

BAB IV

HASIL PENELITIAN

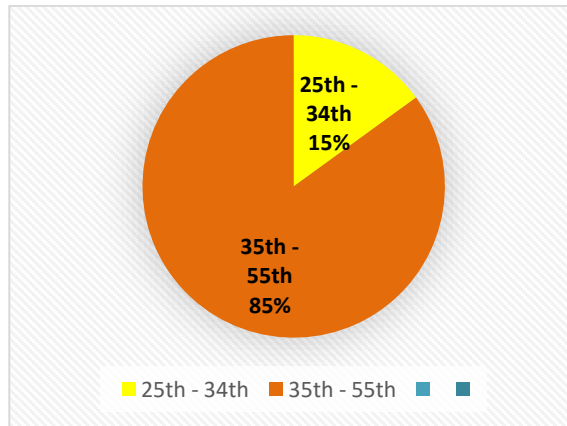
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Purnama Galery

a. Profil

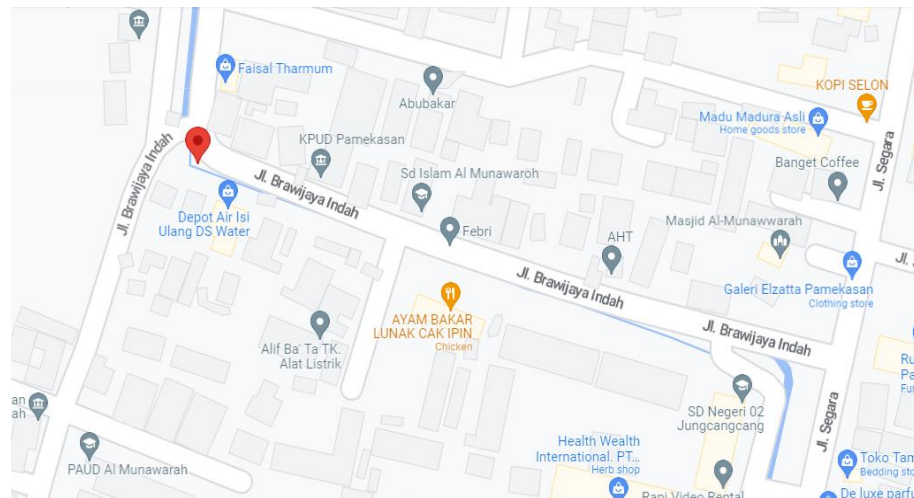
Purnama Galery didirikan oleh Purnamawati, alumni Pendidikan Geografi di Universitas Negeri Malang (UM) pada tahun 2014. Purnamawati lahir di Desa Sopaáh Pamekasan pada 24 Desember 1988. Awal pendirian Purnama Galery pada tahun 2014 dimaksudkan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari sekaligus membuka lapangan kerja seluas-luasnya. Namun, saat itu Purnamawati masih menjual bermacam-macam *fashion* muslimah dari beberapa merk dan belum fokus pada *brand* tertentu. Barulah pada tahun 2017 Purnamawati menfokuskan diri sebagai distributor hijab *brand* Daffi dan Yessana yang mana 85% *customer*-nya terdiri atas wanita berusia 35 tahun hingga 55 tahun, dan 15% terdiri dari wanita berusia 25 tahun hingga 34 tahun.¹ Lebih jelasnya penulis tampilkan pada grafik berikut.

¹ Purnamawati, *Owner Purnama Galery, Wawancara Langsung* (25 Juni 2021).



Gambar 1.9.
Customer Purnama Galery

Purnama Galery terletak di Jalan Brawijaya Indah, Jung Cang Cang, Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan tepatnya di sebelah barat SDI Al-Munawwarah Pamekasan.



Gambar 1.10.
Peta Lokasi Purnama Galery²

² <https://www.google.com/maps/place/7%C2%B009'37.3%22S+113%C2%B028'31.9%22E/@-7.160354,113.4749718,19z/data=!3m1!4b1!4m20!1m15!4m14!1m6!1m2!1s0x2dd77dfb674347bf:0x6f5593834b54b1c7!2sbrawijaya!2m2!1d113.4841763!2d-7.156044!1m6!1m2!1s0x2dd77e09e1df0443:0x220d11dc60ada51e!2sPamekasan.+Pamekasan+Regency.+East+Java!2m2!1d113.4739105!2d-7.154249!3m3!8m2!3d-7.160354!4d113.475519> diakses pada tanggal 13 Februari 2023 Pukul 09.17.



Gambar 1.11.
Purnama Galery

b. Produk

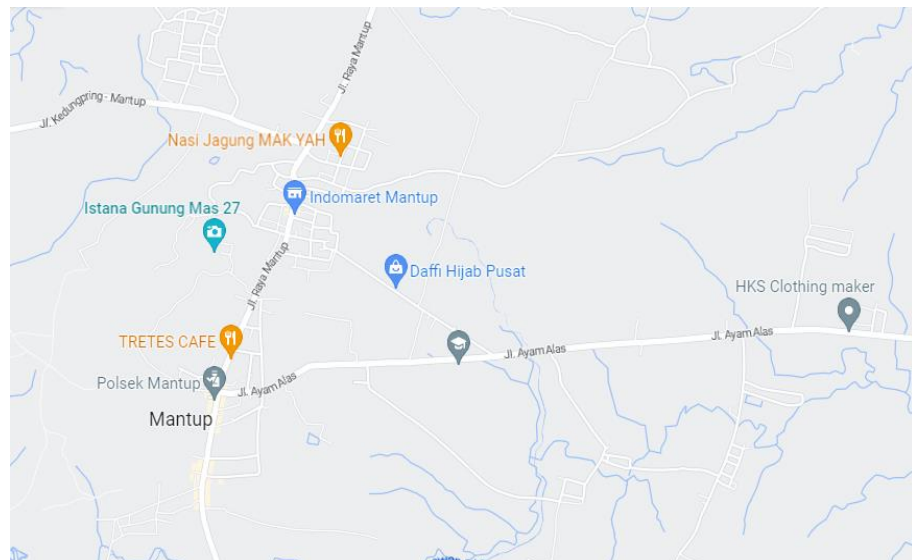
Purnama Galery menyediakan produk *brand* Daffi dan Yessana yaitu berupa hijab, *inner* hijab, gamis, mukenah, kaos kaki, dan *homedress*. Alasan *owner* memilih kedua brand tersebut karena kualitas bahan yang tinggi, jahitan yang rapi, desain yang bervariasi, pilihan warna yang banyak, dan harga yang terjangkau. Selain itu, ada pula beberapa hijab, gamis, dan mukenah yang memiliki varian *size* mulai dari bayi hingga dewasa.³

Kedua produk tersebut memiliki visual yang menarik dengan model yang senantiasa *update*. Tak dapat dipungkiri banyak *customer* yang merasa cocok dengan hijab Daffi dan Yessana oleh sebab *cutting*

³ Observasi Partisipan, 02 Juli 2021.

yang halus dan sesuai untuk segala bentuk wajah. Mayoritas bahannya terbuat dari material *ceruty babydoll* dan *jersey*.

