

Pendampingan Bisnis Online Model Dropshipping guna Pemulihan Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19 pada Masyarakat Kampung Dayeuhkolot – Subang

Rina Kurniawati, Syifaul Fuada

Universitas Pendidikan Indonesia

e-mail: rkurniawati25@upi.edu, syifaulfuada@upi.edu

Diterima: Mei 2021 | Dipublikasikan: Desember 2021

ABSTRAK

Tujuan dari program ini adalah untuk mendampingi masyarakat di kampung Dayeuhkolot, Subang-Jawa Barat yang berminat dalam menjalani bisnis online dengan model dropshipping untuk membantu pemulihan ekonomi karena pandemi Covid-19. Target pelatihan ini adalah masyarakat lokal mereka yang terkena pengurangan gaji perusahaan dan mengalami pemutusan hubungan kerja. Program pendampingan dimulai sejak tanggal 17 November sampai dengan tanggal 6 Desember 2021, dengan 4 kali pertemuan (total 7 jam), yang diikuti oleh dua orang. Model dropshipping yaitu model berjualan dengan memasarkan produk dari orang pertama (supplier), yang mana sistemnya tanpa perlu mengeluarkan modal untuk membeli produk yang dipasarkan, melainkan hanya mempromosikan produk saja ke khalayak umum atau calon konsumen. Selain itu, sistem dropshipping dapat meminimalisir aktivitas pengemasan barang yang akan dikirimkan kepada konsumen. Apabila ada konsumen yang membeli, maka dropshipper akan langsung menghubungi pihak supplier untuk segera mengemas dan mengirim produk tersebut ke konsumen dengan atas nama dropshipper. Kegiatan dilakukan dengan tiga tahap, yaitu persiapan, kegiatan inti (pelaksanaan - monitoring program), dan evaluasi yang mana keseluruhan dilakukan melalui WhatsApp. Bentuk evaluasi program berupa testimoni 2 orang peserta program atas pendampingan tersebut secara tekstual pada WhatsApp private chat. Hasil dari pendampingan ini menunjukkan bahwa masyarakat tersebut sangat terbantu dengan adanya program ini, mereka mampu menjalankan bisnis online model dropship secara mandiri dengan memanfaatkan gadget dan media sosial yang mereka miliki, mendapatkan keuntungan sehingga dapat menunjang poros ekonomi keluarga di masa krisis pandemi Covid-19, serta mampu meningkatkan penjualannya karena adanya materi-materi mengenai teknik penjualan online selama kegiatan pendampingan. Keberhasilan program ini didukung oleh ketersediaan supplier yang masuk kedalam ekosistem bisnis.

Kata Kunci: Bisnis online, Model Dropshipping, Pemulihan ekonomi, Pandemi Covid-19, WhatsApp

ABSTRACT

This program aims to help people in Dayeuhkolot village (Subang regency, West Java province) in recovering the economy due to the Covid-19 pandemic. This mentoring program was dedicated to people who were interested in running an online business with a dropshipping model. The program's target was local communities that have been affected by a reduction in company salaries and were laid off. The mentoring program started from 17 November to 6 December 2021 with four meetings (total 7 hours) attended by two people. The dropshipping model is a model of selling by marketing products from the first person (supplier). The system did not need to spend capital to buy products marketed but only promotes products to the general public or potential consumers. Besides, the dropshipping system can minimize the packaging activities of goods that will be sent to consumers. If consumers buy, the dropshipper will contact the supplier to immediately package and send the product to the consumer on behalf of the dropshipper. The program was carried out in three stages: preparation, main activities

(implementation - program monitoring), and evaluation, all of which were carried out through WhatsApp messenger. We delivered materials on online sales techniques during mentoring activities. Lastly, we did the testimonial from two participants textually on WhatsApp private chat. The results showed that the program dramatically helps the community; they can run a dropshipping model online business independently using their gadget and socials media, get the benefits to support the daily needs during the Covid-19 pandemic crisis, and increase sales due to the availability of materials. This program is successful because of the availability of suppliers support who enter the business ecosystem.

Keywords: Online business, Dropshipping model, Economic recovery, Covid-19 pandemic, WhatsApp.

PENDAHULUAN

Adanya wabah virus Covid-19 ini menjadikan dunia resah, termasuk Indonesia. Kini seluruh dunia berupaya keras untuk menanggulangi virus Covid-19 yang semakin melonjak tinggi angka terjangkitnya virus mematikan ini. Berbagai upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia untuk mencegah penyebaran Covid-19 ini salah satunya adalah melakukan *lockdown* (menutup wilayah/perbatasan), yang dalam istilah Indonesia disebut sebagai “karantina wilayah” atau *Physical Quarantine*, di daerah yang masuk ke dalam zona oranye, merah, dan hitam. Kebijakan ini juga dilakukan oleh pemerintah Provinsi Jawa Barat pada sebagian besar kabupaten-kabupatennya guna mencegah kontak fisik warga secara langsung sehingga penularan virus Covid-19 dapat dicegah. Selain itu, upaya protokol kesehatan, yaitu 3M (Mencuci tangan, Memakai masker, dan Menjaga jarak), juga terus dikampanyekan oleh Gubernur di acara Televisi-televisi Nasional maupun diberbagai kesempatan, baik di radio/surat kabar online/surat kabar cetak, dsb. (Yusuf & Hilhamsyah, 2021). Kasus penambahan positif Covid-19 yang belum kunjung usai berdampak pada ekonomi masyarakat dalam berbagai profesi, termasuk salah satunya adalah masyarakat yang bekerja sebagai karyawan perusahaan. Beberapa perusahaan memotong gaji karyawannya karena penjualan produk atau penyewaan jasanya turun karena pandemi, dan harus dibebani dengan penggajian karyawan-karyawannya (Syafrida dkk., 2020). Dengan gaji yang tidak sesuai dengan ketetapan sebelumnya, tentu saja ekonomi karyawan menjadi tidak stabil dan sangat terasa dampaknya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Cahyono, 2021; Fahri dkk., 2020; Lestari dkk., 2021). Sebagai implikasinya, kinerja karyawan juga akan ikut turun (Purba & Rahadi, 2021), dan akan berakibat pada kualitas produksi perusahaan tersebut yang pada akhirnya menghasilkan problematika kompleks.

