ke konsumen. [23]

Berikut adalah tahapan jual beli *dropshipper* menurut Beranda Agency (2012):

i. Carilah perusahaan *dropshipper* lalu jalinlah hubungan dengan perusahaan tersebut. Pajanglah gambar produk beserta informasi pelengkap pada situs pribadi, toko *online*, blog pribadi atau situs sosial media seperti *facebook atau twitter*.

ii. Apabila ada pengunjung blog, situs, atau sosial media merasa tertarik dengan produk yang dipajang dan ingin membelinya, maka mereka pasti

[22] Muflihatul Bariroh, *Transaksi jual beli dropshipping dalam perspektif fiqh muamalah, Jurnal Hukum Islam.* Vol 4 No 2 2016 (IAIN Tulungagung) hlm. 199-200, dalam http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id, diakses tanggal 19-08-2018 pukul 23.20
[23] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengirim sejumlah uang ke rekening anda di situs *PayPal, Moneybookers*, rekening bersama, atau langsung transfer di rekening bank anda.

iii. Jika uang telah diterima maka saatnya anda menginformasikan pada *dropshipper* dan mengirim uang yang sudah anda ambil labanya.

iv. Pastikan perusahaan *dropshipper* mengirimkan produk pesanan pembeli ke alamat pembeli. Pada kemasan kiriman barang yang tercantum adalah alamat dan nama toko anda. Jadi pembeli tidak pernah tau bahwa barang yang dibeli adalah milik *dropshipper*.[24]

Perusahaan tersebut kemudian mengirimkan produk yang dipesan langsung ke konsumen dengan menggunakan jasa ekspedisi, biaya yang timbul dari biaya ekspedisi ditanggung oleh konsumen.

6. Reseller

Reseller merupakan sebuah penjual yang menjual barang milik penjual lain (bukan barang miliknya). Sehingga *reseller* sendiri mampu membantu memasarkan penjualan dari penjual lain. Sistem yang diterapkan *reseller* dalam ilmu manajemen termasuk sebagai strategi distribusi tak langsung *(indirect).* Distribusi tak langsung sendiri memiliki pengertian penyaluran atau penjualan barang dari produsen kepada konsumen melalui perantara yang dilakukan oleh agen, makelar atau *reseller*.

[24] Agency, Beranda. Dropshipping: Cara Mudah Bisnis *Online*, Elex Media Komputindo: Jakarta. 2012. Hal 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

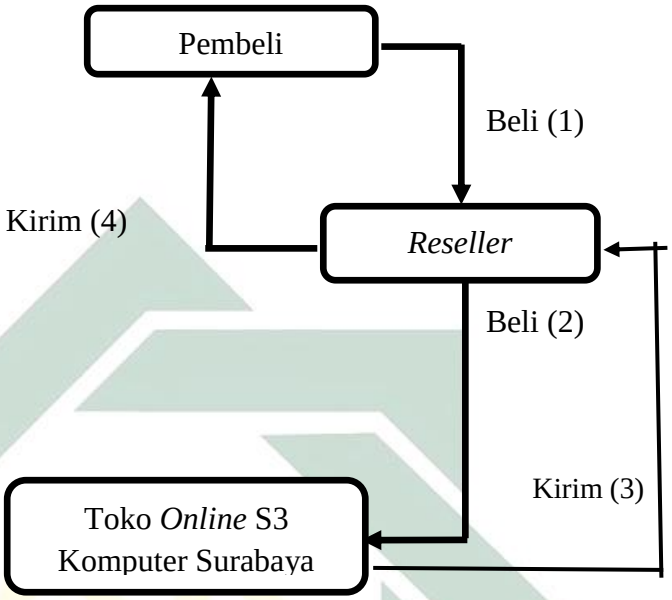
Reseller pun memilik keunggulan tersendiri daripada agen atau makelar, kelebihannya adalah *reseller* tidak mendapat upah dari produsen secara langsung melainkan mereka mendapat upah melalui harga khusus yang diterapkan untuk *reseller* sehingga *reseller* akan mendapat upah dari harga yang kurang dari harga yang dipasarkan produsen. Kemudian baik produsen atau pihak *reseller* sama sama mengalami keuntungan meski tidak ada ikatan resmi yang terjalin dari kedua belah pihak. Pada dasarnya *reseller* diatur dengan kebijakan pelaku usaha utama atau dengan kesepakatan perjanjian yang telah dibuat dan disepakati.

Menurut Wirjono perjanjian adalah suatu hubungan hukum mengenai harta benda antara dua pihak, dimana suatu pihak berjanji untuk melakukan sesuatu hal atau untuk tidak melakukan sesuatu hal dan pihak yang lain berhak untuk menuntut pelaksanaan perjanjian itu.[25]

Berdasarkan perjanjian tersebut hak dan kewajiban pelaku usaha utama dan *reseller* dapat disepakati bersama serta memuat bagaimana pelaksanaan jual beli di *online shop* pelaku usaha utama. Perjanjian ini dapat berbentuk kontrak baku, tertulis, dan perjanjian dengan lisan.[26]

[25] Wirjono Prodjodikoro, R., 2011, Azas-Azas Hukum Perjanjian, Mandar Maju, Bandung.
[26] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 2.2 Bagan *Reseller*

Keterangan :
(1) Pembeli membeli produk kepada reseller
(2) Reseller membeli produk kepada Toko Online S3 Komputer
(3) Toko Online S3 Komputer mengirim produk kepada reseller
(4) Reseller mengirimkan produk pesanannya kepada pembeli

B. Syarat-syarat Sistem *Reseller*

1. Jujur dan amanah.
2. Mempunyai handphone pribadi.
3. Punya akun *online shop* sendiri.
4. Punya rekening bank sendiri untuk pembayaran pemesanan konsumen.
5. Selalu ramah melayani calon pembeli.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Selalu rajin cek *postingan* dan pemberitahuan ketentuan order.[27]

   Menurut pemaparan tersebut sehingga peneliti pahami syarat - syarat menjalankan suatu sistem yaitu harus memiliki handphone dan rekening sendiri supaya memudahkan untuk mempromosikan maupun bertransaksi melalui media masa.

C. Macam-macam Model Sistem *Reseller*

1. Model Bagi Hasil

   Model bagi hasil ini prosentase komisi yang didapat bias mencapai 50% dan semua produk bisa dijual, selain itu pada awal mula registrasi sistem *reseller* kebanyakan menggunakan berbayar terlebih dahulu atau dapat menambahkan harga jual.[28] Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti mengungkapkan bahwasanya model bagi hasil mayoritas membayar terlebih dahulu ketika memesan barang.

