

Peningkatan Pendapatan Pemuda di Desa Parigi Mekar Melalui Pelatihan dan Pendampingan Bisnis Model *Dropshipping* Berbasis *Online*

Tito Siswanto  dan Gusneli 

^{a-b}Program Studi Akuntansi Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan

ABSTRAK

Teknologi internet menciptakan berbagai peluang baru dalam dunia usaha. Namun keterbatasan akses informasi dan pengetahuan, membuat banyak masyarakat tidak menjangkau berbagai peluang yang tersedia. Dibutuhkan pemahaman dan keterampilan, agar perkembangan teknologi internet dapat memiliki nilai ekonomis bagi masyarakat, khususnya pemuda. Kegiatan ini untuk memberikan pelatihan dan pendampingan tentang cara menjalankan serta merancang strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial dalam menjalankan bisnis *dropshipping*. Kegiatan ini ditekankan pada optimalisasi akun media sosial dan situs *marketplace* dalam menjalankan bisnis, melakukan pelayanan pada konsumen secara *online* hingga menyelesaikan transaksi. Bisnis model *dropshipping* dapat menjadi alternatif bagi pemuda dalam memulai usaha. Bisnis ini tergolong sederhana, sehingga memudahkan para pemuda yang ingin memulai usaha namun belum memiliki produk, modal, dan tempat untuk menjalankannya. Selain itu, bisnis ini dapat dijadikan sebagai awal lahirnya bisnis baru yang lebih besar.

INFORMASI ARTIKEL

Diterima 10 Januari 2020

Dipublikasi 30 Maret 2020

KATA KUNCI

Bisnis *dropshipping*, wirausaha pemuda, media sosial

1. Pendahuluan

Masalah yang sering kali menghambat pembangunan ekonomi di Indonesia salah satunya adalah masalah kemiskinan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018, bahwa tingkat penduduk miskin di desa yaitu 13,20% sedangkan di kota 7,02%. Masalah kemiskinan tersebut disebabkan karena pengangguran, kurangnya lapangan pekerjaan, serta rendahnya pendidikan. Dibutuhkan upaya yang serius dan berkelanjutan, agar kemiskinan benar-benar dapat teratasi. Penyelesaian permasalahan yang kompleks ini mendorong pada suatu pendekatan penyelesaian yang inovatif, yaitu dengan membangun kemandirian atau wirausaha (Firdaus, 2014).

Harapan bertumpu pada peran pemuda, karena pemuda merupakan salah satu elemen dalam masyarakat desa yang memiliki peluang dalam pembangunan kemajuan dan pengembangan desa (Puspitasari, 2015). Dibutuhkan berbagai upaya untuk meningkatkan keterampilan agar dapat mendorong terwujudnya pembangunan dan kemajuan yang diharapkan. Banyak diantara pemuda memiliki keinginan untuk menjadi wirausahawan, namun terhambat pada minimnya kemampuan

dalam mencari ide atau gagasan bisnis yang dapat dikembangkan menjadi sebuah bisnis yang layak. Sehingga para pemuda harus distimulasi melalui model bisnis yang efisien dengan kerumitan dan risiko yang relatif kecil. Berangkat dari keterbatasan tersebut, salah satu alternatif yang dianggap menjadi solusi bagi wirausaha pemuda pemula dalam menjalankan usahanya yaitu bisnis dengan model *dropshipping*.

Era teknologi dan informasi seperti saat ini, bisnis model *dropshipping* sangat relevan untuk para wirausaha pemula, karena dapat dijalankan secara *online* dengan modal kecil bahkan tanpa modal sekalipun. Dalam Pramesti (2014), model bisnis ini beroperasi dengan cara yaitu penjual meminta kepada *supplier* untuk mengirimkan barang atau pesannya ke alamat konsumen yang dituju, namun pesanan dikirimkan atas nama penjual demi mempertahankan pelanggan dan menjaga kesepakatan yang dibuat antara *supplier* dengan *reseller* sehingga penjual tidak perlu menyetok barang.