Kampung Dayeuhkolot merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat, yang mana Subang merupakan daerah penyangga dan kawasan industri disamping Purwakarta, Bekasi, Karawang (Purwasukasi). Mayoritas masyarakat kampung Dayeuhkolot berprofesi sebagai karyawan pabrik kecil disekitar tempat tinggal. Berdasarkan observasi lapangan diawal kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT), ditemukan bahwa terdapat lebih dari sepuluh orang masyarakat yang terkena dampak serius dari Covid-19. Perusahaan tempat mereka bekerja hanya mampu membayar gaji setengahnya, ada beberapa yang mengurangi sebagian kecil gaji dari sebelumnya, dan bahkan memutus kontrak kerja sementara. Dengan demikian, ada masyarakat yang menjadi tidak berpenghasilan. Sementara itu, kebutuhan sehari-hari harus tetap terpenuhi, baik primer maupun sekunder. Bagi masyarakat yang masih berkesempatan bekerja karena perusahaannya masih mampu memberikan gaji, mereka berusaha keras untuk mengurangi pengeluaran kebutuhan harian agar tetap bertahan.

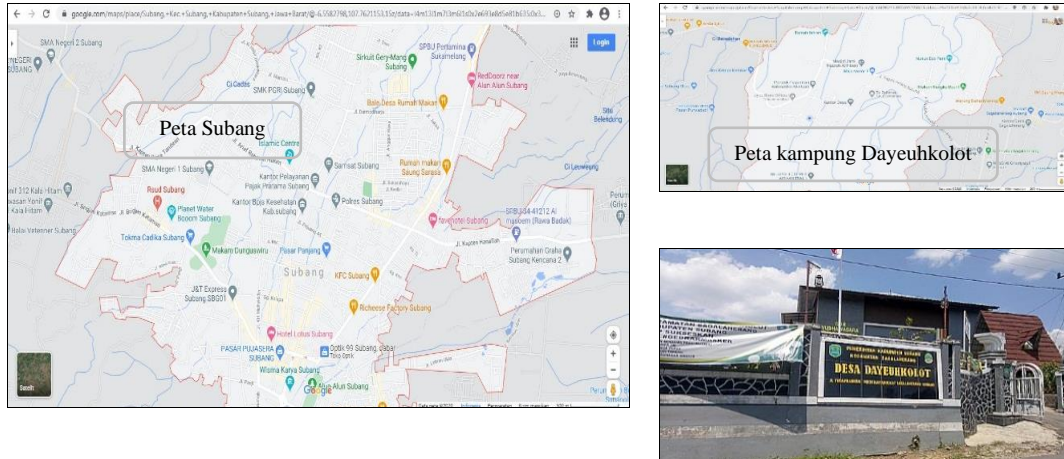
Melihat kondisi krisis diatas, pelaksana melakukan upaya guna memulihkan ekonomi masyarakat setempat di masa pandemi Covid-19, yaitu dengan mempromosikan/mengenalkan dan melakukan pendampingan tentang berbisnis *dropshipping* secara *online*. Bisnis ini cukup menjanjikan dimasa pandemi, karena selain memanfaatkan akses internet saja, juga mengeluarkan modal sangat kecil, fleksibel dari sisi waktu dan tempat, resiko kerugian usahanya rendah, memungkinkan untuk menjual berbagai jenis produk dari berbagai *supplier* (Anjani, 2020; Firda, 2021; Mahardika, 2020). Masyarakat hanya perlu ketekunan dan kesungguhan

dalam menjalankannya (Mardiana, 2020). Syarat untuk menjalani bisnis *online* ini dapat dipenuhi oleh sebagian besar orang, terutama masyarakat sasaran program, yaitu memiliki *gadget* (*smarthphone*, PC, *Tablet*, atau laptop) dan mampu mengoperasikannya, memiliki kuota internet yang cukup, jaringan internet yang memadai, serta mempunyai akun *bank* (M. Hakim, 2010; Husnan, 2015). Dibandingkan dengan bisnis *reseller*, model penjualan *dropship* menawarkan beberapa keuntungan, yakni tidak perlu *stock* barang yang berupa Gudang, kemudian dapat menjual berbagai katalog barang, tidak adanya barang dagangan yang menumpuk sehingga kerugian lebih kecil, dan mudah dari sisi penjualan karena tidak perlu mengurus pengiriman barang (“Apa itu Dropship?,” 2021). Diharapkan dari program pendampingan ini, masyarakat sasaran yang meminati bisnis *online* model *dropshipping* dapat mengambil beberapa manfaat, yaitu dapat menjadi usaha baru selama pandemi *pascapemutusan* kontrak kerja, dapat menambah penghasilan untuk mencukupi kebutuhan pokok sehari-hari, menambah relasi usaha yang berpotensi bertambah besar apabila ditekuni dengan baik, dan dapat menjadi jalan untuk meraih kesuksesan yaitu menjadi *dropshipper* yang hebat, berpengalaman, dan untung besar, bahkan bisa menjadi *supplier*. Apabila bisnis *online* ini digeluti dengan baik oleh seseorang, maka akan menjadi sebuah peluang untuk bisa menjalani bisnis-bisnis lainnya (Siswanto & Gusneli, 2020).

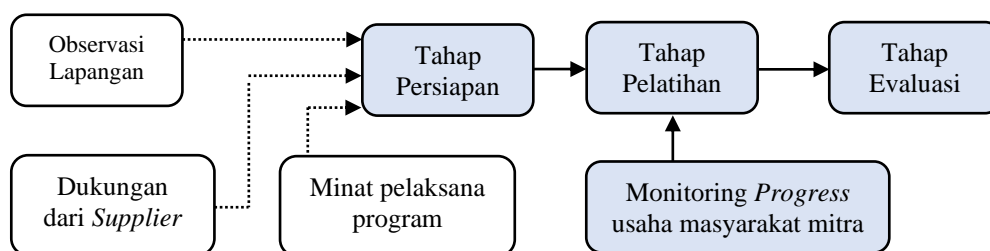
Program pendampingan ini selaras dengan tujuan program KKNT Universitas Pendidikan Indonesia Tahap II Tahun 2020, yaitu untuk menanggulangi dampak Covid-19 di sektor ekonomi pada masa pandemi. Pengabdian serupa dilakukan oleh beberapa civitas akademika berkaitan dengan bisnis *online*, yakni dilakukan oleh Siswanto & Gusneli (2020), dengan program pelatihan dan pendampingan bisnis model *Dropshipping* berbasis *Online* bagi pemuda di desa Parigi Mekar dalam rangka meningkatkan pendapatan saat adaptasi baru. Metode pelaksanaan program oleh Siswanto & Gusneli (2020) dilakukan secara tatap muka langsung dengan masyarakat sasaran (*offline*), sementara program kami diselenggarakan sepenuhnya secara *online* dengan memanfaatkan media *WhatsApp*. Dengan demikian, proses pengabdian lebih praktis karena tidak perlu datang ketempat pelatihan yang berpotensi menimbulkan interaksi tatap muka langsung, kemudian murah dari sisi penyelenggaraan kegiatan karena pelaksana tidak perlu menyediakan beberapa *starter pack* untuk protokol kesehatan seperti masker & *handsanitizer*, serta waktunya fleksibel atau mengikuti jadwal senggang dari masyarakat sasaran yang mengikuti program. Hasil pelatihan ini nantinya akan menjadi perspektif baru dibidang pengabdian masyarakat bahwa meskipun pendampingan dilakukan pada *WhatsApp*, masyarakat sasaran tetap dapat merasakan manfaat dengan persyaratan tertentu diantaranya adanya kemauan untuk mengikuti program dari awal hingga akhir.

