

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN DAMPAK
TRANSAKSI ONLINE SISTEM DROPSHIPPING
PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH

A. Praktik Transaksi Online Sistem Dropshipping

Sebagaimana disebutkan pada bab sebelumnya bahwa secara praktis transaksi online sistem dropshipping paling tidak meliputi beberapa sistematika sebagai berikut dari segi pembeli atau konsumen:

- 1) Konsumen mengetahui salah satu situs toko online yang dijadikan tempat dalam membeli barang
- 2) Konsumen mencari barang yang hendak dibeli berdasarkan nama merk, ukuran dan banyaknya barang
- 3) Konsumen menyetujui ketentuan harga barang yang ditetapkan sesuai label yang tercantum
- 4) Konsumen membayar barang yang dibeli melalui via transfer dan sejenisnya

- 5) Konsumen menerima bukti resi pembayaran sebagai bukti transaksi
- 6) Konsumen menerima barang beserta tanda bukti penerimaan barang dari kurir/pengirim

Transaksi online sistem dropshipping menurut Feri Sulianta merupakan salah satu metode jual beli secara online, di mana badan usaha atau perseorangan baik itu toko online atau pengecer (dropsip) tidak melakukan penyetokkan atau pembelian barang, dan barang didapat dari jalinan kerja sama dengan perusahaan lain yang memiliki barang yang sesungguhnya atau yang disebut dropshipper. Secara istilah dropshipping adalah metode jual beli secara online, dropship adalah istilah bagi toko online, dan dropshipper adalah seseorang yang menawarkan barang dagangan untuk dijual yang akan mengirim barang langsung kepada konsumen setelah toko online membayar harga barang dan biaya pengiriman.¹

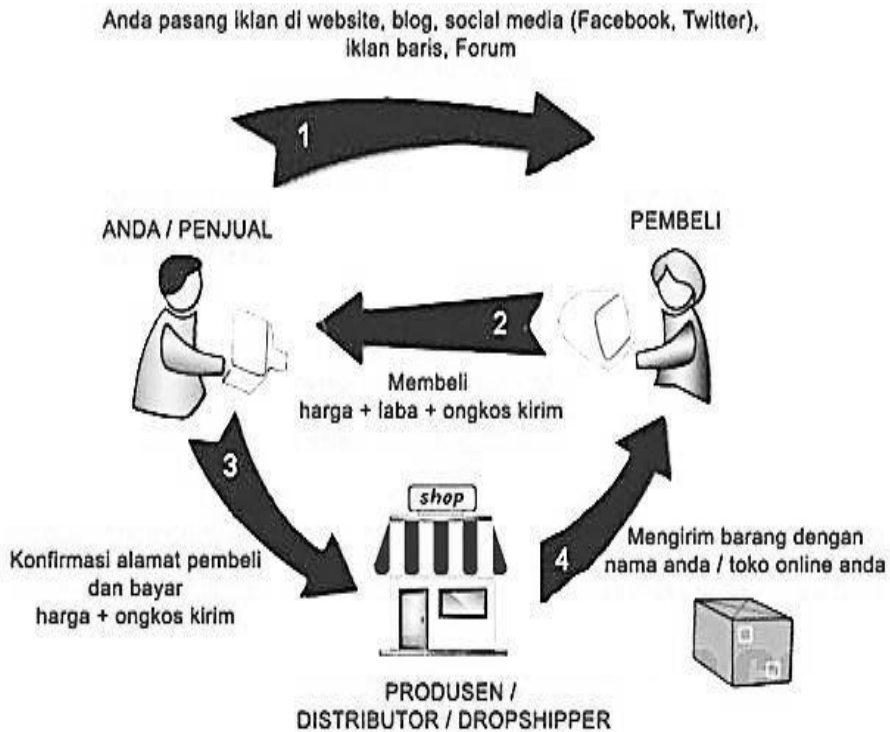
¹ Feri Sulianta., *Terobosan Berjualan Online Ala Dropshipping.*, h, 4.

