

## BAB III

### GAMBARAN UMUM JUAL BELI SISTEM DROPSHIPPING DI TOKO ONLINE

#### “PRINCESS SHOP”

##### A. Pofil Toko Online “Princess Shop”

Princess Shop hadir sebagai toko online sejak tanggal 31 Oktober 2012. Dengan memanfaatkan jejaring sosial Blackberry Mesenger atau lebih dikenal dengan singkatan BBM. Princess Shop mulai membuka pasar online dengan membuat Group BBM yang saat ini beranggotakan 25 (Dua Puluh Lima) Orang. Toko Online ini dimiliki oleh seorang yang bernama Sayyidah Maharani Azzahra. Adapun pemilik toko online ini ialah seorang wanita yang menjadi mahasiswi di salah satu Perguruan Tinggi Negeri di Kota Surabaya.

Sesuai dengan namanya Princess Shop yang apabila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia memiliki arti Toko Putri, semua barang yang diperjual-belikan berkenaan dengan barang-barang kebutuhan kaum wanita. Mulai dari busana wanita, gamis, busana atasan wanita, rok, celana wanita, jilbab, bahkan mukenah pun tersedia di toko online ini. Mayoritas yang diperjual-belikan di toko ini adalah satu set busana wanita, yang terdiri dari gamis, sabuk, dan jilbab atau baju atasan, rompi, celana, dan jilbab. Busana *couple* atau pasangan untuk wanita dan laki-laku pun juga tersedia. Bahan atau kain yang biasa digunakan dalam produknya adalah jenis kain spandek, jersey, dan katun. Harga yang ditawarkan relatif lebih murah jika dibandingkan dengan grup online lainnya. Selisihnya berkisar antara Rp. 5.000,- sampai Rp. 10.000,- per barang. Nominal tersebut bagi para *retailer* atau penjual bisa menjadi bahan pertimbangan untuk yang hendak melakukan hubungan kerja sama.

Dengan menerapkan sistem *keep no cancel* yang berarti jika barang sudah dipesan dan dinyatakan telah di-*keep* oleh pemilik toko, maka barang yang telah dipesan itu tidak boleh

dibatalkan atau di-*cancel*. Biasanya pemilik toko memberikan waktu 1x24 jam untuk memastikan lagi barang yang mau dibeli. Hampir setiap hari ada barang baru yang diupload di grup. Masa pemesanan terhitung sejak masa upload sampai satu minggu ke depan. Jika ada pemesanan lebih dari jangka waktu pemesanan, maka pemilik toko tidak menerima pesanan itu. Waktu tunggu hingga barang yang dipesan bisa sampai ke konsumen kurang lebih 3-4 minggu.

Adapun yang menjadi alasan Sayyidah membuka bisnis online ini adalah :

- a. Ketertarikan Sayyidah terhadap busana muslim wanita yang semakin lama mengalami perkembangan akan modelnya, serta didukung pula dengan semakin banyaknya wanita yang memilih untuk berhijab.
- b. tidak membutuhkan modal besar untuk membuka toko online di *Blabkberry Masanger* ini. Modalnya hanya dengan memiliki gadget yang bisa terkoneksi dengan internet. Tidak seperti toko real pada umumnya, yang membutuhkan modal cukup besar untuk mendapatkan atau menyewa sebuah tempat atau bangunan sebagai wadah untuk berjualan.
- c. Tidak membutuhkan tempat khusus untuk menyimpan barang. Artinya, bisnis ini tidak perlu menyetok barang yang akan dijual, karenamenggunkan sistem *dropshipping*. Retailer hanya memajang gambar barang yang akan diperjualkan di grup BBMnya.

## **B. Model Dropshipping di Toko Online Princess Shop**

Ada dua cara yang yang ditawarkan oleh seorang *supplier* kepada rekan bisnisnya untuk bisa saling bekerja sama dalam hal memasarkan sebuah barang atau produk, yaitu dengan cara *reselling* dan *dropshipping*. Princess Shop menjadi salah satu toko online yang

menggunakan sistem *dropshipping* dalam transaksi jual-belinya dengan syarat membayar biaya pendaftaran menjadi member dalam jumlah nominal tertentu. Pihak yang menjadi rekanan bisnis atau sebagai *supplier* barang dalam princess shop adalah *supplier-supplier* yang berasal dari wilayah Surabaya dan Jakarta.

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwasannya *dropshipping* adalah sebuah cara yang digunakan untuk bisa berjualan tanpa memerlukan modal dan tanpa harus memiliki stok barang yang hendak dijual, maka sistem *dropshipping* yang diterapkan dalam Princess Shop pun juga demikian. Pemilik toko (Sayyidah) cukup memasarkan barang-barang yang dijual dengan memajang atau meng-*upload* katalog-katalog produk dari *dropshipper* ke dalam grup BBM (*Blackberry Masanger*) yang dikelolanya. Setiap kali barang yang di-*upload* disertai dengan penjelasan yang berisi spesifikasi dan harga barang. Untuk barang yang tidak *ready* atau masih berstatus *open PO*, pada penjelasannya akan ditambahkan keterangan masa tunggu barang sampai barang tersebut jadi.