Produk yang disediakan oleh Purnama Galery berasal dari *supplier* pusat Daffi dan Yessana secara langsung. *Supplier* Daffi Pusat terletak di Jalan KH. Hasyim Asyari RT.01 RW.03 Kecamatan Tugu Mantup Kabupaten Lamongan Provinsi Jawa Timur. Sedangkan *Supplier* Yessana Pusat terletak di Krajan Kidul, Jepang Pakis, Kecamatan Jati Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah.⁴



Gambar 1.12.
Peta Lokasi Daffi Hijab Pusat⁵

⁴ Ibid.

⁵ <https://www.google.com/maps/@-7.2659506,112.3621239,14.5z> diakses pada tanggal 15 Februari 2023, Pukul 14.22.



Gambar 1.13.
Peta Lokasi Yessana Hijab Pusat⁶

c. Perkembangan Purnama Galery

Perjalanan bisnis Purnama Galery sebenarnya berawal pada tahun 2014 di Desa Sopaáh Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan dengan modal awal Rp 200.000,-. Pada 3 tahun pertama, bisnis Purnama Galery masih berada di tahap awal yakni masih dalam proses membangun sistem bisnis yang sesuai serta proses pencarian relasi dan *customer*. Di tahap ini Purnama Galery belum konsisten terhadap produk dan manajemennya, sehingga masih terasa sulit untuk menjalani bisnisnya. Di tahap ini juga laba yang diperoleh masih minim sekitar Rp 700.000,- hingga Rp 1.000.000,- per-bulan yang jika

⁶ <https://www.google.com/maps/search/Yessana+hijab+pusat/@-6.8275277,110.8452859,14.25z> diakses pada 15 Februari 2023, Pukul 14.26.

diakumulasikan dalam tahun berkisar antara Rp 8.000.000,- hingga Rp 11.000.000,- per-tahun.⁷

Pada tahun 2017, barulah kemudian bisnis ini diberi nama “Purnama Galery” yang berarti gallery milik Purnamawati dengan modal awal Rp 5.000.000,-. Pada tahun ini juga Purnama Galery hanya menfokuskan bisnis pada *brand* Daffi dan Yessana serta mengikuti jenjang karir yang ditentukan oleh *Supplier* Pusat dari kedua brand tersebut hingga mampu menjadi satu-satunya *distributor* di Pamekasan. Berawal dari jenjang karir *reseller*, kemudian sub agen, agen, hingga posisi *distributor* dengan target pembelian minimal Rp 40.000.000,- per-bulan.⁸

Purnama Galery mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun dan mampu bertahan di bawah tekanan pandemi covid-19 selama 2 tahun terakhir. Tingkat distribusi Purnama Galery mencapai 30 hingga 50 seri dalam setiap bulan. Setiap seri dapat berjumlah 4 sampai 15 warna produk yang berbeda-beda. Adapun jumlah laba bersih yang diperoleh Purnama Galery setiap bulannya berkisar antara Rp 5.000.000,- hingga Rp 8.000.000,- per-bulan. Sehingga setiap tahunnya berkisar antara Rp 60.000.000,- hingga Rp 90.000.000,- per-tahun. Itu jumlah yang membanggakan walaupun pada tahun 2021 bulan Februari hingga bulan November laba bersih

⁷ Purnamawati, *Owner Purnama Galery, Wawancara Langsung* (25 Juni 2021).

⁸ *Ibid.*

Purnama Galery berkurang drastis menjadi sekitar Rp 20.000.000,- selama 10 bulan karena pandemi.⁹

d. Metode Pemasaran

Purnama Galery memasarkan produk-produknya secara *online* dan *offline*. Sebagai *distributor*, Purnama Gallery memiliki beberapa mitra yang berupa *member*, *reseller*, dan agen di beberapa daerah di Indonesia khususnya di Madura.

Pada pemasaran *online*, Purnama Gallery memanfaatkan beberapa media sosial yaitu WhatsApp, Instagram, Facebook, Shopee, dan Telegram sebagai media untuk promosi, menerima pesanan, dan pembayaran. Untuk tata cara pembayaran dapat berupa transfer antar bank, *shopee pay*, dan *Cash On Delivery* (COD). Untuk pengiriman pesanan, Purnama Gallery merekomendasikan via kurir yang tercepat atau yang termurah sesuai keinginan *customer*, seperti Pos Indonesia, JNT, SiCepat, dan Antaraja. Sedangkan pada pemasaran *offline*, Purnama Gallery memasarkannya secara langsung kepada relasi-relasi yang dimilikinya baik itu *customer* atau *reseller* yang memiliki jalinan dagang secara kontrak (berkala atau insidental) dengan Purnama Galery.¹⁰

⁹ Ibid.

¹⁰ Observasi Partisipan, 02 Juli 2021.

e. Standar Pelayanan

Pelayanan yang optimal kepada *customer* adalah suatu hal yang sangat diperhatikan oleh Purnama Galery, sebab jika pelayanannya baik maka *customer* akan senang bahkan calon *customer* pun akan dengan senang hati menjadi *customer* tetap. Karena menurut *owner*, sejatinya kualitas produk tidak lebih penting dari pada pelayanan seorang penjual kepada pembeli. Ada beberapa standar pelayanan yang diaplikasikan di Purnama Galery, yaitu komunikatif dan solutif.¹¹

1) Komunikatif

Hubungan baik antara *owner* dan *customer* dapat tercipta melalui komunikasi yang baik. Purnama Galery mengutamakan komunikasi yang ramah dan santun kepada *customer* baik saat menyapa, menjelaskan detail produk, menjelaskan tata cara pemesanan dengan akurat dan *fast respon*. Pentingnya *fast respon* di sini semata-mata supaya *customer* merasa spesial dan merasa puas dengan layanan yang diberikan, serta tidak pindah ke lain *seller*. Khusus untuk komunikasi *online* dapat ditambah dengan *emotion icon* (*emoticon*) sebagai sinyal bahwa penjual sangat *welcome* terhadap *customer*.¹²

¹¹ Purnamawati, *Owner Purnama Galery, Wawancara Langsung* (25 Juni 2021).