Dalam transaksi online sistem dropshipping paling tidak terdapat beberapa unsur yang harus diperhatikan pada pelaku bisnis usaha sebagai berikut:

1. Dropship (penjual informasi barang) tanpa harus memiliki dan membeli barang
2. Dropshipper (agen atau supplier toko) pemilik barang yang sesungguhnya
3. Konsumen atau pelanggan yang membeli barang melalui dropship
4. Akun media sosial atau website dan jaringan media sosial lainnya yang dimiliki oleh pelaku bisnis dropshipping untuk memposting foto barang-barang yang hendak dipasarkan kepada konsumen dan pelanggan.

Dengan demikian dapatlah diilustrasikan mekanisme transaksi online sistem dropshipping sebagaimana pada gambar berikut ini:

Praktik Transaksi Online Sistem Dropshipping



Gambar 4.1.

Beberapa kelebihan yang didapatkan bagi pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi online sistem dropshipping adalah sebagai berikut:

1. Jual beli dapat dilakukan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu. Jual beli online merupakan bisnis yang dapat dilakukan

kapanpun dan dimanapun, selama tersedia fasilitas untuk mengakses internet.

2. Modal awal yang di perlukan relatif kecil, bahkan tanpa modal. Modal yang di perlukan adalah fasilitas akses internet dan kemampuan mengoperasikannya. Banyak penyedia jasa yang menawarkan media promosi, baik yang berbayar maupun yang gratis.
3. Jual beli online dan transaksinya dapat berjalan secara otomatis. Pelaku usaha hanya melakukan bisnis jual beli di beberapa jam saja setiap harinya sesuai dengan kebutuhan. Selebihnya di gunakan untuk melakukan aktivitas yang lain.
4. Akses pasar yang lebih luas. Dengan adanya akses pasar yang lebih luas, potensi untuk mendapatkan pelanggan atau konsumen baru

yang banyak semakin besar dan bertambah serta berkembang.

Melihat transaksi jual beli online sistem dropshipping tersebut di atas yang secara sistematis, fleksibel dan sangat memudahkan bagi pelaku usaha dan konsumen dalam mekanismenya. Maka manfaat dari penjualan online sistem dropshipping tersebut tidak hanya memudahkan pelaku bisnis semata, akan tetapi sangatlah efektif dan efisien dalam pembelian barang yang dilakukan oleh konsumen. Hal ini dapat dirasakan langsung manfaatnya oleh konsumen ketika membeli barang melalui toko secara langsung dengan membeli barang melalui via media online. Berikut ini adalah beberapa manfaat yang didapatkan dari transaksi online sistem dropshipping:

- 1) Konsumen tidak perlu keluar dari rumah untuk membeli barang yang diinginkan

- 2) Segala bentuk dan jenis barang sudah tersedia melalui situs penjualan online yang jelas berbeda ketika membeli barang di toko tertentu
- 3) Efisiensi waktu dan tenaga yang didapatkan oleh konsumen ketika membeli barang secara online dengan membeli barang secara langsung yang mana konsumen mendatangi toko tempat penjualan tersebut
- 4) Hemat biaya dan murah ketika membeli barang melalui situs media online
- 5) Dapat memilih dan membandingkan harga barang melalui situs web lainnya sebelum menyetujui pembelian sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan konsumen
- 6) Tanpa adanya biaya pengiriman barang atau *free ongkir*

- 7) Barang yang diterima berkualitas sesuai kriteria awal perjanjian transaksi antara konsumen dengan dropship
- 8) Tidak adanya unsur penipuan dalam pembelian, seperti barang tidak sesuai atau barang tidak datang pada waktunya
- 9) Barang yang sampai dan diterima oleh konsumen tepat pada waktunya sesuai perjanjian transaksinya.