Pelaku bisnis model *dropshipping* tidak pernah melakukan persediaan dan tempat penyetokan barang, tetapi hanya mempromosikan produk melalui toko *online* yang didukung dengan *platform* media sosial dan situs *marketplace* dengan cara memasang katalog dan kriteria barang serta harga. Barang yang dijual didapat dari kerjasama antara penjual dengan perusahaan (*supplier*) yang memiliki barang, atau yang disebut sebagai *dropshipper*. Seorang *Seller* atau penjual tidak pernah mengetahui, menyimpan maupun menelaah barang. Barang langsung dikirim oleh pihak penyedia barang (*supplier*) atas nama *dropshipper* (penjual/pececer). Saat ini bisnis *dropshipping* sangat diminati, sebab bisnis ini tergolong murah dan mudah. Selain itu, bagi *supplier* bisnis model ini memberikan banyak keuntungan karena dapat meningkatkan penjualan. Karena dengan sistem ini, tugas para *supplier* dalam memasarkan produknya menjadi lebih ringan (Purnomo, 2014).

Bisnis model ini dapat dilakukan hanya dengan menggunakan perangkat sederhana seperti *Personal computer* (PC) atau laptop dan gawai (*Gadget*) yang terhubung dengan jaringan internet. Alat pemasaran yang digunakan adalah akun media sosial diantaranya Twitter, Facebook, Instagram, weblog, aplikasi *messenger smartphone* seperti WhatsApp, Line dan melalui situs jual beli (*marketplace*) dan berbagai penyedia layanan jual beli *online* lainnya. Kemudahan ini tentu memberikan kesempatan kepada seluruh mitra untuk memulai usaha. Dalam studi yang dilakukan oleh Siswanto (2013) dukungan media sosial mampu memegang peran sebagai *Integrated Marketing Communication* (IMC). Sosial media mampu melakukan fungsi promosi secara terpadu, hingga terjadinya proses transaksi.

Selanjutnya, dengan bisnis model *dropshipping* ini akan memberikan beberapa manfaat; *Pertama* memberikan kemudahan bagi mitra sebagai pengusaha pemula untuk menawarkan produk dan menjualnya pada konsumen. *Kedua*, mitra dapat menawarkan berbagai produk dengan jenis yang beragam. *Ketiga*, mitra dapat melakukan identifikasi terkait produk yang banyak diminati dalam aktivitas bisnis *online* yang selanjutnya dijadikan dasar untuk pengembangan usaha. *Keempat*, meningkatkan volume penjualan bagi perusahaan penyedia produk.