2. Model Jaminan

   Model jaminan ini menggunakan jaminan uang untuk menjadi *reseller*. Model memungkinkan pengelola dan pelaku bisnis tidak mau dirugikan oleh *reseller*. Biasanya *reseller* memberikan uang DP (uang muka) yang telah ditentukan kepada pengelola/pelaku bisnis sehingga jika terjadi kecurangan oleh *reseller* maka pengelola tidak dirugikan sepenuhnya.[29]

---

[27] Nolza, *"Syarat menjadi seorang Reseller*", dalam https://googleweblight.com diunduh tanggal 02 November 2017

[28] Ahmad Syafi'I, *Bisnis Dropshipping dan Reseller*, (Jakarta: PT Alex Media Kuoputindo, 2003), h.7

[29] Ibid., h.7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peneliti menyimpulkan bahwa model jaminan dilakukan dengan memberikan uang muka yang bertujuan mengurangi terjadinya kecurangan.

3. Model *Web Replika*

   Model berikut ini mempunyai kekhususan yang unik, *web replika* merupakan *website* yang pengelola berikan kepada *reseller* sebagai media promosi secara *online, reseller* akan menerima komisi jika pada *web replika* mereka terjadi transaksi.[30] Peniliti berpendapat bahwa model seperti ini keuntungannya didapat dari suatu web yang dikelola *supplier* yang diberi nama *web replika.*

4. Model *Web Online*

   Model ini *reseller* bisa melakukan kebebasan di dalam produk, disamping sepenuhnya dimanjakan dengan diskon harga, juga *reseller* dapat melakukan penjualan sendiri dengan *web online* yang dimiliki.

5. Model Beli Jual

   Pada model beli jual memiliki fasilitas yang mengedepankan pelayanan *reseller*. *Reseller* cukup melakukan pembelian yang telah ditentukan oleh pengelola selanjutnya akan menjadi member dengan berbagai fasilitasnya, disamping bisa bermain harga *reseller* juga mendapatkan diskon harga yang menarik.[31]

D. Tujuan Sistem *Reseller*

[30] Ibid., h.7
[31] *Ibid*., h. 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tujuan sistem *reseller* yaitu yang pertama tentu saja karena modal yang dikeluarkan tidak terlalu banyak, slah satu cara untuk membuka usaha dengan modal kecil adalah dengan menjadi *reseller* dari sebuah barang yang dijual. Kedua adalah memudahkan bertransaksi menggunakan media elektronik seperti dizaman modern saat ini.[32]

Banyak sekali produsen yang menerapkan sistem *reseller* dan biasanya mereka membuat persyaratan-persyaratan dalam sebuah sistem *reseller*nya tersebut.dari definisi diatas peneliti berpendapat bahwasanya tujuan dari sistem *reseller* yaitu memudahkan para wirausaha untuk menjalankan aktivitas usahanya melalui media sosial yang digunakan dan untuk memanfaatkan peluang kebutuhan masyarakat yang saat ini lebih memilih cara instan dengan pemesanan suatu produk maupun barang dengan cara memesan secara *online* sesuai kemajuan teknologi saat ini

[32] Arddwira dwi Puspita, *"Memulai Bisnis dengan Sistem Reseller",* Skripsi tahun 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Dzikrulloh, S. E. I., M.SEI 2014	Jual Beli *Dropshipping* dalam Bisnis *Online* (Tinjauan terhadap proses dan objek Transaksi dalam Bisnis dengan sistem *dropshipping*)	secara umum, Islam membolehkan transaksi dalam muamalah selama tidak bertentangan denga prinsip prinsip muamalah, sistem *dropshipping* diperbolehkan dengan menggunakan akad yang dikenal dalam islam, yaitu akad salam, simsrah dan wakalah, namun sebelumnya, syarat dan rukun dalam akad harus dipenuhi terlebih dahulu.	1. Menggunakan metode kualitatif 2. Membahas jual beli *dropshipping*	1. tidak membahas *reseller* 2. objek penelitian
2	Rudiana. 2015	Transaksi *Dropshipping* Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah	transaksi *dropshipping* merupakan jual beli *online* dengan cara pesanan tetapi penjual tidak menyetok barang, sedangkan bai' as-salam merupakan jual beli pesanan yang dihalalkan oleh Islam. Kemudian *dropshipping* dapat dikatakan tidak sejalan dengan konsep bai' as-salam. Karena tidak	1. Menggunakan metode kualitatif 2. Membahas jual beli *dropshipping* dikaitkan dengan ekonomi syaria'ah	1. tidak membahas *reseller* 2. objek penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			terpenuhinya syarat penjual bai' as-salam oleh *dropship* (toko *online*), yaitu di mana *dropship* tidak pernah menampung barang sehingga tidak memiliki kekuasaan terhadap barang untuk dijual, dan bertindak tidak jujur atas label pengiriman barang yang seolah-olah *dropship* adalah pemilik dan pengirim barang yang sesungguhnya. Sehingga *dropship* telah melakukan penjualan barang yang tidak dimiliki yang tidak diperbolehkan dalam hukum ekonomi syari'ah.		
3	Nur Indah Fitriana. 2017	Pelaksanaan Jual Beli Antara Pelaku Usaha Utama Dan *Reseller* Dalam Sistem Transaksi *Online* Di Reisa Garage	Kontrak elektronik dengan pelaksanaan jual beli *online* di Reisa Garage untuk para *reseller*nya sudah sesuai dengan kontrak elektronik, hal-hal yang sesuai adalah sebagai berikut: potongan harga untuk *reseller*, katalog non watermark dan tips jualan *online* untuk *reseller*, potongan biaya pengiriman dan pemilihan jasa pengiriman untuk *reseller*, *reseller* tidak perlu stok barang, *reseller* masuk dalam	1. Menggunakan metode kualitatif 2. Membahas jual beli pelaku usaha utama dan *reseller*	1. tidak membahas *dropship* 2. objek penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