B. Dampak Transaksi Online Sistem Dropshipping Pada Usaha Kecil dan Menengah Toko Sembako Gula-Gula Bapak H.Mukti Malingping

Setelah pemaparan teori konseptual dan praktik mekanisme dalam transaksi online sistem dropshipping pada bab sebelumnya, maka dalam bahasan hasil penelitian ini penulis akan menjelaskan dampak apa saja yang terdapat dari transaksi online sistem dropshipping pada usaha kecil dan menengah yang sumber data

penelitian ini berfokus pada toko sembako Gula-Gula Bapak H.Mukti Malimping.

Sebelum menjelaskan secara deskripsi dampak dari transaksi online sistem dropshipping pada usaha kecil dan menengah, penulis membuat dua kategorisasi dampak yang terjadi setelah transaksi online sistem dropshipping pada toko sembako Gula-Gula Bapak H.Mukti Malimping yang terletak di Jl. Raya Pasar Malimping No. 3 Lebak-Banten.

Berdasarkan analisa lapangan yang dilakukan oleh penulis dalam kurun waktu yang relatif singkat berkisar sekitar dua bulan, dapatlah diketahui bahwa dampak dari transaksi online sistem dropshipping pada usaha kecil dan menengah dikategorikan menjadi dua unsur; pertama unsur internal yang dirasakan oleh pemilik toko sembako dan yang kedua adalah unsur eksternal yang terjadi pada konsumen akan kebutuhannya. Berikut ini adalah penjelasan dari dampak internal dan eksternal transaksi

online sistem dropshipping pada usaha kecil dan menengah di Toko

Sembako Gula-Gula Bapak H.Mukti Malimping:

1) Dampak Internal

Berkaitan dengan dampak internal yang terjadi pada usaha mikro kecil dan menengah setelah maraknya transaksi online sistem dropshipping atau *E-commerce* menjadi tren pembisnis pasar, maka diketahui secara pasti bahwa omset penjualan bagi Toko Sembako

Gula-Gula Bapak H.Mukti Malimping mengalami penurunan yang cukup signifikan. Penurunan omset penjualan itu diambil dari data penjualan beras, tepung terigu dan minyak goreng yang secara khusus menjadi bahan kebutuhan primer (sandang, pangan dan papan) yang terdapat pada toko sembako tersebut. Hal ini sebagaimana yang dinyatakan oleh pemilik toko sembako tersebut ketika penulis mewancarai secara langsung dengan

mengatakan bahwa dengan adanya bisnis penjualan sistem transaksi online media internet, toko sembako ini mengalami penurunan omset pendapatan dan agak sepi pelanggan.² Berikut ini adalah tabel daftar penjualan beras, tepung terigu dan minyak goreng dari pekan pertama hingga pekan kedua pada bulan februari di toko Sembako Gula-Gula Bapak H.Mukti Malimping:

Tabel 4.1.
Tabel Penjualan Beras Pekan Pertama Bulan Februari 2019³

No	Nama Hari	Jumah Terjual	Laba Kotor	Omset
1	Senin	25 kg	Rp. 50.000	Rp. 37.500
2	Selasa	30 kg	Rp. 60.000	Rp. 45.000
3	Rabu	35 kg	Rp. 70.000	Rp. 52.500
4	Kamis	25 kg	Rp. 50.000	Rp. 37.500

² Wawancara dengan Bapak H.Mukti Pemilik Toko Sembako Gula-Gula Bapak H.Mukti Malimping pada tanggal 12 Maret 2019 (Pukul 13.45 Wib).