Sumber: Google Map, 2019

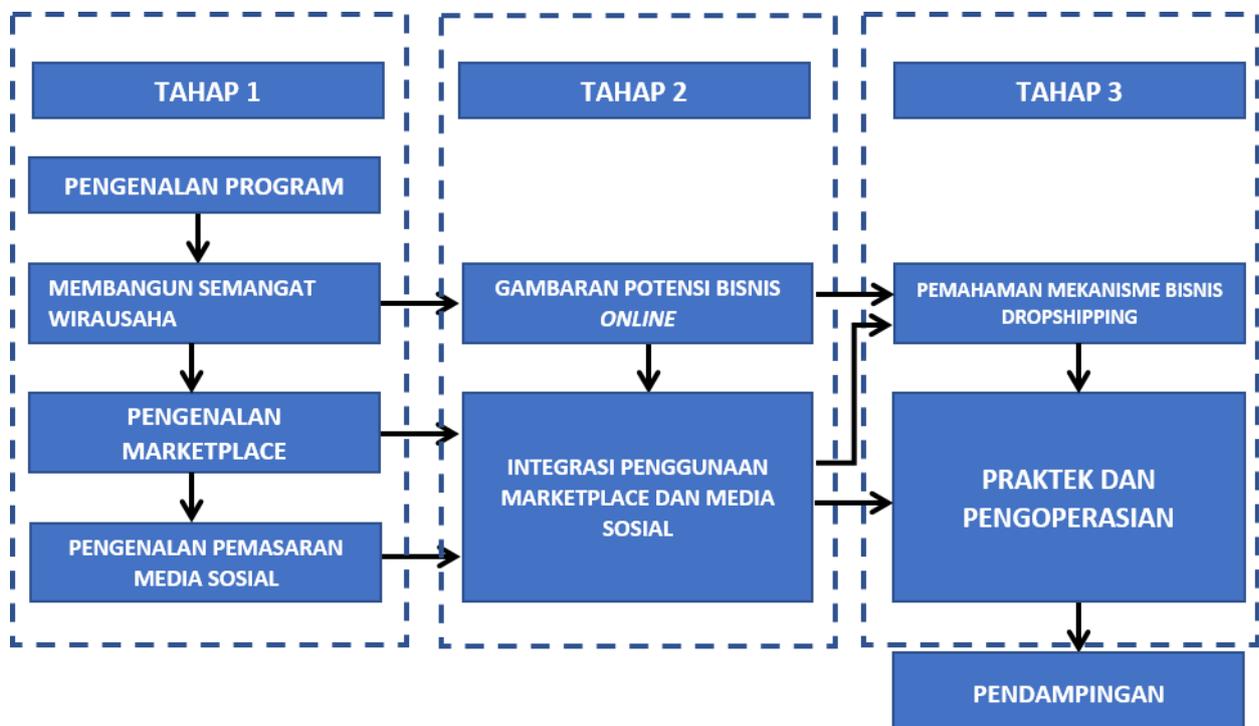
Gambar 1. Peta Lokasi Kegiatan

Program pengabdian ini dilaksanakan pada pemuda di Desa Parigi Mekar Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor. Kecamatan Ciseeng memiliki jumlah penduduk 115.523 jiwa dengan tingkat kepadatan penduduk 3.145 jiwa per kilometer persegi. Jumlah pemuda produktif dengan usia 15-30 tahun di Kecamatan Ciseeng pada tahun 2018 sebanyak 32.919 jiwa. Sementara itu, Desa Parigi Mekar memiliki jumlah penduduk sebanyak 12.119 jiwa. Jarak antara lokasi pengabdian dengan ITB Ahmad Dahlan Jakarta berjarak kurang lebih 22 kilometer dengan waktu tempuh 1,5 jam.

Pemuda di Desa Parigi Mekar diketahui memiliki kemampuan untuk menggunakan perangkat teknologi informasi, serta banyak diantara mitra kegiatan pengabdian ini berpendidikan SMA/SMK sederajat yang telah mampu mengakses teknologi informasi internet menggunakan smartphone dan perangkat komputer. Adapun tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan tentang cara menjalankan dan merancang strategi pemasaran dengan menggunakan sosial media untuk menjalankan bisnis model *dropshipping* melalui pelatihan dan pendampingan.

2. Metode dan Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan ini yakni: *Pertama*, ceramah. Digunakan untuk mendorong dan proses motivasi mitra dalam pelatihan yang akan dilaksanakan dalam kegiatan. Dengan pendekatan ini, diharapkan mitra dapat memahami materi dan terdorong untuk menjalankan bisnis. *Kedua*, diskusi. Metode ini digunakan untuk membangun komunikasi antara pelaksana program dan narasumber pelatihan dengan mitra. *Ketiga*, simulasi. Metode ini digunakan untuk memperagakan pelaksanaan bisnis agar mudah dipahami. *Keempat*, Praktik. Metode ini digunakan untuk menegimplementasikan pengetahuan yang telah didapat oleh mitra dalam sesi pelatihan. Pada tahap ini, mitra akan dipastikan mampu menjalankan bisnis model *dropshipping* dan menjalankan proses pemasaran.



Gambar 1: Bagan Alur Kegiatan Pelatihan Bisnis Model *Dropshipping*

Adapun tahap awal, kegiatan ini dilakukan dengan memberikan motivasi tentang pentingnya berwirausaha bagi pemuda. Selain itu, peserta juga diberikan gambaran tentang potensi berbisnis secara *online* dengan menggunakan jaringan internet. Peserta diperkenalkan tempat-tempat berbisnis secara *online* (*marketplace*) seperti www.tokopedia.com, www.bukalapak.com, dan www.shopee.com. Selain memperkenalkan *marketplace*, peserta diberikan gambaran mengenai

manfaat media sosial dalam mengkomunikasikan bisnis serta cara mengoptimalkannya sebagai alat komunikasi pemasaran.