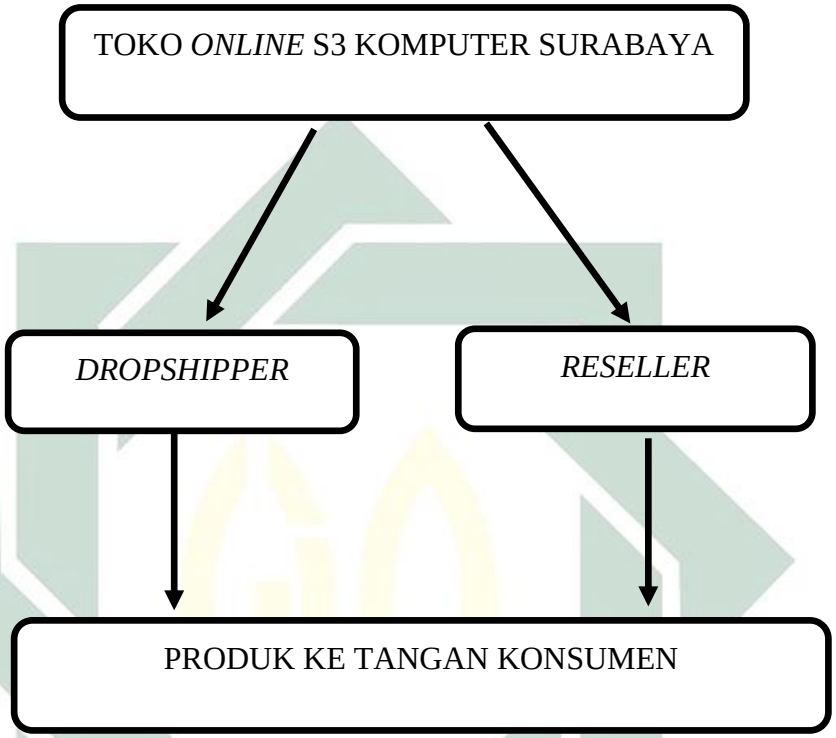
			grup bisnis, *reseller* mendapatkan gratis pengepakan dan gratis jasa upgrade line@ serta apabila terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh Reisa Garage maka mereka telah bertanggung jawab dengan baik		
4	Juhrotul Khulwah. 2013	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli *Dropship*	Dengan pertimbangan hukum Islam harus mampu berpartisipasi dalam membentuk gerakan langkah kehidupan masyarakat dan mempunyai kepekaan terhadap kebaikan (sense of maslahah), penyusun menyimpulkan bahwa praktik jual beli sistem *dropship* tersebut adalah diperbolehkan atau sah apabila barang yang diperjualbelikan dimiliki secara sempurna oleh penjual, dan apabila barang tersebut tidak dimiliki secara sempurna maka jual beli tersebut tidak diperbolehkan atau tidak sah menurut syariat Islam.	1. Menggunakan metode kualitatif 2. Membahas jual beli *dropshipping* yang ditinjau dari hukum islam	Objek Penelitian Variabel terikat yang digunakan yaitu loyalitas konsumen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5.	Yuni Mardiyana, 2018	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi *Dropshipping By Reseller Online* (Studi Kasus Ramadhani Collection Surakarta)	Transaksi jual beli secara *online* pada Toko *Online* Ramadhani Collection merupakan jual beli dengan menggunakan sistem *dropshipping by reseller*. Pada sistem ini penjual hanya bermodalkan akun media sosial, dan memasarkannya kepada pembeli. Setelah pembeli membayar produk yang dibeli, penjual akan membayarkan kepada *supplier*, *supplier* akan mengirim produk kepada pelanggan langsung. Transaksi *dropshipping by reseller* ini dapat dijalankan dengan menggunakan beberapa pilihan akad yakni dengan menggunakan beberapa akad, yaitu akad *ba'i as-salam* dan *wakalah*.	1. Menggunakan metode kualitatif 2. Membahas jual beli *dropshipping* by *reseller online*	Objek penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Kerangka Konseptual



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

HASILPENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil Toko *Online* S3 Komputer Surabaya

Toko *Online* S3 Komputer Surabaya merupakan distributor aksesoris komputer dan Supplier/Toko Komputer *Online* Surabaya untuk semua jenis komputer. Toko ini berada di Jl. Semolowaru Tengah I No.68, Semolowaru, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur. Toko *Online* S3 Komputer Surabaya menggunakan sistem penjualan grosir dan retail, yang mana sistem penjualan grosir disediakan untuk *reseller* dan *dropship* yang ingin mengambil atau membeli barang dalam jumlah banyak. Sedangkan sistem retail dipakai untuk konsumen bukan *reseller* yang umumnya membeli barang dengan jumlah sedikit.

Gambar 4.1. Toko *Online* S3 Komputer Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

S3 Komputer Surabaya didirikan tahun 2004 untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang perlengkapan aksesoris perangkat keras alat-alat teknologi IT yang tentunya menjual dengan garansi resmi serta legal secara hukum. [33]

Gambar 4.2. Interaksi Pembeli di Toko *online* S3 Komputer Surabaya

2. **Visi dan Misi S3 Komputer Surabaya**

Visi Toko "S3 Komputer Surabaya

a. Memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.
b. Menjadi perusahaan penyedia kebutuhan IT yang dapat dipercaya dengan menawarkan pelayanan yang berkualitas.
c. Memberikan solusi yang terbaik bagi konsumen, yang mengutamakan pada kualitas aksesoris komputer dengan harga yang terjangkau.

[33] Eldriana (Ella), wawancara,Toko *Online* S3 Komputer, 5 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Misi Toko S3 Komputer Surabaya

1. Menjalankan perusahaan yang menerapkan kemudahan-kemudahan IT untuk melahirkan cara-cara yang inovatif sehingga senantiasa memberikan kemudahan bagi konsumen.
2. Menjalankan perusahaan yang tanggap akan perubahan yang terjadi, secara profesional pun menanggapi kebutuhan dari konsumen dan memberikan solusi yang terbaik.[34]

3. **Produk Aksesoris komputer S3 Komputer Surabaya**

Toko *Online* S3 Komputer Surabaya merupakan distributor dalam produk aksesoris komputer dengan berbagai macam model, jenis dengan kualitas dan harga yang bersaing. Pengelompokan jenis barang dapat dikategorikan dengan berbagai macam merek dan kualitas antara lain [35]:

a. Flashdisk	g. Aneka Kabel Connector	m. Cartridge
b. Mouse	h. Card reader	n. CD / DVD Blank
c. Keyboard	i. Router	o. Tinta Print
d. Hardisk	j. Printer	p. Modem
e. Headset	k. Monitor LCD	q. Dll