METODE PELAKSANAAN

Program pendampingan bisnis *online* yang merupakan salah satu kegiatan KKNT ini diselenggarakan di *WhatsApp chat*, atau dengan kata lain menggunakan metode kuliah *WhatsApp* (KulWapp). Kegiatan secara akumulatif dimulai sejak tanggal 17 November hingga 6 Desember 2020 di daerah Dayeuhkolot, Subang, Jawa Barat (Gambar 1). Tahapan pelaksanaan program disajikan pada Gambar 2. Sebelum kegiatan berlangsung, pelaksana melakukan observasi awal yang hasilnya bahwa masyarakat kampung Dayeuhkolot (sekitar 10-an orang) mengalami dampak ekonomi secara langsung akibat dari pengurangan gaji, dan beberapa menjadi pengangguran karena di PHK. Pelaksana melihat peluang usaha yang ada karena ada *supplier* yang siap diajak untuk bekerja sama. Disisi lain, ide penyelenggaraan pendampingan bisnis *online* juga didukung minat pelaksana tentang kewirausahaan selain membantu ekonomi warga sekitar yang bermanfaat secara sosial, *passion* bisnis dari pelaksana dapat tersalurkan dengan baik.



Gambar 1 Peta lokasi kampung Dayeuhkolot, Subang, yang menjadi sasaran program



Gambar 2 Metode pelaksanaan program pendampingan bisnis online model Dropshipping

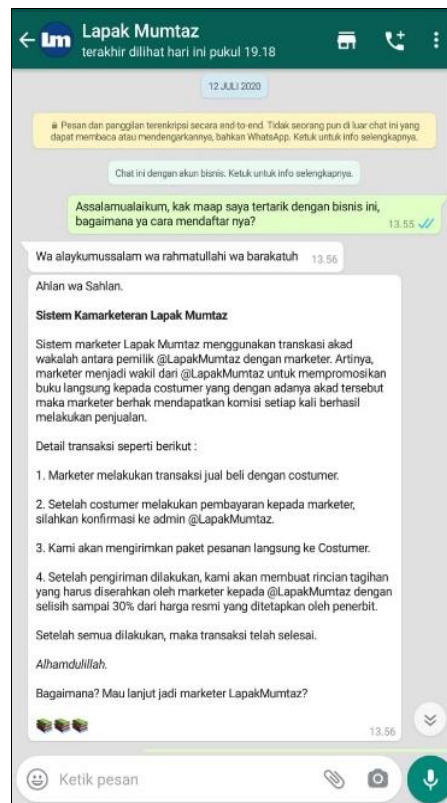
1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ini, pelaksana melakukan koordinasi dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) KKNT kelompok VIII UPI Kampus Daerah Purwakarta, yaitu Bapak Syiful Fuada, S.Pd., M.T. (Scopus ID: 56087869900 | <https://orcid.org/0000-0002-5258-5149> | Google Scholar ID: 3KrQmawAAAAJ&hl). terkait teknis pelaksanaan program dan pendefinisian indikator keberhasilan program. Kegiatan ini didukung oleh *supplier* yang bersedia untuk bergabung dalam bisnis *online* sejak sebelum kegiatan diselenggarakan. *Supplier* siap menerima *dropshipper* dari kalangan warga kampung Dayeuhkolot yang terdampak ekonominya. Pada tahap persiapan, pelaksana melakukan koordinasi secara detail bagaimana persyaratan yang harus ditempuh agar interaksi *Supplier* dan *dropshipper* berjalan dengan baik, yang sama-sama saling menguntungkan. Gambar 2 merupakan *chat Whatsapp* koordinasi antara pelaksana dengan *Supplier*. Dari 10 orang warga kampung Dayeuhkolot yang terkena dampak ekonomi karena adanya pandemi Covid-19, ternyata hanya ada 2 orang yang berminat atau bersedia untuk diajak menjadi *dropshipper* (laki-laki, berkeluarga, usia 23 tahun dan 32 tahun), dimana 8 orang lainnya lebih memilih sampingan usaha *offline* dengan alasan tertentu.

Selanjutnya pelaksana langsung meminta kontak *WhatsApp* dua orang tersebut yang kemudian akan

didampingi selama beberapa pekan dari awal pemberian pengetahuan hingga praktik penjualan sendiri. Dalam kegiatan ini, pelaksana berperan sebagai pemateri sekaligus menjadi penghubung awal antara *supplier* dengan 2 orang peserta pendampingan. Selain memiliki *passion* sebagai pelaku usaha, pelaksana memiliki bekal atau modal dalam pemberian materi. Sebelum kegiatan ini, pelaksana telah mengikuti beberapa seminar/*sharing session*/diskusi secara *online* mengenai bisnis ini dan juga telah mengikuti *training* bisnis sejenis. Dengan demikian, materi-materi yang telah pelaksana dapatkan tersebut dirangkum, ditambahkan pengalaman pelaksana sendiri, dan dikemas sedemikian rupa agar dapat disampaikan kepada responden pada pendampingan bisnis ini dengan baik. Materi-materi tersebut dapat dibagikan secara legal, karena telah mendapatkan izin dari pihak penyelenggara diskusi/*training*, yang menyatakan bahwasanya ilmu dari *e-book*

tersebut harus disebarakan kepada orang-orang supaya merasakan dan mendapatkan hal yang sama, serta bisa menjadi ilmu yang bermanfaat.