¹² *Ibid.*

2) Solutif

Purnama Galery menerima serta mendengar segala keluhan dan aduan *customer* baik berupa ketidaksesuaian harga atau produk (bahan, warna, ukuran, dll), kemudian memberi solusi yang paling tepat kepada *customer* untuk menangani masalah tersebut. Solusi yang biasa ditawarkan di Purnama Galery yaitu bisa berupa retur (pengembalian barang dan uang) atau tukar barang (tanpa kembali uang jika harganya sama, namun jika harga tidak sama bisa menambah atau mengembalikan sebagian uang), atau pemberian diskon produk atau *free* ongkos kirim (bagi *customer* yang merasa harga produk terlalu mahal).¹³

2. Al-Ghifary Shop

a. Profil

Al-Ghifary Shop didirikan pada tahun 2016 oleh Mellysa Gita Larasati, lahir di Pamekasan, 12 Februari 1992. Owner Al-Ghifary Shop merupakan seorang IRT yang berdomisili di Perumahan Graha Kencana Blok gg No.4 RT.02, RW.01 Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan. Sedangkan kediamannya berlokasi Perumahan Royal 9 Panglegur, Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan (belakang Kantor Imigrasi Pamekasan). Al-Ghifary Shop memasarkan produk milik beberapa *supplier* secara *dropship* yang secara konsisten

¹³ Ibid.

menjual produk *fashion* muslimah dari beberapa *supplier* atau agen di Indonesia.¹⁴

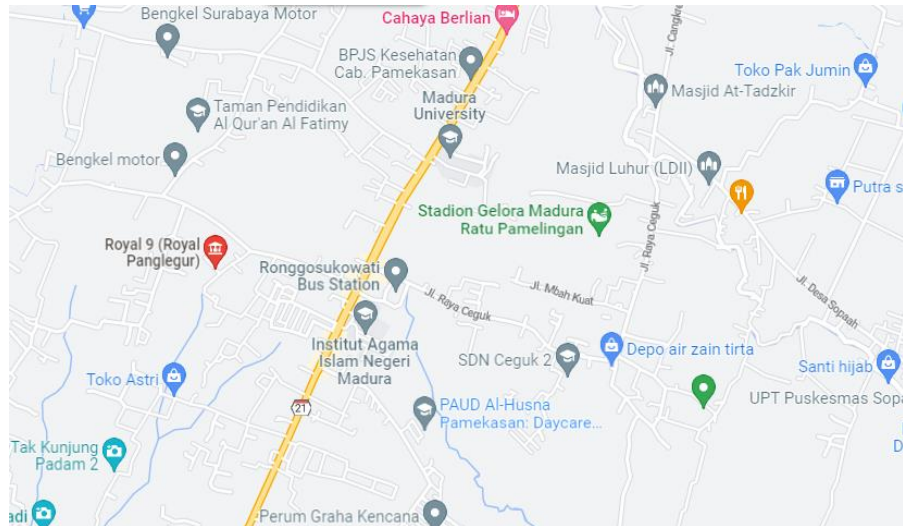


Gambar 1.14.
Kontrakan Al-Ghifary Shop



Gambar 1.15.
Kediaman Al-Ghifary Shop

¹⁴ Mellysa Gita Larasati, *Owner Al-Ghifary Shop, Wawancara Langsung (25 Juni 2021)*.



Gambar 1.16.
Peta Lokasi Al-Ghifary Shop¹⁵

b. Produk

Ada beberapa produk yang dijual oleh Al-Ghifary Shop melalui beberapa *supplier*, salah satunya yaitu produk *fashion* muslimah brand SS atau Shella Saukia asal Aceh yang *didropship*-nya melalui agen-agen resmi Shella Saukia di seluruh Indonesia. Adapun produk-produknya berupa gamis muslimah, gamis set hijab, tunik motif dan polos, set rok plisket, dress, dan lain-lain.¹⁶

Selain itu, Al-Ghifary Shop juga menjual berbagai produk *fashion* secara *dropship* dari Mannah Olshop Surabaya, Adiezca Kudus, dan agen-agen lainnya yang umum digemari masyarakat seperti yang terletak di Batam dan Tanah Abang Jakarta.¹⁷

¹⁵ <https://www.google.com/maps/search/perumahan+royal+9+pamekasan/@-7.194435,113.4718731,15z> diakses pada tanggal 20 Februari 2023, Pukul 10.29.

¹⁶ Mellysa Gita Larasati, *Owner Al-Ghifary Shop, Wawancara Langsung* (25 Juni 2021).

¹⁷ *Ibid.*

c. Perkembangan Al-Ghifary Shop

Al-Ghifary Shop didirikan pada tahun 2016 dengan modal awal Rp 300.000,-. Nama “Al-Ghifary Shop” terinspirasi dari nama sahabat setia Rasulullah SAW yaitu Abu Dzar Al-Ghifary yang memeluk Islam dengan sukarela dan mengabdikan seluruh hidupnya untuk Islam. *Owner* berharap dengan nama tersebut *online shop* miliknya dapat berkembang dan membawa kebaikan untuknya dan keluarganya di dunia dan akhirat.¹⁸

Seperti halnya bisnis lain, Al-Ghifary Shop selama 2 tahun pertama belum banyak dikenal sehingga kondisi bisnis mengalami keuntungan dan kerugian yang tidak jelas, ditambah lagi manajemen strategi *dropship* yang belum dikuasai *owner* sehingga cenderung mengalami kerugian dalam hal keuangan, tenaga, dan waktu.¹⁹

Pada tahun ketiga Al-Ghifary Shop mengalami peningkatan sebab *owner* mulai belajar dari pengalaman, seperti beberapa kali menerima keluhan *customer*, kecewa kepada *supplier*, rugi modal dan ongkos kirim, pengembalian barang dan uang *customer*, bertemu *customer* dan *supplier* yang tidak jujur, dan lain-lain.²⁰

Dari beberapa tahun yang dilewati Al-Ghifary Shop membuat *owner* menetapkan strategi dan kebijakan-kebijakan tegas untuk meminimalisir bahkan menghilangkan resiko bisnis secara *dropship* sebab menurutnya *dropship* tetaplah bisnis yang menguntungkan jika

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid.

dijalankan dengan cara yang tepat. Kebijakan-kebijakan tersebut berupa keharusan *customer* untuk membayar di awal baru kemudian *owner* melakukan pesanan kepada *supplier*, keharusan *customer* untuk memastikan detail produk dan metode pengiriman yang diinginkan, dan untuk *owner* sendiri hanya menjual produk yang spesifikasinya jelas dari *supplier*, sebab ada pula *supplier* yang kurang jelas dalam memberikan spesifikasi detail produk. Dengan cara inilah Al-Ghifary Shop dapat mempertahankan bisnisnya hingga saat ini.²¹

d. Metode Pemasaran

Al-Ghifary Shop memasarkan produknya secara *online*. Sebagai *dropshipper*, ia memiliki banyak relasi agen di seluruh Indonesia yang menjalin kerja sama untuk melakukan *dropship*. Al-Ghifary Shop memanfaatkan media sosial WhatsApp untuk melakukan promosi dengan menggunakan foto dan video promosi yang sudah disediakan oleh *supplier*. Al-Ghifary Shop juga memanfaatkan media sosial WhatsApp untuk menerima pemesanan dan pembayaran.²²

Untuk tata cara pembayaran hanya memberlakukan via transfer antar bank demi keamanan. Sedangkan untuk pengiriman pesanan, Al-Ghifary Shop terkadang mengikuti kebijakan setiap *supplier*, terkadang pula mengusulkan keinginan *customer* kepada *supplier*

²¹ Ibid.