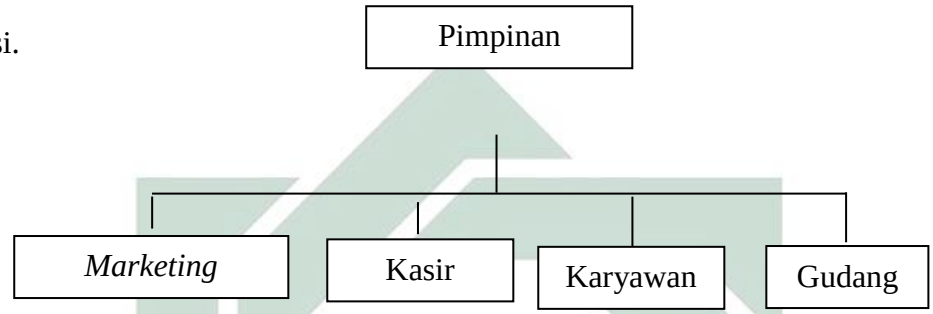
4. **Profil Toko S3 Komputer Surabaya**

Dalam suatu organisasi yang baik pada umumnya mempunyai struktur organisasi yang dapat membatasi pembagian-pembagian kerja pada masing-masing

[34] Anggi, wawancara, Toko *Online* S3 Komputer, 6 Maret 2019
[35] Anggi, wawancara, Toko *Online* S3 Komputer, 6 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagian. Dalam hal ini struktur organisasi merupakan dasar yang mempersatukan fungsi-fungsi perusahaan dan menetapkan hubungan yang pasti. Struktur organisasi yang dipakai toko S3 Komputer Surabaya adalah garis vertikal, yaitu wewenang dari pucuk pimpinan mengalir ke bawah secara langsung kepada masing-masing divisi.



Gambar 4.3. Struktur Organisasi S3 Komputer Surabaya

Deskripsi jabatan dalam struktur organisasi S3 Komputer Surabaya adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan

   Pimpinan merupakan pihak yang memiliki "S3 Komputer Surabaya" secara keseluruhan dan penuh tanggung jawab atas kinerja toko. Tugasnya adalah memberikan arahan, pengawasan dan bimbingan untuk semua karyawan toko, rekrutmen karyawan, melakukan pelatihan untuk pengembangan kinerja karyawan, menjalin mitra dengan perusahaan lain untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan.

2. *Marketing*

   Tugas dari *marketing* adalah melakukan kegiatan-kegiatan promosi, seperti: menyebarkan brosur, memberikan informasi mengenai produk kepada para

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Reseller Dan Dropshipper, melakukan pengembangan website, melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap kasir, karyawan, gudang.

3. Kasir

   Mengurusi dan mengawasi transaksi pembayaran produk konsumen (*dropshipper* dan *reseller*) secara offline dan *online*.

4. Karyawan

   Tugas dari Karyawan adalah melakukan pelayanan dan pengecekan transaksi pembelian dari Konsumen (*dropshipper* dan *reseller*) baik secara *offline* maupun *online.*

5. Gudang

   Tugas dari gudang adalah menjaga stock produk yang ada di toko, melakukan komunikasi dengan pihak luar yang terkait dengan telepon toko.[36]

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1) Mekanisme menjadi *Dropshipper* dan *Reseller* di Toko *Online* S3 Komputer Surabaya

Toko *online* toko S3 Komputer Surabaya memiliki mekanisme yang sama untuk seseorang menjadi *dropshipper* dan *reseller* yang diatur dalam peraturan toko, dan tertulis di *website* resmi S3 Komputer Surabaya di awal persyaratan menjadi menjadi *dropshipper* dan *reseller* di S3 Komputer Surabaya antara lain:

1. Niat dan Tekad.

[36] Eldriana (Ella), wawancara,Toko *Online* S3 Komputer, 12 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Hubungi *marketing – marketing* terbaik S3 Komputer Surabaya.
3. Pemesanan barang di harapkan sesuai dengan barang yang ada di daftar / *Pricelist* kami.
4. Alamat yang diberikan kepada kami harus jelas dan lengkap di sertai telepon yang aktif.
5. Untuk keterlambatan barang, di luar tanggung jawab kami karena kami hanya sebagai perantara.[37]

2) Ketentuan / Persyaratan :

1. *Dropshipper* dengan transaksi pertama kali akan di kenakan harga normal, sesuai *Pricelist* S3 Komputer.
2. *Dropshipper* dengan transaksi kedua akan mendapatkan harga kuantitas 5 pcs.
3. *Dropshipper* dengan transaksi rutin 1 minggu sekali, akan mendapatkan harga spesial kuantitas 25 pcs.
4. Jika *Dropshipper* selama 1 Bulan tidak ada transaksi sama sekali, *Dropshipper* otomatis akan kembali mendapatkan harga normal kembali saat ada transaksi lagi.[38]

Setelah persyaratan-persyaratan diatas, harus dipenuhi oleh setiap calon *dropshipper* dan *reseller* di S3 Komputer Surabaya dan akan mendapat keuntungan yaitu kemudahan dalam berjualan melalui *online*, menghemat waktu dan biaya kirim. antara lain:

[37] https://s3komputer.com/
[38] https://s3komputer.com/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Nama Pengirim menggunakan nama *Dropshipper*.

b. Sistem *Dropshipper / Reseller* kami di jamin aman tanpa unsur penipuan.

c. Pengiriman barang kami usahakan tercepat & aman.

d. Biaya pengiriman kami usahakan semurah mungkin.

e. Melayani *Dropshipper* dalam bentuk Satu item maupun Partai besar.[39]

[39] https://s3komputer.com/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Perbedaan Mekanisme *Dropshipper* dan *Reseller* di Toko *Online* S3 Komputer Surabaya

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, pihak manajemen S3 Komputer Surabaya sendiri tidak membedakan antara *Dropshipper* dengan *Reseller,* manajemen hanya berpatokan kepada harga atau *pricelist* yang digunakan untuk *Dropshipper / Reseller.* Seperti yang diungkapkan oleh Ella salah satu *marketing* toko :

> "kalo disini gak ada bedanya mbak, antara *reseller* sama *dropshipper*, dari toko cuma nyediain *pricelistnya* aja, jadi *reseller* sama *dropshipper* sudah bisa menaksir harga mereka sendiri mau jual harga berapa, Cuma sistemnya kalo *reseller* biasanya datang sendiri, ambil barang lalu lakukan pembayaran. Kalo *dropshipper* biasanya saya layani via *whatsapp*, lalu pembayarannya via *transfer,* yang penting alamat tujuan jelas kami dari toko siap mengirim sesuai alamat pembeli."[40]

Berdasarkan pengakuan Ella, sebagai *marketing* toko dapat dijabarkan mekanisme yang dilakukan oleh para *Dropshipper* dan *Reseller* di S3 Komputer Surabaya terdapat perbedaan yang cukup signifikan, untuk lebih jelasnya dapat diuraikan pada tabel dibawah ini.