Gambar 2 Koordinasi untuk menjadi dropshipper pada chat WhatsApp

2. Tahap Inti (Pematerian & Monitoring)

Pada tahap ini, pelaksana memberikan pematerian tentang cara berjualan secara *online* dan *sharing* pengalaman kepada sasaran tersebut secara pribadi melalui *Whatsapp*. Untuk mendukung kegiatan inti, pelaksana juga melampirkan beberapa *e-book* yang berkaitan dengan materi, sehingga peserta pendampingan dapat membaca untuk memperkaya pengetahuan. Selanjutnya pelaksana mengirimkan sedikit demi sedikit produk-produk yang siap dipromosikan di media sosial mereka dengan catatan harga jual dan beli sudah disepakati bersama pada awal koordinasi. Promosi merupakan hal yang krusial dalam berbisnis baik *online* maupun *offline*. Pendampingan tersebut dilakukan dua kali dalam seminggu, yaitu pada hari Sabtu dan Minggu, yang mana hari dan jam sesuai dengan permintaan peserta. Hari-hari lainnya pelaksana memberikan kesempatan kepada mereka untuk mempromosikan produk-produk yang ada serta mengaplikasikan materi yang sudah diberikan sebelumnya. Tabel 1 merupakan materi dan tujuan yang disampaikan pada kegiatan pendampingan.

Pelaksana melakukan monitoring terkait *progress* dari peserta pendampingan dengan cara menanyakan lewat *Whatsapp* dan meninjau media sosial untuk sarana promosi. Peserta terus didampingi agar dapat dipastikan bahwa mereka telah berhasil mengimplementasikan materi-materi yang telah diberikan. Dengan demikian, keberhasilan program ini dapat terukur.

Tabel 1 Jadwal kegiatan pendampingan

No.	Topik	Tujuan	Media	Durasi
1.	6 Skill Penjual Online	1. Untuk memahami 3 prinsip jualan <i>online</i> 2. Untuk memahami 3 alasan konsumen membeli 3. Untuk memahami 5 langkah memaksimalkan <i>digital marketing</i>	WhatsApp	2 jam
2.	Copywriting	1. Untuk memahami tipe penawaran 2. Untuk mengetahui jenis-jenis media promosi <i>online</i> 3. Untuk mengetahui 8 elemen <i>copywriting</i> pemicu <i>closing</i>		2 jam
3.		1. Untuk memahami tips & trik membuat <i>headline</i> 2. Untuk mengetahui hirarki <i>closing</i>		2 jam
4.	Sistematika Teknik <i>Closing</i>	Untuk memahami trik-trik <i>closing</i>		1 jam

3. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini pelaksana mengambil data responden dengan meminta testimoni melalui *chat WhatsApp* atas pendampingan yang sudah dijalankan. Testimoni ini dilakukan setelah selesai kegiatan pendampingan selama beberapa kali

HASIL KEGIATAN

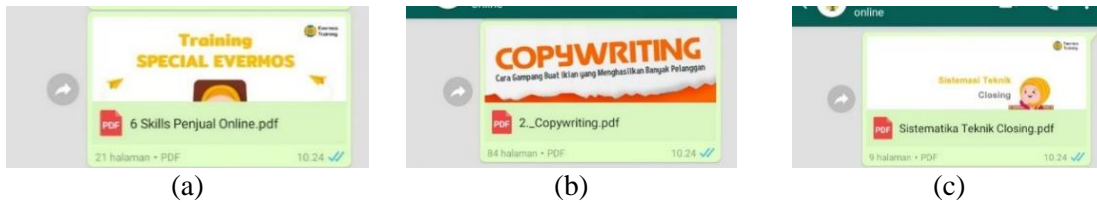
1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Karena jumlah peserta pendampingan sangat terbatas (2 orang), maka pelaksana tidak membuat grup *WhatsApp*, dimana metode penyampaian materi secara privat ke masing-masing *WhatsApp* peserta. Gambar 3 merupakan dokumentasi pemberian materi berbisnis *online* model *dropshipping*. Materi pertama (Gambar 3a) tentang 6 *skills* yang harus dimiliki oleh penjual *online*. Referensi materi ini didapatkan oleh pelaksana dari hasil *training* Evermos yang pernah diikuti. Materi ini berisi tentang prinsip jualan *online* yang terdiri dari prinsip perputaran dan keuntungan, prinsip fokus ke *action* yang bisa dimiliki oleh seseorang pelaku usaha, dan prinsip rejeki asalnya dari Allah SWT. Dengan demikian, sama halnya dengan pelaku usaha *offline*, dalam menjalankan usaha *online* juga harus memahami koridor-koridor agama seperti tidak mengandung unsur Riba, memahami mana yang halal dan mana yang haram baik secara transaksi ataupun barang yang diperjualbelikan, jujur/tidak ada unsur penipuan (barang yang datang ke alamat konsumen sama dengan barang yang dipesan) dan sebagainya.

Kemudian ada pematerian mengenai 3 alasan konsumen membeli yang mana harus dipahami dengan baik oleh penjual sehingga dapat membuka peluang untuk mendapatkan untung dari konsumen tersebut. Materi selanjutnya adalah bagaimana memaksimalkan *digital marketing* dan cara menciptakan *personal branding*. Keduanya merupakan hal yang harus disiapkan oleh seseorang yang akan memulai bisnis *online*. Dengan *personal branding*, maka produk dapat membuat calon konsumen terkesan dan mereka menganggap bahwa penjual *online* memang memiliki kapabilitas dalam menjalankan bisnisnya. *Brand awareness* publik/khalayak umum akan terbangun apabila *personal branding* berhasil didefinisikan dengan baik (Redu, 2012). Penjual *online* akan memiliki kepercayaan diri, membandung jejaring usaha (*network*) lebih mudah, dan mendapatkan konsumen lebih mudah sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen (Puspasari, 2013; Hardini, 2014).

Kemudian di materi kedua (Gambar 3b) mengenai *copywriting*, yang mana referensi utama diperoleh dari *e-book* Dewa Eka Prayoga. Materi ini didapatkan oleh pelaksana dari grup khusus *reseller*. Isi dari materi ini yaitu ada beberapa tipe penawaran, jenis media promosi *offline* dan *online*, elemen *copywriting* pemicu *closing*, tips & trik membuat *headline*, dan tentang hirarki

closing. Materi terakhir (Gambar 3c) mengenai sistemasi teknik dan tips dan trik closing, yang didapatkan pelaksana dari hasil *training* Evermos.