²² Observasi Partisipan, 04 Juli 2021.

apakah ingin melalui ekspedisi Pos Indonesia, JNE, JNT, Wahana, SiCepat, Cargo, Antaraja, Pandu Logistik, atau semacamnya.²³

e. Standar Pelayanan

Standar pelayanan yang digunakan oleh Al-Ghifary Shop tidak jauh berbeda dengan online shop lainnya secara umum, namun Al-Ghifary Shop di sini menekankan 2 prinsip yang dianggap *urgent* dalam menjalankan bisnis. Sebab menurutnya jika kedua prinsip ini tidak dijalankan dengan baik maka bisnisnya akan terancam bahkan saat baru dimulai. Kedua prinsip tersebut yaitu prinsip kesamaan hak dan prinsip kejelasan.²⁴

1) Prinsip Kesamaan Hak

Setiap orang memiliki hak yang sama, begitupun *customer*. Tidak ada *customer* yang tidak menginginkan pelayanan yang baik. Semua *customer* ingin dianggap spesial, ingin segera ditanggapi, ingin segera dilayani, ingin segera diperhatikan, terlepas bagaimanapun kondisi dan riwayat kesan *customer*. Misalnya, ada *customer* yang sering membeli, ada yang jarang membeli, ada yang penuh sandiwara seperti sering komplain, sering minta diskon atau *free* ongkos kirim, mengancam pindah langganan jika keinginannya tidak terpenuhi, ada yang membeli dengan syarat (akan kembalikan

²³ Mellysa Gita Larasati, *Owner Al-Ghifary Shop, Wawancara Langsung* (25 Juni 2021).

²⁴ *Ibid.*

barang jika ternyata tidak bagus walaupun memang itu yang dipesan), dan sebagainya.²⁵

Oleh karena itu prinsip kesamaan hak ini sangat penting walaupun terasa sulit dijalani. Karena tidak semua *customer* yang datang harus sesuai dengan keinginan penjual. Baik atau tidak niat awal *customer* yang datang, tetap harus dilayani dengan baik namun tetap tanpa merugikan penjual.²⁶

2) Prinsip Kejelasan

Kejelasan dalam hal ini mencakup deskripsi produk yang dipesan, harga yang disepakati (harga produk dan biaya kirim), ekspedisi yang digunakan, alamat tujuan serta nomor yang bisa dihubungi. Hal ini penting diketahui supaya tidak ada komplain terkait produk ataupun harga nantinya, sebab dapat terjadi seshal-hal yang tidak diharapkan yang dapat merugikan *dropshipper* jika tidak ada kejelasan sejak awal.²⁷

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

B. Paparan Data dan Temuan Penelitian

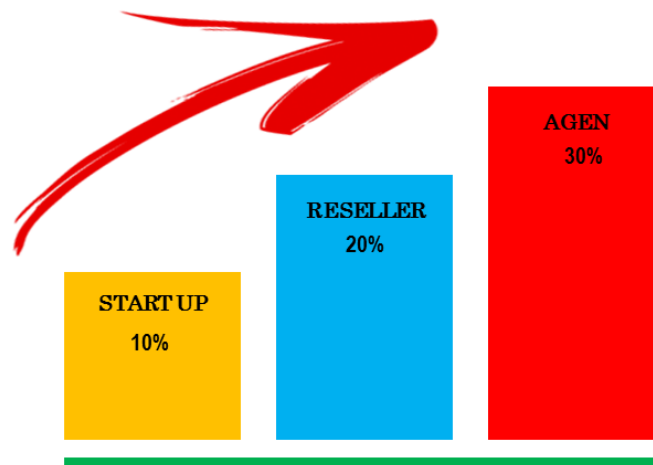
1. Penerapan *Dropship Marketing System* Di Purnama Galery Dan Al-Ghifary Shop Di Pamekasan

Berikut 2 *online shop* terkait penerapan *dropship marketing system*, yaitu Purnama Galery dan Al-Ghifary Shop yang mana Purnama Galery berperan sebagai *supplier*, dan Al-Ghifary Shop berperan sebagai *dropshipper*.

a. Penerapan *Dropship Marketing System* Di Purnama Galery

Purnama Galery telah menerapkan sistem dropship selama bertahun-tahun sehingga memiliki banyak *dropshipper* yang menjadi mitranya. Ada 3 tingkatan mitra di Purnama Galery yaitu tingkatan *start up* atau *member* (pemula), tingkatan *reseller*, dan tingkatan agen. Setiap orang yang ingin bergabung dibebaskan dalam menentukan tingkatannya masing-masing. Mereka dapat memulainya dari tingkatan *member* atau langsung menjadi agen tanpa harus melewati tingkatan *member* dan *reseller*.²⁸ Adapun jenjang karir tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

²⁸ Observasi Partisipan, 02 Juli 2021.



Gambar 1.17.
Jenjang Karir Di Purnama Gallery²⁹

Untuk bergabung menjadi mitra tingkatan *start up* pertama-tama cukup membeli 1 buah hijab seharga berapapun dan 1 buah kartu keanggotaan. Dari pembelian pertama ini member sudah mendapat diskon langsung 10%. Pada tingkatan *member* tidak diharuskan untuk menjual kembali kepada *customer* sebagaimana *reseller* dan agen, namun tetap dapat melakukan *dropship* dengan target penjualan minimal 1 buah hijab per-bulan.³⁰

Selanjutnya jika member ingin naik ke tingkatan yang lebih tinggi yaitu tingkatan *reseller*, maka member harus meningkatkan pembelanjannya minimal membeli 3 buah hijab dan kartu keanggotaan dengan diskon langsung 20%. Sebagai reseller harus

²⁹ Ibid.

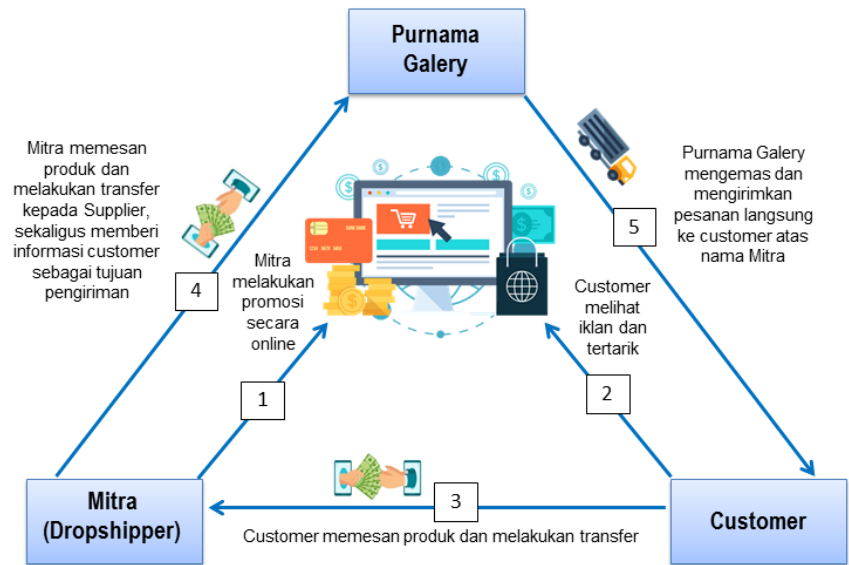
³⁰ Ibid.