[40] Eldriana (Ella), wawancara,Toko *Online* S3 Komputer, 18 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.1
Perbedaan antara *dropshipping* dan *reseller*

No	*Dropshipping*	*Reseller*
1	Tanpa adanya pembelian produk sebelumnya	Membeli produk terlebih dahulu sesuai dengan ketentuan yang ada
2	Promosi dengan bermodalkan daftar produk	Promosi bisa dengan daftar produk dan dengan contoh produk yang sudah dibeli
3	Biasanya tidak mendapat media promosi berupa banner atau sejenisnya (tergantung supplier yang diikuti).	Mendapatkan media promosi berupa banner atau sejenisnya dengan gratis dan ada kalanya berupa website (tergantung supplier yang diikuti)
4	Pengiriman barang diatur oleh pihak supplier	Pengiriman barang dilakukan oleh pihak *reseller* sendiri dan juga dari pihak supplier (tergantung lokasi pembeli)

Sumber : Diolah Penulis

Berdasarkan tabel diatas jika dikaitkan dengan mekanisme *Dropshipper* dan *Reseller* di S3 Komputer Surabaya memiliki banyak perbedaan meliputi aspek pembelian produk, jika pada *dropship*, tanpa adanya pembelian produk sebelumnya, sementara untuk *reseller*, mereka lebih baik untuk menyediakan produk dengan melakukan pembelian. Kemudian dalam aspek pengiriman, untuk *dropshipper* pengiriman barang langsung diatur oleh pihak S3 Komputer dengan nama pengirim menggunakan nama *Dropshipper*, sementara pada *reseller* pengiriman barang dilakukan oleh pihak *reseller* sendiri dan juga dari pihak S3 Komputer. Uraian lebih dalam akan dibahas pada penjelasan dibawah ini:

Dropshipper

Dropship merupakan bisnis toko *online* yang saat ini sedang berkembang. Layanan kenyamanan kepada toko *online* yang di tawarkan *dropship*. Konsep sistem *dropshipper* dan *reseller* sedikit berbeda. Memulai bisnis *dropshipper*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak memerlukan modal besar, bisnis ini memungkinkan dengan modal kecil.[41]

Bisnis toko *online* sistem *dropshipper* tidak perlu menyimpan atau menyediakan stock barang di gudang untuk di jual. Namun bisnis ini hanya menyediakan fasilitas untuk pemasran produk misalnya media sosial, tokopedia, bukalapak dan lain sebagainya.[42]

Penjualan produk melalui sistem *dropshipping* adalah ketika pelanggan sudah membayar produk kepada *dropshipper*. Setelah *dropshipper* menerima pembayaran dari pelanggan, *dropshipper* memberikan rincian produk yang di pesan dan membayar kepada toko S3 komputer. Kemudian toko S3 komputer mengirimkan barang tersebut kepada pelanggan dengan mengatasnamakan si *dropshipper*. Keuntungan yang di peroleh *dropshipper* dari harga yang di tentukan toko S3 komputer dengan *dropshipper*.[43]

Sebagai *dropshipper*, *dropshipper* berhak untuk memilih dan menentukan produk yang akan di jual. Sedangkan sebagai toko S3 komputer hanya menyediakan brosur, media promosi kemudian di unggah ke website. Yang di butuhkan *dropshipper* jika ada pelanggan yang tertarik dengan produk, maka di situlah *dropshipper* akan menerima pesanan dan menerima pembayaran dari pelanggan.

---

[41] Diakses dari https://bisnisukm.com/pahami-sistem-dropship-dalam-bisnis-sampingan-toko-*online*.html, pada tanggal 19 Desember 2014.
[42] Ibid
[43] Ibid

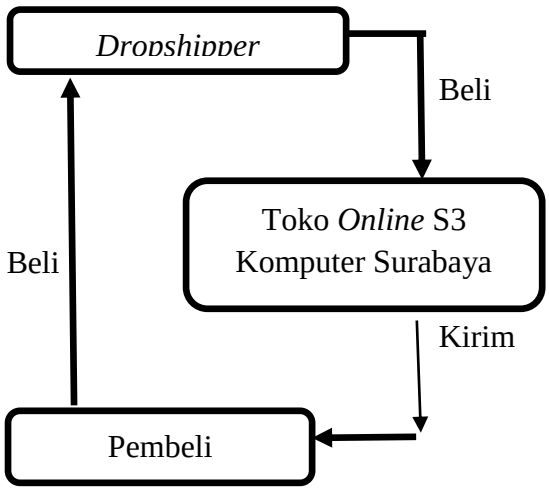
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sistem *dropshipper* dalam bisnis toko *online* S3 komputer sangatlah mudah sehingga *dropshipper* cocok di jadikan bisnis sampingan.

Cara kerja menggunakan sistem *dropship*, misalnya saya adalah seorang penjual sistem *dropship*, saya membeli produk dari toko *Online* S3 Komputer dengan harga 300.000 rupiah. Lalu saya bisa menjual produk itu kembali dengan harga sesuai yang saya tentukan. Sebagai contohnya, saya memberikan harga kepada pelanggan saya sebesar 400.000 rupiah dengan ditambah biaya ongkos kirim sebesar 50.000 rupiah.

Setelah saya memperoleh pembayaran sebesar 450.000 rupiah dari pelanggan beserta dengan alamat rumahnya. Maka, selanjutnya saya akan meneruskan pembayaran tersebut kepada *supplier* sebesar 300.000 rupiah untuk harga barang dan ditambah 50.000 rupiah untuk ongkos kirim. Dari penjualan produk tersebut saya akan memperoleh keuntungan sebesar 100.000 rupiah tanpa saya harus membeli produk tersebut dan menyetoknya dirumah/gudang. Karena *supplier* akan langsung mengirimkan barang kepada pelanggan saya.