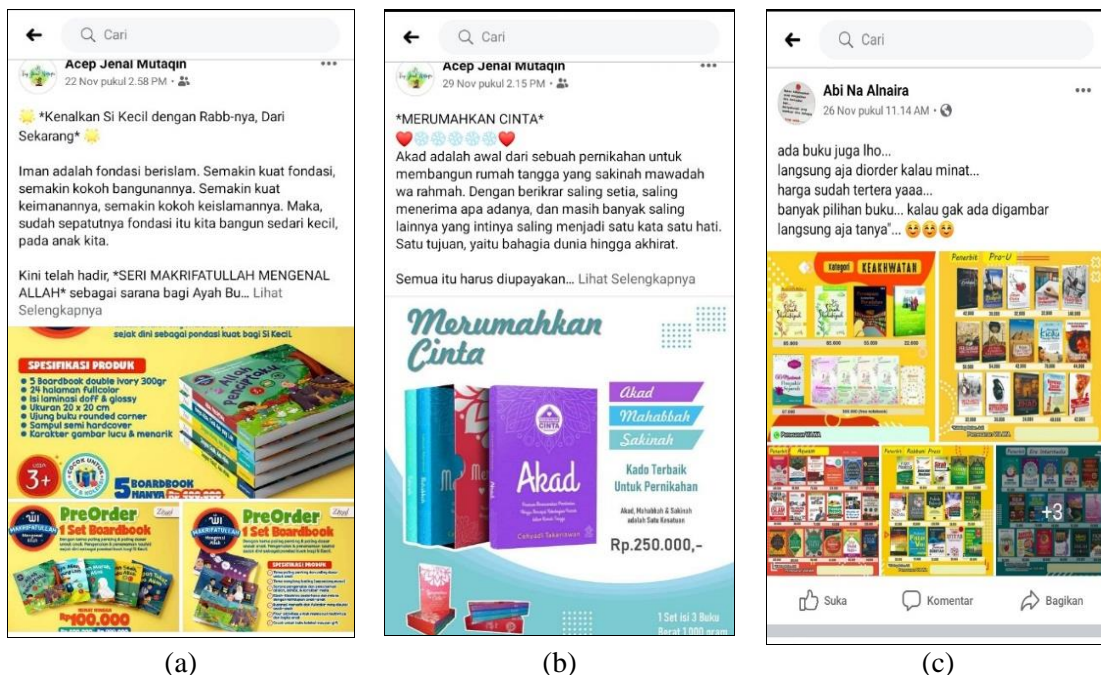
Gambar 3 Potongan chat pemberian file referensi materi mengenai bisnis online: (a) materi mengenai 6 Skill Penjual Online; (b) Copywriting; (c) Sistematika Teknik Closing



Gambar 4 Potongan chat pengiriman foto produk yang siap dipromosikan melalui media WhatsApp

Setelah pematerian selesai disampaikan, selanjutnya pelaksana memberikan produk-produk yang siap untuk dipromosikan dan diperjualbelikan (Gambar 4). Produk-produk tersebut diperoleh dari *supplier* yang sebelumnya telah berkenan untuk diajak kerjasama. Sebenarnya ada banyak produk populer saat ini yang bisa dijual, tergantung dari *supplier*, bisa berupa pakaian,

kosmetik/make-up (Anggraini & Dwiyantri, 2017), *smarphone*, jam tangan, tas *branded* atau tas lokal (Sayekti, 2015), sepatu dan tas, pelangsing, pemutih, pembesar bagian tubuh tertentu, buku, dan lain sebagainya. Sementara pada pendampingan ini, produk awal yang dijadikan praktik menjual *online* adalah buku-buku islami, seperti Al-Quran, kategori buku sirah Nabi dan sahabat, keahwatan, keluarga, mantuba, upgrade diri, nikah & cinta, tarbiyah, dakwah, pergerakan, *parenting*, hijrah, komik khusus untuk anak, dan ada beberapa novel islami yang *best seller*. Ada banyak media jejaring sosial yang dapat dijadikan promosi untuk mendapatkan konsumen, seperti *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp story*, *Twitter*, dan lain sebagainya. Kemudian, peserta diinstruksikan untuk mempromosikan katalog yang telah diberikan tadi melalui media sosial yang mereka miliki, yang dalam hal ini adalah terbatas pada *Facebook*. Hasil monitoring menunjukkan bahwa kedua peserta terampil dalam merangkai kalimat (narasi) promosi, mulai dari *opening* hingga *closing*. Gambar 4 merupakan sampel dari beberapa postingan pada akun *Facebook* pribadi peserta pendampingan.



Gambar 5 Promosi katalog produk melalui media sosial oleh para peserta pendampingan

2. Evaluasi Program

Tahap terakhir, pelaksana meminta testimoni sebagai bentuk evaluasi terhadap pendampingan yang telah dilaksanakan. Karena peserta hanya dua orang saja, testimoni cukup disampaikan melalui *WhatsApp chat*. Metode ini lebih dipilih dibandingkan *WhatsApp voice*, karena pesan berbasis suara tidak dapat didokumentasikan secara tertulis. Peserta pendampingan tidak berkenan untuk diambil gambar diri sebagai bentuk dokumentasi, sehingga *WhatsApp chat* dianggap sudah dianggap tepat dibandingkan dengan *WhatsApp video call*. Gambar 6(a) dan Gambar 6(b) merupakan testimoni peserta pendampingan I dan II.