menjual kembali produk-produk Purnama Galery secara konsisten minimal 3 buah hijab setiap bulan, baik menggunakan sistem *reseller*, ataupun sistem *dropship*. Jika penjualan tidak mencapai target, maka otomatis kembali ke tingkatan member dengan diskon 10%.³¹

Tingkatan yang paling tinggi di Purnama Galery yaitu tingkatan agen. Untuk menjadi agen, diharuskan membayar biaya registrasi sebesar Rp 60.000,- dan deposit minimal Rp 3.000.000,-. Selain itu agen juga mendapatkan *banner* gratis dan diskon 30% yang berlaku *all item*. Adapun target penjualan agen harus mencapai minimal 3.000.000,- per-bulan. Sebagai agen tentu harus siap membina dan membimbing member dan *reseller*-nya sampai bisa menjalankan bisnis dengan maksimal, baik secara *online* maupun *offline*. Sebagai agen juga akan mendapatkan *reward* bulanan jika penjualan tiap bulannya mencapai nominal 10.000.000,- lebih. Penjualan yang dimaksud di sini bisa secara *online* dan *offline*. Adapun secara *online*, semua tingkatan mitra di Purnama Galery dapat melakukan *dropship*.³² Untuk mempermudah pemahaman tentang *dropship*, penulis sajikan dalam bentuk skema berikut ini:

³¹ Ibid.

³² Ibid.



Gambar 1.18.
Sistematika Dropship Di Purnama Galery³³

Sebelum melakukan *dropship*, semua mitra harus mempromosikan produk-produk Purnama Galery secara *online* terlebih dahulu. Promosi *online* bertujuan untuk menciptakan daya tarik dan rasa penasaran kepada *customer*, serta supaya *customer* dapat mengenal produk yang dijual dan mengingatnya dengan baik. Jika berhasil, maka *customer* akan memesan produk-produk yang diinginkannya kepada mitra.

Selanjutnya, mitra harus melanjutkan pesanan *customer* kepada admin Purnama Galery dengan rincian yang jelas berupa jenis barang, jumlah barang, warna, ukuran, dan alamat tujuan. Setelah itu admin akan memberinya nota pembelian yang berisi total pesanan mitra,

³³ Purnamawati, *Owner Purnama Galery, Wawancara Langsung* (25 Juni 2021).

diskon level, dan ongkos kirim. Setelah itu mitra harus mentransfer sejumlah uang sesuai yang tertera di nota sebagai tanda jadi. Barulah kemudian Purnama Galery mengirimkan barang tersebut kepada customer secara langsung (jika yang dipesan merupakan barang *ready*) dengan mencantumkan nama mitra sebab mitra berperan sebagai *dropshipper*. Namun jika yang dipesan merupakan barang *pre-order* maka akan dikirimkan setelah barang *ready* di Purnama Galery. Barang *pre-order* ini dapat berupa produk baru yang akan launching atau produk lama yang diproduksi kembali sebab permintaan *overload*. Ketika mitra tidak melanjutkan ke proses transfer, maka otomatis pesannya akan dianggap batal.

Di antara beberapa produk yang dijual di Purnama Galery yaitu fashion muslimah *brand* Daffi dan Yessana, seperti hijab, gamis/dress, mukenah, *inner* hijab, dan sebagainya. Produk-produk yang seringkali membuka *pre-order* yaitu produk hijab dan gamis/dress. Banyaknya permintaan terkait kedua produk tersebut terkadang membuat proses pengiriman dari Purnama Galery ke *customer* sedikit lebih lama sebab pengiriman yang dilakukan diurut berdasarkan urutan order dan transfer. Dengan kata lain, *customer* yang order dan transfer terlebih dahulu akan diproses lebih awal, tidak mengikat apakah yang order dan transfer menggunakan *dropship* atau tidak. Di sinilah kemudian potensi dan kendala dari penerapan *dropship* terlihat. Purnama Galery mengakui dalam wawancaranya,

“Kalau dropship ini kan ga usah nyetok ya, cukup promosi aja itu enak. Buat ibu rumah tangga bisa jadi bisnis sampingan, buat yang baru belajar bisnis juga bisa. Jadi bisa buka banyak lowongan kerja. Kendalanya cuma kalau customer minta dikirim barang ke tempat yang berbeda dengan pesanan yang berbeda-beda. Jadi harus benar-bener fokus jangan sampai keliru kirim.”³⁴

Owner mengakui bahwa memproses sistem dropship lebih ribet dari pada sistem jual beli pada umumnya sebab dalam proses *dropship* harus menggunakan alamat dari mitra, sehingga perlu diketik ulang alamat pengirim saat *packing*. Ini menjadi kendala bagi Purnama Galery, ditambah lagi ketika mitra meminta untuk mengirimkan beberapa pesanan ke beberapa alamat yang berbeda sekaligus. Di sinilah *owner* harus lebih fokus dan jeli supaya tidak terjadi kekeliruan dalam proses pengiriman. Ini merupakan hal yang wajar dalam bisnis, sebab tidak ada sistem bisnis yang sempurna melainkan selalu ada aspek potensi dan kendalanya masing-masing.

Owner juga menyatakan bahwa sistem *dropship* memiliki banyak potensi baginya dan bagi para mitranya. Misalnya ibu rumah tangga yang ingin memiliki bisnis sampingan akan tetapi tanpa harus meninggalkan rumah. Begitu juga dengan para pemula (biasanya terdiri dari guru sukwan, karyawan honorer, dan pengangguran) yang ingin belajar bisnis namun tidak ingin menyetok barang supaya tidak rugi, atau tidak ingin mengeluarkan biaya sebab takut tidak balik modal. Oleh karena itulah Purnama Galery menyediakan *dropship* dan

³⁴ Ibid.

siap melayani, termasuk jika ada kendala dalam penerapannya. Namun sebelum terjadi peristiwa yang tidak diinginkan, *owner* Purnama Galery sudah *manage* supaya tidak terjadi resiko. Kalaupun terjadi, dampaknya tidak terlalu besar. Ia mengatakan,

“Lebih berhati-hati saja, list pesanan harus rapi, harus ada admin juga 2 orang untuk bantu saya. Memang awalnya ribet, tapi lama-lama terbiasa dengan banyaknya orderan. Kalau ada komplain ya diterima, tapi juga dilihat dulu masalahnya dari mana. Pernah ada kendala jahitan rusak waktu barang sampai di customer, jadi waktu itu saya kasih pilihan tukar barang atau retur. Tapi tetap saya bujuk untuk dijahit dulu tapi saya yang tanggung ongkos jahitnya. Kalau kendala warna saya tidak menerima.”³⁵

Purnama Galery mengutarakan pentingnya kehati-hatian dan rekap order yang rapi supaya dalam menerima pesanan, mengemas dan mengirimnya tidak mengalami kendala. Purnama Galery juga memiliki 2 orang admin sehingga bisa saling berbagi tugas.