Berdasarkan observasi di lokasi penelitian, mekanisme *Dropshipper* di S3 Komputer Surabaya dapat digambarkan pada bagan dibawah ini :



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan bagan diatas dapat dijelaskan, seorang *dropshipper* toko *online* S3 komputer surabaya cukup berkomunikasi dengan bagian *marketing* toko dalam melakukan transaksi penjualan tanpa harus datang langsung ke toko, sehingga proses *packing* dan pengiriman sudah diatur oleh toko.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu *dropshipper* bertempat tinggal di Surabaya dan kebetulan berada toko *online* S3 Komputer Surabaya, yaitu Siska (24 tahun)

"aku udah 2 tahun ini jadi *dropshipper* di S3 komputer, menurutku banyak keuntungan yang aku dapat saat jadi *dropshipper* di S3 komputer, hasilnya pun lumayan, tiap hari rata-rata 5-6 transaksi yang aku dapatkan, untuk mekanismenya *dropshipper* di S3 komputer juga cukup mudah, aku cukup hubungi adminnya, mau pesan ini ini, lalu tinggal *transfer* dan kirim alamat lengkap pembelinya, aku cuma tinggal nunggu notif dari admin aja, mudahnya lagi di toko ini, stock barang selalu ready, harganya pun miring, jadi untungnya banyak,"[44]

Pengakuan lain *dropshipper* toko *online* S3 Komputer Surabaya, yaitu Rizal (27 tahun)

"Aku menjadi *dropshipper* di toko ini sudah 4 tahun. Jadi *dropshipper* di S3 komputer Surabaya enak mbak, disini aku Memiliki pelanggan sendiri karena pembeli tidak mengetahui bahwa aku melakukan metode *dropshipping*, dan tidak men-stock barang. Tidak memerlukan lokasi (lapak) sewa toko/gudang sehingga biaya sangat minim bahkan bisa dibilang tanpa modal lalu tidak khawatir kehilangan pembeli tetap, misalnya kalau si pembeli mau beli lagi maka pada pembelian berikutnya dia akan beli lagi lewat aku, mekanismenya juga mudah dan simpel, Tidak perlu modal untuk membeli barang karena pembelian baru dilakukan apabila ada permintaan, lalu Tidak perlu gudang & inventori, profitnya pun rata-rata Rp.150.000 perhari, aku biasa jualan di *facebook, whatsapp* dan *instagram*."[45]

---

[44] Siska (*Dropshipper*), Wawancara, Toko *Online* S3 Komputer Surabaya, 25 Maret 2019
[45] Rizal (*Dropshipper*), Wawancara, Toko *Online* S3 Komputer Surabaya, 28 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengakuan berbeda *dropshipper* toko *online* S3 Komputer Surabaya, yaitu Yuni (22 tahun)

"aku jadi *dropshipper* di S3 komputer Surabaya sudah 7 tahunan sejak masih di daerah Stesia, enaknya jadi *dropshipper* di S3 komputer ini ya banyak sih mbak, pertama responnya cepet banget, ini yang penting buatku untuk kelancaran, lalu aku gak perlu repot-repot datang langsung ke toko, cukup *whatsapp* adminnya aja, tinggal *transfer* dan kasih alamat lengkap pembeli sudah beres, dari segi mekanismenya juga simpel, toko sudah ngasih *pricelistnya* yang selalu update jadi aku tinggal nyesuaiin aja."[46]

Dalam proses *dropshipping* pihak S3 komputer Surabaya sudah ada tim atau bagian Gudang, yang salah satu tugasnya melayani *dropshipper*, seperti dikutip dalam akun *instagram* S3 komputer Surabaya dibawah ini

Gambar 4.5. Proses packing di gudang S3 komputer Surabaya

Setelah proses packing dengan tiap item barang sudah diberi label alamat sesuai pembeli dari *dropshipper*, maka pihak toko S3 segera menghubungi pihak ketiga yaitu jasa pengiriman atau ekspedisi, yang akan mengambil dan mengantarkan sesuai alamat pembeli, berdasarkan pengakuan Edi (21 tahun) bagian gudang

[46] Yuni (*Dropshipper*), Wawancara, Toko *Online* S3 Komputer Surabaya, 08 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"mekanisme *dropshipping* di toko yaitu pertama order sudah melakukan pembayaran via transfer akan di list sesuai hari oleh admin, kemudian daftar tersebut di berikan ke gudang, untuk proses packing berlangsung tiap hari mulai pagi jam 8 – jam 2 siang, setelah itu ada orang JNE atau JNT yang datang mengambil paketan."[47]

Barang yang diorder dari para pembeli harus segera *dropshipper* teruskan kepada Toko *Online* S3 Komputer Surabaya sekaligus dengan pembayarannya. Toko *Online* S3 Komputer Surabaya akan segera menyediakan produk yang telah *dropshipper* beli, mengemasnya kemudian mengirimkan produk tersebut kepada pelanggan atau pembeli dari *dropshipper*. Selisih harga jual yang *dropshipper* tentukan kepada pembeli dengan harga dari Toko *Online* S3 Komputer Surabaya itulah yang menjadi keuntungan bagi *dropshipper*

Sistem *dropship* dalam bisnis Toko *Online* S3 Komputer Surabaya sangatlah mudah dan cukup menjanjikan sehingga bisnis *online* ini sangat cocok dijadikan sebagai bisnis sampingan bagi para mahasiswa, ibu rumah tangga maupun karyawan. Tingkat resiko kerugiannya pun sangat kecil karena *dropshipper* tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk membeli stock barang

Berdasarkan pengakuan beberapa narasumber *dropshipper* diatas dapat diuraikan yaitu keuntungan mereka menjadi *dropshipper* di Toko *Online* S3 Komputer Surabaya adalah sebagai berikut :

a. Kemudahan *dropshipper* dalam proses pembayaran dalam membeli produk di toko *Online* S3 Komputer Surabaya yaitu cukup via transfer ke rekening bank yang telah disediakan oleh ko *Online* S3 Komputer Surabaya

[47] Edi, Wawancara, Toko *Online* S3 Komputer Surabaya, 19 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Dropshipper* tidak perlu membeli barang/menstock barang yang telah mereka beli, *dropshipper* cukup menghubungi toko *Online* S3 Komputer Surabaya untuk mengecek ketersedian barang yang ingin diinginkan pembeli

c. *Dropshipper* tidak perlu melakukan proses packing untuk pengiriman barang ke pembeli, karena sudah diproses di toko *Online* S3 Komputer Surabaya bagian gudang

Memahami bagaimana cara kerja bisnis toko *online* S3 Komputer Surabaya sangat memberikan banyak manfaat bagi *dropshipper*. Meliputi minimnya modal yang dibutuhkan, tidak perlu repot untuk mengurus pengiriman, bisa menjalin hubungan baik dengan pemasok atau *supplier* dan masih banyak lagi keuntungan yang akan *dropshipper* dapatkan .