Secara umum, kegiatan ini dibagi ke dalam 3 (tiga) tahap dan dilanjutkan dengan pendampingan. Pada tahap pertama kegiatan ini, merupakan tahap pengenalan program pelatihan, dasar-dasar bisnis, dan pengenalan perangkat baik *hardware*, *software* serta *platform* internet yang akan digunakan. Selanjutnya, tahapan kedua adalah membangun wawasan tentang potensi bisnis *online* dan yang dilanjutkan dengan melakukan integrasi media sosial dan *marketplace* yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis *online*. Pada tahap terakhir atau ketiga, peserta diberikan pemahaman tentang cara menjalankan bisnis dengan menggunakan model *dropshipping* dan mempraktikannya. Adapun secara lebih jelas, tahapan kegiatan pelatihan dan pendampinga bisnis model *dropshipping* tersaji pada Gambar 1.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Pelatihan Peningkatan Kapasitas Bisnis di Era Digital

Kelompok pemuda yang menjadi mitra program dilatih dan diberikan pemahaman tentang potensi bisnis di dunia maya (*online*), peluang dan pengetahuan lain terkait pelaksanaan bisnis. Selanjutnya, pemahaman tentang dasar-dasar pemasaran dengan menggunakan jaringan internet dan penggunaan sosial media juga dijadikan salah satu aspek penting pada pelatihan ini. Peserta ditingkatkan pemahamannya tentang strategi bisnis *online*, pengembangan bisnis *online*, dan pengenalan model-model dalam bisnis *online*.

b. Pelatihan Bisnis Online dengan Marketplace dan Media Sosial

Pelatihan ini adalah memperkenalkan secara intens bisnis model *Dropshipping* berbasis *online*. Pada tahap ini, seluruh peserta membuat media sosial untuk kepentingan serta tata cara mengoperasikannya. Peserta harus memiliki akun media sosial dan akun *marketplace* hingga pada tahap proses kombinasi dan sinkronisasi. Situs *marketplace* yang wajib digunakan pada pelatihan ini adalah www.bukalapak.com, www.tokopedia.com, dan www.shopee.com. Adapun sosial media yang wajib digunakan adalah facebook, instagram, twitter, dan whatsapp.

c. Pelatihan dan Praktik Bisnis Model Dropshipping

Setelah semua peserta program memahami secara keseluruhan terkait strategi bisnis *online* dan dapat mengoperasikan semua *platform marketplace* serta media sosial. Selanjutnya dilakukan simulasi yang diiringi praktik menjalankan bisnis *dropshipping* hingga peserta mampu menyelesaikan proses transaksi.



Sumber: Pelaksana kegiatan, 2019

Gambar 2. Foto bersama peserta kegiatan



Sumber: Pelaksana kegiatan, 2019

Gambar 3. Foto Pelaksanaan Pelatihan

Peserta diberikan pemahaman tentang bisnis *dropshipping*, dimana bisnis ini adalah sebuah model berbisnis dengan skema yang relatif mudah. Dimana dalam bisnis ini, para pengecer