Dalam wawancara *owner* juga menceritakan salah satu kendala yang pernah terjadi di Purnama Galery yaitu adanya jahitan yang rusak pada hijab. Ia memberi solusi kepada *customer* berupa pilihan untuk menukar barang atau retur (pengembalian barang). Retur merupakan solusi terakhir yang ditawarkan oleh Purnama Galery. Sebelum sampai ke solusi terakhir, *owner* memberi solusi untuk memperbaiki barang tersebut terlebih dahulu ke penjahit dengan menanggung penuh biaya reparasinya. Jika *customer* tetap bersikukuh, maka returlah solusi terakhirnya. Ini merupakan solusi untuk

³⁵ Ibid.

komplain kerusakan barang pesanan. Adapun komplain mengenai warna yang tidak sesuai, Purnama Galery tidak menerimanya.³⁶

Seperti yang kita ketahui pada promosi *online* (misalkan produk hijab), tingkat kemiripan warna di foto dan warna *real*-nya tidak mirip 100%. Ini hal yang wajar dalam bisnis *online* dan bukan rahasia umum. Seringkali warna *real* hijab 1 tingkat lebih terang atau lebih gelap dari pada di foto tergantung *lighting* dan resolusi handphone masing-masing. Maka sebagai *customer* tentu harus memahami hal ini terlebih dahulu sebelum memustuskan untuk membeli. Begitupun dengan bahan hijab, detail ukuran, model, dan sebagainya. Biasakan membaca deskripsi produk terlebih dahulu sebelum memesan, walaupun ketika memesan nanti *seller* masih bertanya apakah sudah yakin dengan pesannya atau tidak. Jadi, edukasi dalam berbisnis online sangat penting untuk dipahami para pelakunya, baik itu *supplier*, *customer*, ataupun *dropshipper*.

Inilah alasan mengapa di Purnama Galery tidak menerima komplain salah warna kecuali karena kelalaian dari Purnama Gallery pribadi, misalnya ketika *customer* memesan warna *raspberry* tapi yang dikirim warna *greentea* (memang 2 warna yang berbeda).

Namun, kesalahan pengiriman dari Purnama Gallery sangat jarang terjadi sebab adanya manajemen yang baik. Owner melakukan pembagian tugas dan tanggung jawab kepada para adminnya tentang

³⁶ Ibid.

apa saja yang harus dikerjakan setiap hari. Ini merupakan strategi owner untuk meminimalisir kendala terlepas dari sistem apapun yang digunakan baik itu sistem penjualan langsung atau sistem *dropship*. Ia mengatakan,

“*Dropship* ini bagus, apalagi untuk penjual yang tidak mau ribet dan takut tidak laku kalau nyetok barang. Buat saya juga bagus untuk memperluas pasar.”³⁷

Seperti halnya pebisnis lain, Purnama Galery ingin bisnisnya berkembang, penjualannya meningkat, pangsa pasar yang luas, minim kendala, dan laba maksimal. Sehingga ia tidak hanya menggunakan sistem penjualan langsung melainkan juga sistem *dropship* untuk memperluas pangsa pasarnya. Bagi *owner*, setiap sistem dalam bisnis memiliki plus minusnya masing-masing, maka dalam berbisnis tidak cukup hanya menggunakan satu sistem saja melainkan beberapa sistem untuk mengambil setiap manfaat secara maksimal selama itu baik dan manusiawi serta tidak menyalahi ajaran agama.³⁸

Owner melihat ada peluang besar dari sistem *dropship* yang juga menjadi latar belakangnya melakukan *dropship*, yaitu: *Pertama*, banyaknya orang yang ingin memiliki bisnis sampingan tapi belum mengetahui apa produknya dan bagaimana menjalankan bisnisnya. *Kedua*, Adanya penjual yang takut tidak laku jika menyetok barang.

³⁷ Ibid.

³⁸ Purnamawati, *Owner Purnama Galery, Wawancara Langsung* (02 Januari 2022).

Banyak penjual kesulitan dengan urusan stok yang tak kunjung terjual sehingga pada akhirnya hanya menjadi tumpukan barang yang tidak diinginkan *customer* sebab model produk sudah tidak *update*. *Ketiga*, Adanya penjual yang kesulitan dengan biaya tambahan seperti biaya pengemasan barang (kardus, plastik, bubble wrap, isolasi, label pengiriman, segel pengiriman, isolasi warning) dan dana transportasi menuju ekspedisi pengiriman. *Keempat*, Adanya ibu rumah tangga, guru, dan karyawan yang ingin memiliki penghasilan tambahan namun kesulitan meninggalkan tempatnya bekerja. *Kelima*, Adanya pengangguran yang kesulitan dalam mencari pekerjaan.³⁹

Berawal dari latar belakang inilah kemudian *owner* membuka lowongan kemitraan dan menyediakan sistem *dropship* untuk mempermudah mitranya dalam menjalani bisnis tanpa harus memikirkan masalah stok barang, pengemasan, dan pengiriman. Di samping itu, Purnama Galery juga melakukan edukasi via *online* kepada para mitranya untuk memperluas wawasan tentang sistem *online* dan bisnis. Adapun konten-konten untuk promosi *online* sudah disediakan oleh Purnama Galery dan bisa diunduh langsung oleh mitra. Jadi, setiap mitra yang menggunakan sistem *dropship*, hanya perlu meng-*upload* konten-konten promosi yang sudah disediakan, lalu menghubungi Purnama Galery jika ada *customer* yang berminat. Sangat mudah, simpel, hemat biaya dan tenaga.

³⁹ Purnamawati, *Owner Purnama Galery, Wawancara Langsung* (25 Juni 2021).

Dari sini dapat kita pahami bahwa manfaat yang muncul dari sistem *dropship* tidak hanya dirasakan bagi Purnama Galery saja melainkan dapat dirasakan oleh lebih banyak pihak.

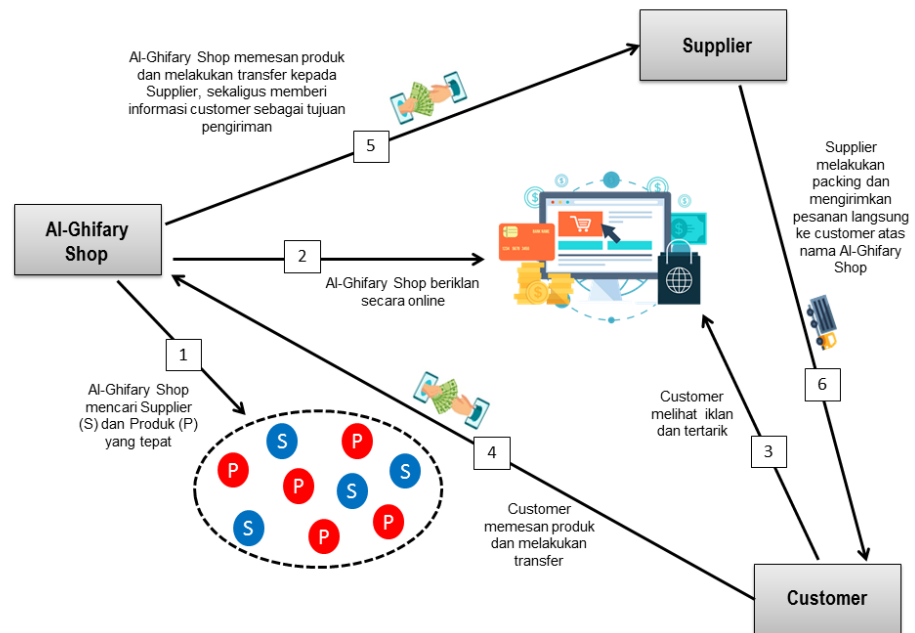
b. Penerapan *Dropship Marketing System* Di Al-Ghifary Shop

Sistem *dropship* yang dilakukan oleh Al-Ghifary Shop yaitu kategori *dropship* bisnis kecil. Pada kategori ini Al-Ghifary Shop mengambil barang melalui *supplier* untuk dijual kepada *customer* sebagai *end user* (pengguna akhir) secara eceran.