Reseller

Selain bisnis sistem *dropshipper*, bisnis menggunakan sistem *reseller* juga berkembang pada saat ini karena bisnis ini memungkinkan dengan modal kecil tetapi perbedaan dari *dropshipper* dengan *reseller*, *reseller* menyediakan barang yang akan di jual dan barang tersebut di promosikan dan di jual dengan harga yang lebih tinggi dari harga awal yang di beli toko S3 komputer.[48]

Cara kerja dengan menggunakan sistem *reseller* misalnya, seorang *reseller* sedikit banyak harus memiliki modal untuk membeli dan menyediakan barang yang akan ia jual kembali. Karena maraknya *online* shop yang bertebaran di

[48] Diakses dari https://www.dosenpendidikan.com/pengertian-*reseller*-secara-umum/, pada tanggal 12 Juni 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

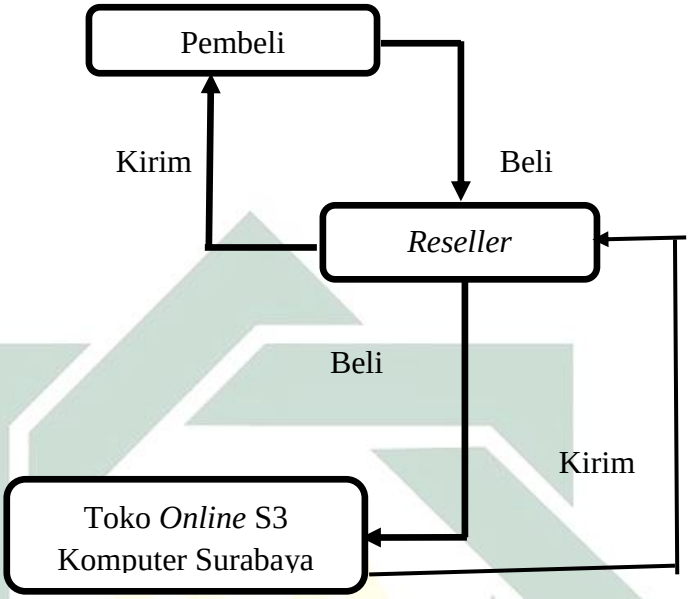
internet, maka seorang *reseller* terlebih dahulu membeli barang, entah itu membeli langsung dari tokonya sendiri maupun berbagai toko *online* yang ada di *internet*. Kemudian seorang *reseller* membuat sebuah toko *online* baru maupun mempromosikan barang tadi melalui situs, blog dan sosial media yang dipunyai, setelah itu menjual barang yang telah dibelinya tadi dengan harga yang lebih tinggi dari harga awal membeli.[49]

Syarat menjadi seorang *reseller*, tentunya harus memiliki modal yang besar memiliki uang atau dana yang digunakan untuk membeli dan menyetok persediaan barang yang akan dijual. Selain membutuhkan uang, tentunya juga harus ahli dalam memasarkan produk, dan juga memiliki koneksi yang baik dengan berbagai *supplier*. *Supplier* tersebut, tentunya nanti akan menjadi sumber utama dari barang yang akan dijual kembali. Apalagi jika menjadi seorang *supplier* di dunia maya. Maka sedikit banyak harus mengetahui berbagai teknik untuk ngeblog, berdagang di toko *online*, promosi di sosial media dan segala jenis penggunaan media *online* lainnya. Hal tersebut dilakukan untuk melancarkan aktivitas jual beli atau perdagangan yang dilakukan di *internet*.

Berdasakarkan observasi di lokasi penelitian, mekanisme *Reseller* di S3 Komputer Surabaya dapat digambarkan pada bagan dibawah ini :

[49] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Dari bagan *reseller* diatas dapat dijabarkan bahwa, *reseller* di toko *online* S3 Komputer Surabaya, biasanya melakukan pembelian terlebih dahulu ke toko, setelah itu mereka melakukan packing sendiri dikirim ke alamat pembeli secara langsung atau melalui jasa pengiriman ekspedisi

Berdasarkan wawancara dengan salah satu *reseller* toko *online* S3 Komputer Surabaya, yaitu Yudha (34 tahun)

"alasan saya jadi *reseller* disini karena disini responnya cepat, lalu stok barang melimpah, dan yang paling penting harganya murah banget, saya tinggal dekat sini, jadi kalo ada yang order masuk tinggal hubungi admin, pesan barang, bayar lalu bawa pulang, kadang konsumen minta COD ya saya layani tapi kalo mau kirim-kirim ya saya selalu siap, perihal mekanisme di toko ini cukup memudahkan saya, tidak ribet, pelayanan bagus, barang *ready* terus."[50]

Pengakuan lain *reseller* toko *online* S3 Komputer Surabaya, yaitu Adi (31 tahun)

"jadi *reseller* di S3 Komputer Surabaya sangat menguntungkan, produk yang paling laku yaitu *keyboard*, *mouse* dan *flashdisk*, apalagi S3 Komputer

[50] Yudha *(Reseller)*, Wawancara, Toko *Online* S3 Komputer Surabaya, 10 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya selalu memberikan promo tiap bulannya, harganya paling murah menurutku sesurabaya, selain itu jumlah stock terkontrol rapi. untuk mekanisme menurutku simpel, tinggal bayar sesuai daftar harganya, dan aku bisa mainkan harga semauku."[51]

Gambar 4.8. seorang *reseller* yang melakukan pembelian

Berdasarkan gambar diatas, dapat dijabarkan, seorang *reseller* selalu datang untuk membeli barang di toko, kemudian pengiriman barang tersebut diproses sendiri oleh *reseller*. Seperti keuntungan dari perdagangan lainnya, dari selisih harga jual dan harga beli yang kalian lakukan dalam perdagangan, maka kalian akan mendapatkan keuntungan dari setiap penjualan barang atau produk yang kalian jual kembali. Namun. Kekurangan atau kerugian dari *reseller* sama saja seperti aktivitas perdagangan lainnya, bisa karena tidak lakunya barang, bisa juga karena menurunnya kualitas barang, rusaknya barang atau produk dan berbagai faktor lainnya, tentunya hal tersebut dapat mengakibatkan kerugian secara mental, fisik maupun materi bagi seorang penjual/*reseller*.