³ Tanggal 04 s/d 10 Februari 2019

5	Jum'at	15 kg	Rp. 30.000	Rp. 22.500
6	Sabtu	25 kg	Rp. 50.000	Rp. 37.500
7	Minggu	50 kg	Rp. 100.000	Rp. 75.000
Total Terjual		215 kg	-	-
Total Laba Kotor		-	Rp. 320.000	-
Total Omset		-	-	Rp. 307.500

Tabel 4.2.
Tabel Penjualan Beras Pekan Kedua Bulan Februari 2019⁴

No	Nama Hari	Jumah Terjual	Lab a Kotor	Omset
1	Senin	20 kg	Rp. 40.000	Rp. 30.000
2	Selasa	25 kg	Rp. 50.000	Rp. 37.500
3	Rabu	25 kg	Rp. 50.000	Rp. 37.500
4	Kamis	15 kg	Rp. 30.000	Rp. 22.500
5	Jum'at	10 kg	Rp. 20.000	Rp. 15.000
6	Sabtu	30 kg	Rp. 60.000	Rp. 45.000

⁴ Tanggal 11 s/d 17 Februari 2019

7	Minggu	10 kg	Rp. 20.000	Rp. 15.000
Total Terjual		135 kg	-	-
Total Laba Kotor		-	Rp. 270.000	-
Total Omset		-	-	Rp. 202.500

Berdasarkan pada tabel penjualan beras pekan pertama sampai pekan kedua di atas, maka dapatlah diketahui bahwa penjualan beras berkisar selama kurun waktu dua minggu itu hanya mencapai penjualan 5,5 karung beras atau setara dengan 135 kg. Hal ini menjadi indikasi penurunan omset penjualan barang sembako yang jika dilihat pada pekan pertama jumlah omset mencapai Rp. 307.000. dengan 215 kg beras yang terjual pada pekan pertama, sedangkan pada pekan kedua terjadi penurunan omset penjualan menjadi Rp. 202.500. dengan 135 kg beras yang terjual.

Tabel 4.3.
Tabel Penjualan Tepung Terigu Pekan Pertama Bulan
Februari 2019⁵

No	Nama Hari	Jumah Terjual	Laba Kotor	Omset
1	Senin	40 kg	Rp. 60.000	Rp. 40.000
2	Selasa	35 kg	Rp. 52.500	Rp. 35.000
3	Rabu	35 kg	Rp. 52.500	Rp. 35.000
4	Kamis	30 kg	Rp. 45.000	Rp. 30.000
5	Jum'at	25 kg	Rp. 37.500	Rp. 25.000
6	Sabtu	50 kg	Rp. 75.000	Rp. 50.000
7	Minggu	75 kg	Rp. 112.000	Rp. 75.000
Total Terjual		290 kg	-	-
Total Laba Kotor		-	Rp. 434.500	-
Total Omset		-	-	Rp. 290.000

⁵ Tanggal 04 s/d 10 Februari 2019

Tabel 4.4.
Tabel Penjualan Tepung Terigu Pekan Kedua Bulan
Februari 2019⁴⁸

No	Nama Hari	Jumah Terjual	Laba Kotor	Omset
1	Senin	30 kg	Rp. 45.000	Rp. 30.000
2	Selasa	35 kg	Rp. 52.500	Rp. 35.000
3	Rabu	25 kg	Rp. 37.500	Rp. 25.000
4	Kamis	30 kg	Rp. 45.000	Rp. 30.000
5	Jum'at	25 kg	Rp. 37.500	Rp. 25.000
6	Sabtu	25 kg	Rp. 37.500	Rp. 25.000
7	Minggu	30 kg	Rp. 45.000	Rp. 30.000
Total Terjual		200 kg	-	-
Total Laba Kotor		-	Rp. 300.000	-
Total Omset		-	-	Rp. 200.000

Berdasarkan pada tabel penjualan tepung terigu pekan pertama sampai pekan kedua di atas, maka dapatlah diketahui bahwa penjualan tepung terigu berkisar selama kurun waktu dua minggu itu

hanya mencapai penjualan kurang dari 12 karung tepung terigu atau setara dengan kurang dari 290 kg. Hal ini menjadi indikasi penurunan omset penjualan barang sembako yang jika dilihat pada pekan pertama jumlah omset mencapai Rp. 290.000. dengan 290 kg tepung terigu yang terjual pada pekan pertama, sedangkan pada pekan kedua terjadi penurunan omset penjualan menjadi Rp. 200.000. dengan 200 kg tepung terigu yang terjual.