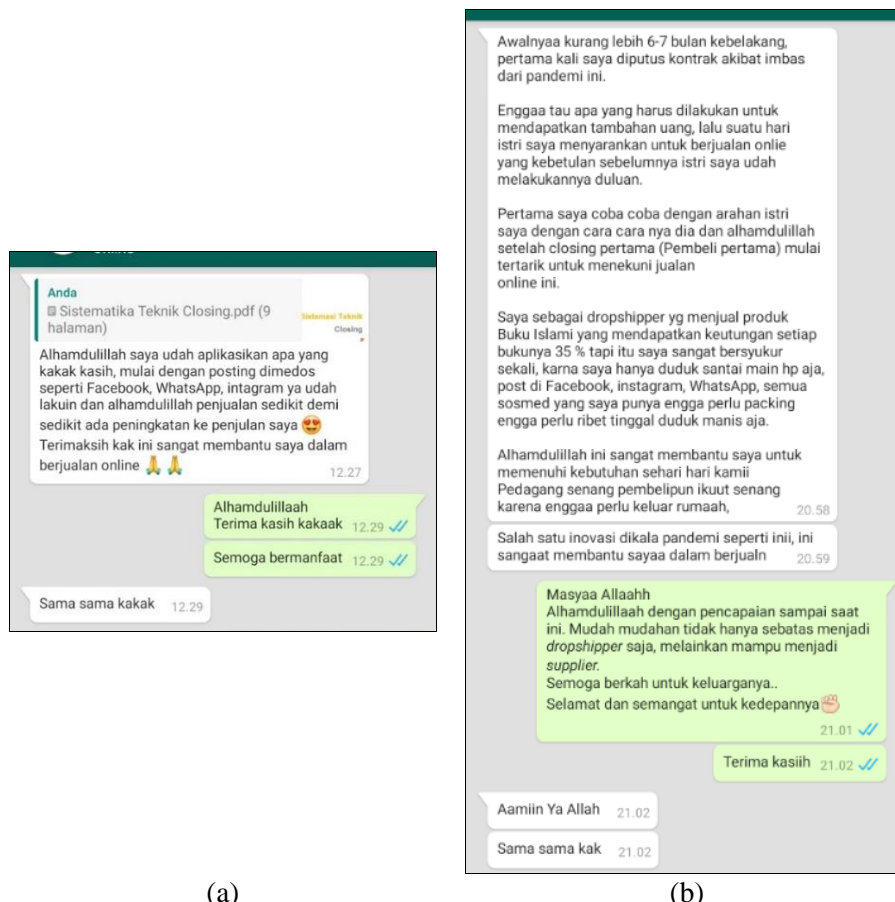
Terlihat pada *screenshot* percakapan *WhatsApp* bahwa peserta merasa sangat terbantu dengan adanya program kegiatan ini. Tabel 2 menunjukkan tiga parameter untuk mengukur keberhasilan program, pelaksana membandingkan hasil sebelum, selama dan setelah pendampingan.

Tabel 2 Hasil pengabdian yang telah dicapai

No.	Sebelum Pelatihan	Selama Pelatihan	Setelah Pelatihan
1.	Peserta belum memahami peluang bisnis apa yang dapat dilakukan selama pandemi Covid-19 agar tetap mendapatkan penghasilan, dengan sedikit modal, minim resiko kerugian, fleksibel, dan dijalankan secara <i>online</i>	Pelaksana memberikan gambaran tentang usaha <i>online</i> model <i>dropshipping</i> , mencakup motivasi, modal, dan kemampuan awal.	Peserta pendampingan memahami peluang usaha model <i>dropshipping</i> sebagai lahan untuk mendapatkan penghasilan baru selama krisis ekonomi akibat pandemi. Berbisnis <i>online</i> secara <i>dropship</i> ini dianggap mudah oleh peserta sasaran program, karena modal awal kecil. Peserta hanya perlu ketekunan dan kesungguhan (motivasi) dalam menjalankannya.
2.	Peserta belum memiliki <i>supplier</i> untuk diajak kerjasama	Tidak hanya memberikan materi saja, pelaksana juga menyediakan satu <i>supplier</i> dalam kegiatan pendampingan. Katalog-katalog produk (dalam hal ini buku) diberikan kepada peserta pendampingan lewat <i>WhatsApp</i> untuk dijual	Peserta pendampingan cukup terbantu karena tidak perlu repot mencari mitra <i>supplier</i> . Dengan demikian, peserta tinggal berfokus untuk mempraktikkan langsung hasil pelatihan. Disisi lain, peserta juga terstimulus untuk belajar bagaimana mencari alternatif <i>supplier</i> lain yang dapat dipercaya dalam kerjasama bisnis <i>online</i> .
3.	Peserta belum memiliki kemampuan untuk mempromosikan katalog produk yang telah disediakan oleh <i>supplier</i> melalui pelaksana	Pelaksana memberikan serangkaian materi tentang usaha <i>online</i> model <i>dropshipping</i> di <i>WhatsApp</i> secara sukarela (gratis)	Peserta pendampingan mampu melakukan praktik <i>reseller</i> katalog produk dengan narasi promosi yang dikemas dengan baik. Peserta mempromosikan produk di <i>Facebook</i> masing-masing. Disisi lain, peserta juga terstimulus untuk menjangkau lebih banyak calon konsumen melalui berbagai media sosial lain yang dimiliki, termasuk <i>Instagram</i> dan <i>WhatsApp story</i> ,
4.	<ul style="list-style-type: none"> • Ada peserta sasaran program hanya mendapatkan penghasilan dari pekerjaan utama saja (telah dipotong gajinya dari perusahaan tempat bekerja). • Ada peserta sasaran program tidak mendapatkan penghasilan selama pandemi Covid-19 (mengalami pemutusan hubungan kerja) 	Peserta telaten dan dengan sabar mengikuti pelatihan dan pendampingan di <i>WhatsApp</i> . Mereka mengikuti instruksi-intruksi dari pemateri. Selanjutnya, mereka aktif langsung praktik dan aktif promosi melalui media sosial <i>Facebook</i> (diawal pelatihan), kemudian merambah promosi di <i>Instagram</i> , <i>WhatsApp</i> , dan lain sebagainya.	Peserta program pendampingan mendapatkan penghasilan (baik sifatnya tambahan/sekunder atau pokok) setelah mengikuti pelatihan ini. Dengan pengetahuan dan pengalaman langsung yang telah didapatkan, peserta dianggap telah mandiri dan dapat mengembangkan kemampuannya dalam melakukan <i>dropshipping</i> dan belajar bagaimana berkomunikasi atau berinteraksi dengan calon <i>supplier</i> maupun konsumen sebagai target utama pelayanan. Peserta juga dapat mengembangkan <i>personal branding</i> sendiri untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> .

Melalui pendampingan ini dapat dimaknai bahwa berbisnis *online* sangat mudah untuk dijalankan bagi siapa saja yang memiliki minat serta modal awal yang cukup. Bahkan berpeluang untuk mengambil keuntungan dari situasi pandemi ini karena daya beli konsumen saat pandemi naik. Masyarakat yang dibatasi dalam bersosial guna mencegah penularan virus Covid-19,

akhirnya memilih belanja *online*. Hampir semua masyarakat memiliki *smartphone* dan media sosial, sehingga target konsumen terbuka sangat luas. Media sosial merupakan *marketplace* yang besar dan heterogen karena dihuni oleh orang dari berbagai kalangan, tidak spesifik untuk kalangan tertentu saja. Proses pemasaran bisnis *online* model *dropship* cukup mudah, yaitu melalui media sosial yang dimiliki oleh penjual, bermodalkan *gadget* saja dengan kuota internet yang cukup, dan memiliki mitra *supplier*. Mereka bisa melakukan bisnis ini dimana saja dan kapan saja, tidak terbatas oleh apapun selama terhubung ke jaringan internet (Saepurrohman, 2019). Apabila pelaku bisnis ini ingin berhasil atau sukses, maka tentu saja harus tetap melakukan secara konsisten setiap hari selama waktu yang telah ditetapkan untuk diri sendiri (J. Timothy, 2013). Meskipun bisnis *dropshipping online* dilakukan di dunia maya, namun mampu menghasilkan keuntungan atau penghasilan yang nyata dan akan mampu mengguyur rekening pelaku usaha maya (A. Syafii, 2013).