[51] Adi *(Reseller)*, Wawancara, Toko *Online* S3 Komputer Surabaya, 10 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan untuk menjadi seorang *reseller* tidak mungkin jika kalian tidak menggunakan modal/tanpa modal sepeserpun (gratis), semua *reseller* sedikit banyak pasti membutuhkan uang untuk membeli dan menyetok barang yang akan di jual kembali. Dan tentunya seperti aspek perdagangan yang lainnya, setiap kegiatan atau aktivitas jual beli, pasti mengakibatkan adanya keuntungan maupun kerugian. Hal ini tentunya berlaku juga di dalam kegiatan *reseller* ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan beberapa hal antara lain:

1) Mekanisme *dropshipper* dan *reseller* di toko *online* S3 Komputer Surabaya Toko *online* S3 Komputer Surabaya tidak berbeda antara *dropshipper* dan *reseller*, karena hanya berpatokan pada *pricelist* yang sudah ditetapkan toko.
2) Perbedaan mekanisme *dropshipper* dan *reseller* di Toko *Online* S3 Komputer Surabaya, seorang *dropshipper* tanpa perlu datang ke toko, pembayaran via transfer, tanpa menyediakan barang dirumah atau gudang, proses pengiriman dilakukan oleh pihak toko. Sedangkan *reseller* datang langsung ke toko untuk melakukan pembelian barang, kemudian pengiriman dilakukan sendiri oleh *reseller* dan menyediakan barang dirumah atau gudang.

2. Saran

Berdasarkan uraian hasil pengamatan di lapangan, maka penulis dapat merekomendasikan beberapa hal antara lain:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Bagi toko *online* S3 Komputer Surabaya agar lebih menjalin hubungan baik dengan *dropshipper* dan *reseller* dan memberikan pelayanan terbaik sehingga saling menguntungkan.
2. Bagi *dropshipper* agar selalu memberikan respon cepat dalam setiap proses order kepada admin agar pengiriman semakin lancar.
3. Bagi *reseller* agar selalu memperhatikan stok barang yang ada untuk kelancaran usahanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Agency, Beranda. 2012. *Dropshipping*: Cara Mudah Bisnis *Online*, Elex Media Komputindo: Jakarta.. Hal 7

Ahmad Syafi'I, 2003. *Bisnis Dropshipping dan Reseller,* (Jakarta: PT Alex Media Kuoputindo,), h.7

Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran. (hlm 141)* Jakarta: Raja Grafindo (Rajawali Press).

Briggs, R. & Hollis, N., 1997. Advertising on the Web: Is there response before clickthrough. Journal of Advertising Research, 37(1), pp. 33-45.

Buchari, Alma, 2014. "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa". Bandung : CV. Alfabeta.

Denis MC Quail, 1996. Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar, (Cet IV, PT.GeloraAksara Pratama,), h 4

Derry Iswidharmanjaya, *Dropshipping Cara Mudah Bisnis Online,* (Jakarta: PTbElex Media Komputindo, 2012), h. 5.

Feri Sulianta, *Terobosan Berjualan Online ala Dropshipping* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014), h. 2.

Hasan, Ali, 2013, *Marketing*, Cetakan Pertama, Media Pressdindo Yogyakarta

J.R. Raco, *Metode Penelitian Kulaitatif* (Jakarta: PT Grasindo, 2010), hlm. 7.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. Manajemen Pemasaran (Jakarta: PT Indeks,), 68.

Kotler, Philip. dan Garry Armstrong. 2010. Dasar-dasar Pemasaran**.** Edisi Kesembilan, Jilid 2, PT. Indeks : Jakarta

Mauren Anindya, "Pahami Untung-Rugi Menjalankan Bisnis *Dropship*", artikel diakses pada 29 Januari 2019 dari http://netpreneur.co.id/

Miles and Huberman. 1984. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods.* (London: Sage Publication, Inc,), hal.337

Moleong, Lexy, 2007,*Metodologi Penelitian Kualitatif,,* (Bandung: Remaja Rosdakarya), hal.11

Muhammad Arifn Badri, "Jual Beli sistem *Dripshipping*", dalam *Majalah AlFurqon*, No. 156 Ed. 9 Th ke-14_1436H/2015M

Mujiyana & Elissa, I. 2013. Analisis Faktorfaktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via *Internet* pada Toko *Online*. J@TI Undip, VIII (3):143152

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nolza, *"Syarat menjadi seorang Reseller*", dalam https://googleweblight.com diunduh tanggal 02 Juli 2019

Nugroho, Adi, 2006. E-commerce Memahami Perdagangan di Dunia Maya, cet.1 (Bandung: Informatika,), h.9

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran (Jakarta: PT Indeks, 2009), 68.

Purnomo Hadi, Catur. 2012. "Jualan *Online* Tanpa Repot Dengan *Dropshipping*" Elex Media Komputindo: Jakarta.

Purnomo Hadi. 2012. "Jualan *Online* Tanpa Repot Dengan *Dropshipping*" Elex Media Komputindo: Jakarta.

Puspita, Arddwira Dwi, 2012. *"Memulai Bisnis dengan Sistem Reseller",* Skripsi tahun

Situmorang, James. R. 2011. *Metrik Pemasaran Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran Perusahaan*. Universitas Katolik Parahyangan. 114-13

Soewadji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodolog Penelitian*. Jakarta: Mitra wacana Media hal 137

Sugiyono, 2013.*Metode Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D,* (Bandung: Penerbit Alfa Beta,), hal.375

Suharsimi Arikunto, 1996, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Edisi Revisi III, (Jakarta: Rineka Cipta,), hal.20

Suparyanto & Rosad . 2015. Manajemen Pemasaran IN Media . Bogor

Tjiptono, Fandy. 2012. Pemasaran Jasa : *Prinsip, Penerapan, Penelitian* . Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset

Wirjono Prodjodikoro, R., 2011, Azas-Azas Hukum Perjanjian, Mandar Maju, Bandung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id