Tabel 4.5.
Tabel Penjualan Minyak Goreng Pekan
Pertama Bulan Februari 2019⁴⁹

No	Nama Hari	Jumah Terjual	Laba Kotor	Omset
1	Senin	34 kg	Rp. .85000	Rp. 51.000
2	Selasa	34 kg	Rp. 85.000	Rp. 51.000
3	Rabu	20 kg	Rp. 50.000	Rp. 30.000
4	Kamis	25 kg	Rp. 62.500	Rp. 37.500
5	Jum'at	10 kg	Rp. 25.000	Rp. 15.000

6	Sabtu	34 kg	Rp. 85.000	Rp. 51.000
7	Minggu	68 kg	Rp. 170.000	Rp. 102.000
Total Terjual		225 kg	-	-
Total Laba Kotor		-	Rp. 562.500	-
Total Omset		-	-	Rp. 337.500

Tabel 4.6.
Tabel Penjualan Minyak Goreng Pekan
Kedua Bulan Februari 2019⁵⁰

No	Nama Hari	Jumah Terjual	Lab a Kotor	Omset
1	Senin	25 kg	Rp. 62.500	Rp. 37.500
2	Selasa	17 kg	Rp. 42.500	Rp. 25.500
3	Rabu	34 kg	Rp. 85.000	Rp. 51.000
4	Kamis	17 kg	Rp. 42.500	Rp. 25.500
5	Jum'at	34 kg	Rp. 85.000	Rp. 51.000
6	Sabtu	20 kg	Rp. 50.000	Rp. 30.000
7	Minggu	34 kg	Rp. 85.000	Rp. 51.000
Total Terjual		208 kg	-	-

Total Laba Kotor	-	Rp. 452.500	-
Total Omset	-	-	Rp. 271.500

Berdasarkan pada tabel penjualan minyak goreng pekan pertama sampai pekan kedua di atas, maka dapatlah diketahui bahwa penjualan minyak goreng berkisar selama kurun waktu dua minggu itu hanya mencapai penjualan kurang dari 10 jerigen minyak goreng atau setara dengan kurang dari 208 kg. Hal ini menjadi indikasi penurunan omset penjualan barang sembako yang jika dilihat pada pekan pertama jumlah omset mencapai Rp. 452.500. dengan 225 kg minyak goreng yang terjual pada pekan pertama, sedangkan pada pekan kedua terjadi penurunan omset penjualan menjadi Rp. . 271.500. dengan 208 kg minyak goreng yang terjual.

2) Dampak Eksternal

Selain dampak internal yang terjadi pada pemilik toko sembako sebagai implikasi melegalnya bisnis transaksi online sistem dropshipping itu, maka penulis tidak bisa menafikan dampak eksternal yang terjadi pada

pelanggan, atau dalam hal ini adalah konsumen. Dampak eksternal dengan adanya transaksi online sistem dropshipping atau e-commerce itu pada konsumen paling tidak terdapat tiga hal berikut:

- Berpotensi adanya unsur penipuan; sebab penjualan dalam bentuk e-commerce yang tidak jelas akan penjualnya memungkinkan pihak penjual/pelapak online melakukan penipuan terhadap konsumen.
- Tidak sesuainya kualitas barang dengan gambar yang dipasarkan oleh penjual atau pelapak.
- Menunggu barang sampai kepada konsumen; karena pemesanan barang yang dilakukan dengan kesepakatan waktu barang datang disetujui dan diterima oleh konsumen sangat berbeda dengan pembelian datang secara langsung ke toko tempat penjualan barang yang diinginkan. Hal ini merupakan dampak dari adanya transaksi online atau ecommerce, dalam hal ini penerapan model transaksi online sistem dropshipping.