Gambar 6. Testimoni: (a) peserta I, laki-laki 23 tahun, berkeluarga; (b) testimoni peserta II, laki-laki 32 tahun, berkeluarga (nama peserta pendampingan disamarkan)

3. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Pendampingan

Kegiatan ini berjalan dan diikuti oleh peserta hingga akhir. Adapun faktor yang mempengaruhi keberhasilan program ini bahwa adanya wabah pandemi Covid-19 telah mengakibatkan pendapatan ekonomi masyarakat Dayeuhkolot terhambat karena perusahaan tempat mereka bekerja tidak dapat memberikan gaji penuh, dan bahkan beberapa dari mereka kehilangan pekerjaan. Disisi lain, kebutuhan pokok sehari-hari harus tetap terpenuhi apalagi bagi laki-laki yang sudah berkeluarga yang mempunyai kewajiban untuk menafkahi keluarga. Lapangan pekerjaan menjadi sulit dan mereka perlu dukungan dari pemerintah daerah setempat berupa penyediaan pekerjaan lain, tidak hanya bantuan tunai saja. Dengan demikian, mereka menyambut program yang ditawarkan oleh pelaksana ini dengan baik, karena mereka berharap akan membantunya untuk keluar dari tekanan krisis ekonomi saat pandemi. Motivasi, minat, dan

tekad yang kuat ini dapat menjadi modal awal secara bathiniah dalam memperlancar kegiatan pendampingan. Selain itu, masyarakat sasaran telah memiliki modal fisik (lahiriah) untuk menjalankan bisnis *online* model *dropshipping*, yaitu mempunyai *gadget*, mahir dalam mengoperasikannya, dan mempunyai beberapa media sosial yang aktif. Maka dari itu, apabila digabungkan modal batin dan fisik ini, mereka akan mampu menjalankan bisnis secara *online* secara perlahan dan tidak menutup kemungkinan akan terus berkembang pesat. Pribadi yang ulet harus dimiliki oleh peserta kegiatan karena merupakan faktor utama untuk tetap menjalankan bisnis *online* meskipun suatu saat kelumpuhan ekonomi telah pulih.

Selama kegiatan berlangsung, tidak ada hambatan yang begitu berarti karena semua peserta tertib hadir sesuai jadwal pelatihan yang disepakati, komunikasi atau hubungan yang baik dan lancar antara pelaksana dengan pihak *supplier*, dan jaringan internet lancar sehingga tidak muncul kendala teknis saat pelaksanaan pelatihan di *WhatsApp*. Aplikasi *WhatsApp* merupakan media komunikasi sehari-hari yang ringan diakses dan tidak memakan banyak kuota internet seperti *Zoom*, sehingga tidak membebani peserta pendampingan karena mereka juga berusaha untuk memanfaatkan kuota internet seefektif dan seefisien mungkin. Adanya pihak *supplier* yang mau diajak bekerja sama dalam program pendampingan ini juga merupakan faktor penentu keberhasilan program, sehingga kegiatan tidak terhambat karena proses pencarian *supplier*. Bagi *dropshipper* pemula, mencari *supplier* adalah pekerjaan yang memerlukan *effort* besar. *Supplier* yang mendukung program ini telah menyediakan katalog produk siap unggah, artinya peserta pendampingan tidak perlu repot mendesain katalog produk tersebut dan berfokus ke pembuatan narasi promosi.

Hanya saja, peserta pendampingan yang dapat diajak (terjaring) sangat sedikit, yaitu seperlima dari jumlah masyarakat berprofesi karyawan yang terdampak Covid-19 (2 dari 10 orang). Salah satu penyebabnya adalah kurangnya kreativitas promosi pra-kegiatan. Pelaksana hanya sebatas memberikan bahwa ada alternatif untuk mencari tambahan penghasilan lewat bisnis *dropshipping* pada *WhatsApp group* kampung Dayeuhkolot saja, tanpa *framing* yang estetik. Akibatnya, hanya beberapa saja yang tertarik atau berminat.

KESIMPULAN

Dari program yang telah dilaksanakan maka dapat disimpulkan bahwa pendampingan untuk berbisnis *online* dengan model *dropshipping* ini telah berhasil membantu pemulihan ekonomi masyarakat sasaran meskipun penyampaian sebatas di *WhatsApp chat*. Kebutuhan pokok peserta sasaran menjadi dapat terpenuhi kembali dari keuntungan usaha. Peserta telah mampu memahami materi tentang bisnis *dropshipping* secara *online* sekaligus mampu mempraktikkannya, serta berminat untuk meneruskan bisnisnya. Dengan kesungguhan, ketekunan, dan kesabaran para peserta program, penjualannya secara perlahan naik. Program ini perlu ditindaklanjuti dengan pemberian materi-materi tentang *marketing* sehingga pondasi ilmu mengenai bisnis dapat diperkokoh. Berbisnis *online* ini meliputi banyak komponen, mencakup teknologi, dukungan pihak *supplier* yang terpercaya, serta konsumen. Ilmu-ilmu tentang kewirausahaan perlu dikuasai dan terus diasah dengan cara belajar mandiri lewat membaca, berdiskusi, atau mengikuti seminar & pelatihan *online/offline* baik berbayar ataupun gratis seperti yang diselenggarakan oleh pelaksana. Dengan demikian, seiring kematangan pengalaman berbisnis, usaha akan meningkat, berdaya saing, dan jika ada permasalahan dalam proses bisnisnya, dapat diatasi dengan tepat. Bisnis seperti ini dijamin berteknologi sudah menjamur, maka kemampuan akan mengembangkan kreativitas agar produk memiliki *branding* perlu dilatih oleh penjual *online*.