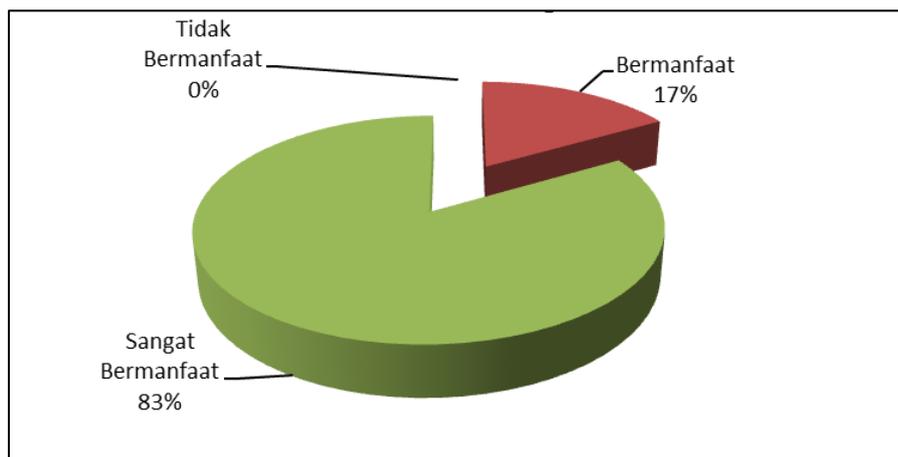
barang tidak diharuskan memiliki stok barang sendiri. Pengecer disebut sebagai seorang *Dropshipper*, yang aktifitasnya hanya mempromosikan barang dari *supplier*. Jika ada konsumen yang hendak membeli barang yang dijual pengecer, *dropshipper* hanya cukup memesan kepada *supplier* dan barang akan langsung dikirim kepada konsumen dengan mencantumkan nama *dropshipper* sebagai pengirim (Utami, 2013).

Kegiatan juga melatih peserta dan diiringi dengan praktik penggunaan media sosial sebagai media komunikasi pemasaran dalam mendapatkan pelanggan. Integrasi penggunaan berbagai media sosial dan *marketplace* sangat ditekankan pada tahap ini. Dalam melakukan integrasi, peserta kegiatan harus menggunakan data perusahaan yang lengkap, agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen saat hendak bertransaksi. Perangkat yang dibutuhkan pada proses ini adalah telepon cerdas (*smartphone*) atau *personal computer* (PC) yang terhubung dengan internet.

Seluruh peserta harus dapat menggunakan situs *marketplace* dan media sosialnya untuk berbisnis *dropshipping*, pada proses ditekankan beberapa keterampilan berupa: (a) Menetapkan produk dan pengetahuan produk yang akan dijual; (b) Menetapkan harga yang kompetitif; (c) Membuat nama toko yang mudah diingat; (d) Cara mempromosikan produk yang efektif; (e) Menjalankan transaksi *online* hingga selesai, dan; (f) Mencari mitra dan pengetahuan tentang mitra yang memiliki kredibilitas.

d. Monitoring dan evaluasi

Tahapan ini dilakukan menggunakan instrumen kuesioner setelah seluruh tahap pelatihan telah dilaksanakan dalam program pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada peserta kegiatan. Adapun hasil dari evaluasi yang dilakukan tersaji pada gambar berikut ini:



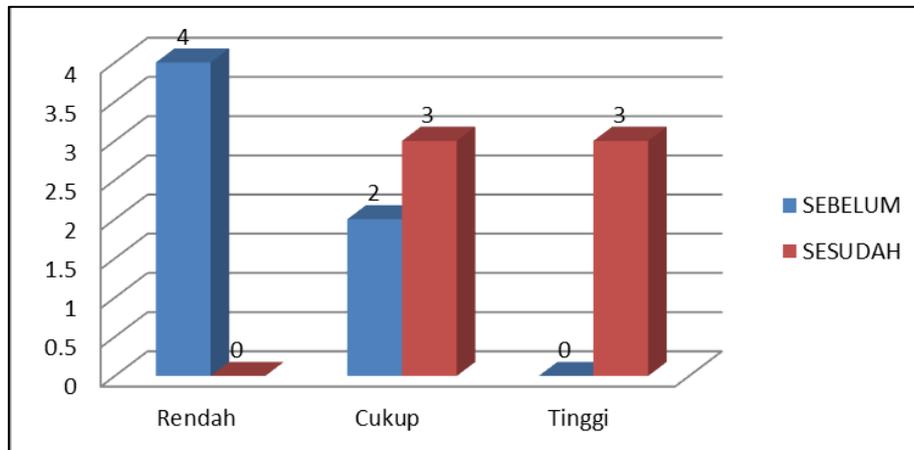
Sumber: Data primer diolah, 2019

Gambar 4. Respon Peserta Terkait Kebermanfaatan Kegiatan

Dari hasil evaluasi yang dilakukan setelah kegiatan sebagaimana tersaji pada gambar di atas, diketahui bahwa 83% peserta menyatakan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat dan sisanya 17% menyatakan bermanfaat. Selain aspek kebermanfaatan, peserta juga diminta untuk menyatakan minatnya dalam memulai bisnis *dropshipping*, dimana diketahui seluruh peserta menyatakan berminat untuk menjalankan bisnis *dropshipping*.