Mekanismenya, apabila ada konsumen atau pembeli tertarik dengan salah satu barang yang telah dipasang di grup, maka si pemilik toko akan meng-*keep* barang yang dipesan itu dan menanyakan kelengkapan alamat si pembeli beserta nomor telponnya. Konsumen atau pembeli diminta untuk mentransfer sejumlah uang ke rekening pemilik toko atau penjual senilai dengan harga barang yang dipesannya. Selanjutnya si pemilik toko akan mengkonfirmasi ke pihak *dropshipper* tentang barang yang dipesan dan alamat pembeli. Di sini pemilik toko atau penjual harus mentransferkan sejumlah uang ke rekening *dropshipper* atau *supliyer*, tentunya dengan nominal yang lebih rendah dari nominal yang ditransferkan oleh konsumen ke pemilik toko, karena yang demikian itu akan menjadi keuntungan atau laba dari pemilik toko. Maka kemudian barang akan dikirimkan langsung

dari *dropshipper* ke konsumen atau pembeli dengan atas nama penjual atau pemilik toko. Jadi seolah-olah barang yang dikirim ke konsumen tersebut adalah barang milik penjual atau pemilik toko sendiri. Akan tetapi dalam jual beli online Princess Shop tidak melakukan dengan baik, sebab barang yang dikirimkan ke konsumen tidak sesuai dengan barang yang digambarkan dalam katalog online princess shop. Keadaan real barang yang diterima konsumen berbeda dengan barang yang digambarkan dalam katalog. Perbedaan itu bisa berasal dari segi model, warna, serta ukuran.

### **C. Faktor Pendukung dan Penghambat Jual Beli Melalui Media Sosial**

Transaksi jual beli melalui media sosial (Blackberry Masanger) mempunyai sisi positif yang menjadi pendukung dan sisi negative yang menjadi penghambat terhadap perkembangan bisnis online.

#### **1. Faktor-Faktor Pendukung Jual Beli melalui Media Sosial (Blackberry Masanger)**

Ada beberapa faktor yang menjadi pendukung jual beli melalui media sosial (Blackberry Masanger), antara lain :

- a. Semakin banyaknya pengguna media sosial (Blackberry Masanger) saat ini. Mulai dari kalangan anak-anak, remaja, hingga dewasa.
- b. Semakin berkurangnya ruang gerak konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, dikarenakan faktor kesibukan atau rutinitas yang dilakukan setiap hari. Maka berbelanja melalui media sosial Blackberry Masanger menjadi alternatif yang mudah dan banyak disukai, tanpa harus pergi ke toko atau pasar.

## 2. Faktor-Faktor Penghambat Jual Beli melalui Media Sosial

Disamping faktor pendukung, ada juga yang menjadi penghambat jual beli melalui media sosial (Blackberry Masanger) ini, diantaranya adalah :

### a. Adanya kekhawatiran konsumen untuk bertransaksi secara online.

Melakukan transaksi secara online diperlukan kepercayaan yang tinggi, baik itu kepada konsumen maupun kepada penjual, karena biasanya bertransaksi secara online ini antar pelaku tidak saling mengenal baik. Mereka hanya mengenal melalui media sosial saja. Tidak jarang dalam transaksi jual beli online ini ada salah satu pihak yang merasa dirugikan. Bagi konsumen, terkadang sudah melakukan transaksi pembayaran namun barang tidak kunjung datang. Sedangkan bagi penjual sendiri, terkadang barang sudah dikirim, namun transaksi pembayaran tidak lancar atau bermasalah. Selain itu permasalahan yang timbul dari jual beli online adalah bentuk barang yang tidak sesuai dengan apa yang digambarkan pada online shop tersebut. Oleh karenanya dalam transaksi jual beli dibutuhkan rasa saling bertanggung jawab akan kewajiban masing-masing pihak.

### b. Pengguna telepon seluler banyak, akan tetapi tidak banyak yang memiliki aplikasi *Blackberry Masanger*.

Hal ini lah yang menyebabkan penjual yang memiliki toko online di grup BBM mengalami kesulitan untuk memasarkan produk-produknya, karena untuk bisa bergabung dengan grup dan melakukan transaksi dibutuhkan aplikasi *Blackberry Masanger*. Disamping itu strategi pemasaran yang dilakukan hanya memanfaatkan

promosi via Blackberry Masanger, sehingga tidak banyak yang tahu, hanya orang-orang yang telah bergabung dengan grup tersebut saja.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Hasil wawancara dengan pemilik Toko Princess Shop tanggal 12 April 2015