Peserta kegiatan perlu memiliki stok produk unggulan yang paling diminati konsumen sehingga mereka lebih mudah memasarkannya (tidak *dropshipping* seterusnya), apabila bisnisnya sudah *establish*. Disarankan bagi pelaksana abdimas berikutnya perlu memperhatikan promosi pra-kegiatan yang mana harus disajikan semenarik mungkin, dalam hal ini dapat dibuatkan poster (memuat informasi tentang pemateri, fasilitas, tempat dan jadwal, durasi, materi pelatihan, kontak penyelenggara, dsb). Selanjutnya, perlu menyediakan lebih banyak pilihan *supplier* dengan produk yang lebih bervariasi agar peserta dapat mempromosikan barang

dagangan lebih beragam atau berfokus pada salah satu pilihan produk yang memiliki *valuable* dan *unique*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksana mengucapkan terima kasih kepada pihak LPPM Universitas Pendidikan Indonesia, RT/RW kampung Dayeuhkolot-Subang yang telah mengizinkan program pengabdian kepada masyarakat disektor ekonomi pada KKN Tematik pencegahan dan penganggulangan dampak Covid-19 tahap II 2020, serta pihak *supplier* yang menjadi mitra dalam bisnis *dropshipping* secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A. W., & Dwiyantri, S. (2017). Penerapan Video Tutorial Make Up Pada Pelatihan Make Up Foto Casual di CV. Indo Creative Entertainment. *Jurnal Tata Rias*, 6(1), 99–107.
- Anjani, R. (2020, Oktober 21). *Cara Memulai Bisnis Dropship untuk Anak Muda di Masa Pandemi* [Online]. Wolipop. <https://wolipop.detik.com/worklife/d-5222895/cara-memulai-bisnis-dropship-untuk-anak-muda-di-masa-pandemi>
- Apa itu Dropship? 7 Cara Menjadi Dropshipper Sukses di 2021. (2021, April 30). [Online]. *Blog Dewaweb*. <https://www.dewaweb.com/blog/bisnis-dropship/>
- Cahyono, J. (2021). Force Majeure Dalam Pemutusan Hubungan Kerja Terhadap Karyawan Di Masa Pandemi Covid-19. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen*, 4(1), 43–52.
- Evermos. (2020). *6 Skills Penjual Online*. Bandung: Evermos.
- Evermos. (2020). *Sistemasi Teknik Closing*. Bandung: Evermos.
- Fahri, Jalil, A., & Kasnelly, S. (2020). Meningkatnya Angka Pengangguran ditengah Pandemi (Covid-19). *Jurnal Al-Mizan*, 3(1), 45–60.
- Firda. (2021, April 5). Panduan Pemula: Cara Lengkap Merintis Bisnis Dropship [Online]. *Bisnis & UKM*. <https://koinworks.com/blog/panduan-bisnis-dropship/>
- Lestari, T. I. D., Djaelani, A. K., & Mustapita, A. F. (2021). Pengaruh Pengalaman Kerja, Upah Dan Kesejahteraan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Masa Pandemi Studi Pada Perusahaan Bhandha Ghara Reksa Logistics (Persero) Jakarta. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(11), 70–82.
- Hardini, N. (2014). Evaluasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Komunikasi Word of Mouth pada Produk Modem AHA Type CDMA X1-EVDO di Surabaya [Skripsi, Jurusan Manajemen, STIE Perbanas Surabaya]. <http://eprints.perbanas.ac.id/727/>
- Mahardika, W. A. (2020, November 22). *Yuk Intip! 5 Bisnis Dropship Paling Tren Saat Pandemi* [Online]. Akurat.co. <https://akurat.co/yuk-intip-5-bisnis-dropship-paling-tren-saat-pandemi>
- Mardiana, S. (2020, Desember 5). *Bisnis Online Sistem Dropship Pilihan Masa Pandemi*. Diambil kembali dari BantenNews: <https://www.bantennews.co.id/bisnis-online-sistem-dropship-pilihan-masa-pandemi/>
- Hakim, M. (2010). *Langkah Awal Memulai Bisnis Online*. Yogyakarta: Mediakom.

- Husnan, F. (2015). *Buku Pintar Bisnis Online*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Purba, S. Y., & Rahadi, D. R. (2021). Evaluasi Pemberian Upah dan Insentif Karyawan Pada Perusahaan PT Multi One Plus Dimasa Pandemi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 34(1), 84–90.
- Puspasari, M. (2013). *Evaluasi Jangkauan, Frekuensi dan Dampak Kegiatan Promosi Pada Ria Djenaka Good Food With Coffe Mood Jalan Bandung Kota Malang* [Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya]. <http://repository.ub.ac.id/106775/>
- Redu, C. D. (2012). *Implementasi Pemberian Kredit Jasa Konstruksi dengan Agunan Surat Perintah Kerja (Studi Kasus di Bank Jatim Cabang Malang)—Bkg* [Thesis, Magister Kenotariatan, Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya]. <http://repository.ub.ac.id/156572/>
- Saepurrohman, A. (2019). Dampak Transaksi Online Sistem Dropshipping Pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus pada Toko Sembako Gula-Gula Malimping) (Doctoral dissertation, UIN SMH Banten).
- Sayekti, Y. D. (2015). *Potensi Mendong Sebagai Bahan Dasar Pembuatan Tas Dalam Diversifikasi Usaha Di Daerah Blayu Kecamatan Wajak Kabupaten Malang*. (Skripsi No. 0, Jurusan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Malang). <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/TIBusana/article/view/37317>
- Siswanto, T., & Gusneli, G. (2020). Meningkatkan Pendapatan Pemuda di Desa Parigi Mekar Melalui Pelatihan dan Pendampingan Bisnis Model Dropshipping Berbasis Online. *Intervensi Komunitas*, 1(2), 103-109.
- Syafii, A. (2013). *Step by Step Bisnis Dropshipping & Reseller*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Syafrida, Safrizal, & Suryani, R. (2020). Pemutusan Hubungan Kerja Masa Pandemi Covid- 19 Perusahaan Terancam dapat Dipailitkan. *Pamulang Law Review*, 3(1), 12. <http://dx.doi.org/10.32493/palrev.v3i1.6532>
- Timothi, J. (2013). *Membangun Bisnis Online*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Yusuf, M., & Hilhamsyah, S. (2021, Februari 4). *Ridwan Kamil: Masyarakat Disiplin Produktivitas Ekonomi Tidak Akan dibatasi Lagi* [Online]. rri.co.id. <https://rri.co.id/bandung/jawa-barat/971942/ridwan-kamil-masyarakat-disiplin-produktivitas-ekonomi-tidak-akan-dibatasi-lagi>