Dari hasil evaluasi yang dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan, diketahui bahwa terdapat peningkatan pemahaman peserta yang signifikan tentang bisnis *dropshipping* sebagaimana tersaji pada gambar di atas. Sebelum kegiatan, ada sebanyak 75% peserta memiliki pemahaman

rendah dan 25% dengan tingkat pemahaman yang cukup. Namun setelah mengikuti pelatihan, terdapat 50% peserta memiliki pemahaman yang tinggi dan 50% pemahaman cukup.



Sumber: Data primer diolah, 2019

Gambar 4. Tingkat Pemahaman Peserta Tentang Bisnis *Dropshipping*

e. *Pendampingan Berkelanjutan*

Seluruh pelaksana program melakukan pendampingan secara berkelanjutan dan memastikan bisnis yang telah dilaksanakan berjalan dengan baik. Selain dilakukan secara langsung, pendampingan juga dilakukan dengan menggunakan aplikasi WhatsApp Group untuk memudahkan komunikasi agar tidak terbatas ruang dan waktu.

4. Simpulan dan Saran

Bisnis model *dropshipping* dapat menjadi alternatif bagi pemuda dalam memulai usaha. Bisnis ini tergolong sederhana, sehingga memudahkan para pemuda yang ingin memulai usaha namun belum memiliki produk, modal dan tempat untuk menjalankannya. Selain itu, bisnis ini dapat dijadikan sebagai sebuah awal lahirnya bisnis baru yang lebih besar. Karena yang paling terpenting dalam bisnis adalah ide, semangat, dan konsistensi. Tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan meningkat. Selain itu peserta juga berminat untuk menjalankan bisnis *dropshipping* setelah pelatihan. Peserta memahami potensi bisnis dengan menggunakan internet, dukungan media sosial dan *marketplace* yang *userfriendly*, semakin menguatkan keinginan peserta untuk menggeluti bisnis model *dropshipping*.

Saran dari hasil kegiatan ini adalah: (1) Perlu dibentuk kelembagaan yang kuat untuk mengelola kelompok pemuda yang menjadi khalayak sasaran kegiatan. Hal ini diperlukan agar tiap peserta dapat saling memberikan pengawasan dan motivasi antara satu dengan yang lainnya; dan (2) Perlu adanya peran pemerintah dalam mendorong pemuda untuk mulai memanfaatkan perkembangan teknologi informasi agar kemajuan teknologi dapat berdampak positif bagi pemuda dan kemandirian desa.

SINTA

Tito Siswanto  6003411

Gusneli  6676837

Daftar Pustaka

- Firdaus, N. 2014. Pengentasan kemiskinan melalui pendekatan kewirausahaan sosial. *Jurnal ekonomi dan Pembangunan*, 22(1), 55-67.
- Pramesti, A., Novaliendry, D., Sriwahyuni, T., 2014, Perancangan Website E-Commerce Express Order System For Reseller Dropshipper Menggunakan Hypertext Preprocessor. *Jurnal Vokasional Teknik Elektronika & Informatika*, 2(2)
- Purnomo, C.H., 2014, *Jualan Online Tanpa Repot dengan Dropshipping*. Elex Media Komputindo.
- Puspitasari, D. C. 2015. Wirausaha Muda Membangun Desa: Dinamika Partisipasi Pembangunan Desa. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 330-341.
- Siswanto, T. 2013,. Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*, 2(1), 80-86.
- Utami, A.D., dan Triyono, R. A. 2013, *Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi Dan Penjualan Batik Online Dengan Sistem Dropship Di Batik Solo* 85. *Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 3(3).