Adapun motivasi Al-Ghifary Shop yaitu untuk mandiri secara finansial supaya kebutuhan sehari-hari dapat tercukupi. Sehingga, *owner* menfokuskan diri untuk mempelajari *dropship* dan mempraktikkannya sebaik mungkin supaya memperoleh manfaat yang maksimal.⁴⁰

Penerapan *dropship* di Al-Ghifary Shop, penulis simpulkan dalam skema berikut:

⁴⁰ Mellysa Gita Larasati, *Owner Al-Ghifary Shop, Wawancara Langsung* (25 Juni 2021).



Gambar 1.19.
Sistematika Dropship Di Al-Ghifary Shop⁴¹

Pertama-tama Al-Ghifary Shop mencari *supplier* dan produk yang akan dijualnya sambil lalu membeli produk yang ingin diketahui detailnya. Jika ternyata produknya layak jual maka Al-Ghifary Shop bekerja sama dengan *supplier* kemudian mempromosikannya melalui aplikasi WhatsApp. Setelah itu *customer* memesan produk ke Al-Ghifary Shop, lalu *owner* memastikan produk tersebut di *supplier*. Ketika produk yang diinginkan *customer* sudah jelas ada, *owner* memberi nota pembelian kepada *customer*. Selanjutnya, *customer* berkewajiban mentransfer sejumlah uang sesuai yang tertera di nota pembelian. Setelah *customer* melakukan *transfer*, baru kemudian

⁴¹ Ibid.

owner mentransfer sejumlah yang dibutuhkan kepada *supplier*. Disitulah kemudian kewajiban *supplier* untuk mengirimkannya langsung kepada *customer* dengan menggunakan nama *owner* sebagai pengirim, sebab *owner* berperan sebagai *dropshipper*. Sebagaimana dalam wawancara *owner* mengatakan,

“Saya pesan langsung ke agen. Kalau *customer* sudah transfer, baru saya *transfer* ke agen. Lalu saya minta tolong ke ke agen biar dikirim pakai nama saya.”⁴²

Dari wawancara tersebut diketahui bahwa penerapan *dropship* di Al-Ghifary Shop hampir sama seperti penerapan *dropship* pada umumnya. Namun yang membedakannya di sini adalah syarat dan ketentuan yang diberlakukan. Syarat dan ketentuan ini dapat berbeda-beda sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman masing-masing *owner* olshop. Al-Ghifary Shop memiliki syarat pribadi sebelum menjual produk yaitu mencari *supplier* yang bisa diajak bekerjasama dan mencari produk yang jelas. Adapun syarat mutlak bagi *customer-customer*nya yaitu harus melakukan transfer terlebih dahulu sebagai tanda jadi atas pesannya. *Owner* mengatakan,

“Syaratnya ya harus transfer dulu biar *customer* tidak cancel pesannya. Dipastikan juga mau pesan yang mana soalnya kalau ganti-ganti pesanan bisa ribet urusannya sama agen. Kalau seumpama saya yang talangi dulu terus *customer* tiba-tiba cancel kan saya yang rugi.”⁴³

⁴² Ibid.

⁴³ Ibid.

Owner menegaskan bahwa jika *customer* sudah transfer maka dapat dikatakan bahwa *customer* sudah memesan produk. Sebaliknya jika *customer* belum transfer maka *customer* belum memesan produk. *Customer* juga tidak dibenarkan untuk mengganti pesannya sebab *supplier* sudah mengatur pengemasan dan pengiriman. Oleh karena itulah *customer* harus memastikan terlebih dahulu detail produk yang hendak dipesan supaya tidak menimbulkan kesulitan bagi *dropshipper* dan *supplier*.

Adapun produk yang dijual di Al-Ghifary Shop yaitu pakaian, hijab, sarung BHS, tas, dompet atau objek transaksi lain sesuai pesanan *customer*. Terkadang ada yang memesan perlengkapan ibadah, peralatan dapur, dan *Outfit Of The Day* (OOTD) yang kekinian. *Owner* menerima setiap pesanan *customer*, tidak mengikat apakah itu produk yang sedang dijualnya atau tidak. Pesanan yang masuk ke Al-Ghifary Shop diproses dengan cara *dropship* sehingga *owner* tidak perlu menyetok produk-produk tersebut terlebih dahulu. Potensi inilah yang membuat *owner* menekuni bisnis dengan sistem *dropship*.⁴⁴

Namun, di samping potensi juga ada beberapa kendala yang kerap dialami. *Owner* menjelaskan,

“Enaknya *dropship* itu tidak ribet, saya tidak perlu nyetok juga. Tapi kendalanya itu kalau saya ga tau barangnya dulu pas tiba-

⁴⁴ Ibid.

tiba tidak sesuai, robek, barangnya jelek, saya bingung ini yang curang agen atau customer yang sengaja ganti barangnya.”⁴⁵

Owner setuju bahwa *dropship* membawa manfaat baginya selama ada kejelasan dan kejujuran dari *supplier* dan *customer*. Tanpa kedua hal tersebut sistem *dropship* tidak akan efektif dan pihak *dropshipper* yang akan dirugikan.

Al-Ghifary Shop telah mengalami beberapa kali kerugian pada awal merintis bisnis sehingga banyak pelajaran yang ia dapatkan dari sistem *dropship*. Dari pelajaran-pelajaran inilah kemudian ia jadikan referensi dalam menjalani bisnisnya seperti keharusannya mengetahui produk yang dijualnya, supaya tidak muncul kendala di masa mendatang. Begitu juga tata cara menangani *customer* dan *supplier*, serta penanganan jika terjadi kendala. *Owner* mengatakan,

“Seumpama salah memang di saya, saya kembalikan uangnya, atau bisa tukar barang. Tapi kalau yang curang agen atau *customer* ya saya yang jadi korban. Biasanya barang retur saya cicilkan sama yang mau biar modal balik. Sebenarnya sistemnya bagus kalau jujur semua, yang repot kan kalau ada yang curang. Iya di agennya terjual, tapi kalau customer tidak cocok sama barangnya kan balikannya ke saya.”⁴⁶

Dalam wawancara di atas *owner* mengatakan bahwa ia siap bertanggung jawab jika memang *owner* terbukti bersalah. Ia menyatakan siap menanggung segala resikonya. Namun, jika kesalahan berada di pihak *supplier*, ia akan menuntut *supplier* untuk

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Ibid.

bertanggung jawab, tentunya harus ada bukti terlebih dahulu dari *customer* seperti foto dan video *unboxing*. Jika tidak ada bukti, maka komplain *customer* tidak dapat diterima sebab tidak cukup hanya dengan lisan.

Terlepas dari itu semua, ada banyak manfaat yang dirasakan oleh Al-Ghifary Shop, ia mengatakan,

“Manfaatnya banyak, saya bisa dapat penghasilan yang lumayan soalnya tidak pakai modal banyak tapi bisa jualan. Pengiriman dan pengemasan juga sudah ditanggung agen, saya jadi gampang jualannya tinggal promosi saja, terima transferan, tidak perlu keluar rumah, bisa lebih santai, anak juga tidak sampai diabaikan gara-gara jualan, kerjaan rumah juga tidak keteteran.”⁴⁷

Dari sini dapat kita pahami bahwa ada beberapa manfaat yang bisa diperoleh dari sistem *dropship* jika dilakukan dengan benar. Sebagaimana pemahaman mayoritas orang, ketika seseorang ingin berbisnis, ia akan sibuk dengan stok barang, harus menyewa bangunan untuk toko dan gudang penyimpanan, menghabiskan banyak modal, dan sebagainya. Namun dengan sistem *dropship*, seseorang dapat berbisnis dengan santai, tanpa modal atau minim modal, tanpa harus meninggalkan kewajiban-kewajibannya baik di rumah, di kantor, dan kewajibannya terhadap keluarga.

Al-Ghifary Shop menandakan bahwa *dropship* tidak hanya menguntungkan baginya, namun juga bagi agen dan *customernya*. Ia mengatakan,

⁴⁷ Mellysa Gita Larasati, *Owner Al-Ghifary Shop, Wawancara Langsung* (02 Januari 2022).

“kalau buat agen ya untung, kan agen tidak kenal sama *customer-customer* saya tapi dagangannya bisa terjual lewat saya. Kalau buat *customer* ya enaknya itu lebih murah soalnya dikirim langsung dari agen. Kalau dikirim masih lewat saya kan mahal ongkirnya soalnya barang wira-wiri.”⁴⁸

Ketiga pihak (*supplier, dropshipper, customer*) yang terlibat dalam praktik jual beli secara *dropship* sama-sama mendapatkan manfaat. Bagi agen dapat terbantu keterbatasan jangkauannya, bagi *dropshipper* dapat komisi dari penjualannya, serta bagi *customer* dapat lebih hemat ongkos kirimnya.

Supaya mendapat manfaat yang maksimal ada beberapa strategi yang dibagikan oleh Al-Ghifary Shop yaitu; *Pertama*, harus mengetahui produknya terlebih dahulu. Tidak masalah jika keluar modal satu kali untuk mengetahui produknya secara langsung supaya tidak timbul masalah di masa depan yang berujung gulung tikar. *Kedua*, hendaknya mencari *supplier* yang dapat bekerja sama dengan baik sebab mencari rekan bisnis tentu harus selektif supaya bisnis menjadi lancar. Ketiga, berdoa dan bersabar. Sebab suka, duka, dan kecewa dalam bisnis itu pasti ada, dan tidak ada seorangpun yang bisa langsung sukses begitu saja.⁴⁹

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Mellysa Gita Larasati, *Owner Al-Ghifary Shop, Wawancara Langsung* (25 Juni 2021).

2. Relevansi *Maqashid Syariah* Kontemporer Jasser Auda Pada Penerapan *Dropship Marketing System* Di Purnama Galery Dan Al-Ghifary Shop Di Pamekasan

a. Relevansi *Maqashid Syariah* Kontemporer Jasser Auda Pada Penerapan *Dropship Marketing System* Di Purnama Galery

Penerapan *dropship marketing system* di Purnama Galery memiliki relevansi dengan penerapan *dropship marketing system* tinjauan *maqashid syariah* kontemporer Jasser Auda. Pola pelaksanaan *dropship marketing system* yang dilakukan oleh Purnama Galery berupa kerja sama kemitraan yang terencana dan terstruktur antara Purnama Galery dan para mitranya. Hal ini sesuai dengan *maqashid syariah* kontemporer Jasser Auda pada penerapan *dropship marketing system* yang mengutamakan pentingnya kejelasan bentuk kerja sama antara *dropshipper* dan *supplier* sehingga *dropshipper* dapat berperan sebagai *wakil* yang telah memperoleh kuasa dari *supplier*. Tanpa kuasa, seorang *dropshipper* tidak dibenarkan untuk menjual produk-produk milik *supplier* oleh sebab status kepemilikan yang belum jelas. Sehingga, setiap *online shop* yang ingin melakukan *dropship* melalui Purnama Galery diharapkan dapat bekerja sama terlebih dahulu dalam kemitraan yang sudah diatur ketentuan-ketentuannya oleh Purnama Galery, sebab Purnama Galery hanya memberi kuasa kepada para mitranya yang telah bergabung menjadi

bagian dari Purnama Galery untuk menjual produk-produk milik Purnama Galery.

Pola kemitraan yang diterapkan di sini berasal dari model penjualan yang ditetapkan oleh Perusahaan Daffi Hijab Pusat dan Yessana Hijab Pusat untuk seluruh distributornya di seluruh Indonesia. Sehingga Purnama Galery selaku salah satu distributor juga menerapkan pola kemitraan ini kepada anggota-anggotanya.

Ikatan kerja sama kemitraan ini juga tak lain untuk dapat saling mengenal satu sama lain, serta untuk memaksimalkan terwujudnya hubungan mutualisme antara Purnama Galery sebagai *supplier* dan mitra-mitranya sebagai *dropshipper*. Adanya kerja sama ini terbukti dapat lebih mudah dan lebih tenang untuk dijalani bagi Purnama Galery dan para mitranya. *Owner* Purnama Galery mengatakan,

“Pakai *dropship* jadi lebih enak, jangkauan jadi lebih luas, mitra mudah didapat, *customer* jadi makin banyak, prosesnya simpel tinggal saya kirim barangnya dari sini pakai nama mereka (*dropshipper*). Mereka juga bisa lebih santai tidak perlu *packing* dan tidak perlu kirim sendiri, lebih hemat ongkos kirim juga”.⁵⁰

Dari perkataan *owner* tersebut dapat kita pahami bahwa ada masalah yang sama-sama dapat dirasakan oleh *supplier* dan *dropshipper*. Purnama Galery dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan adanya program kemitraan ini. Proses panjang dari mitra ke mitra dapat mempermudah aktivitas pemasaran dan jual beli yang dilakukan Purnama Galery.

⁵⁰ Purnamawati, *Owner* Purnama Galery, *Wawancara Langsung* (25 Juni 2021).

Adapun bagi mitra-mitra Purnama Galery, mereka dapat menambah penghasilan mereka dengan cara yang mudah dan santai tanpa perlu meninggalkan aktivitas prioritasnya. Bagi guru dan staf honorer tidak perlu meninggalkan kantornya. Bagi ibu rumah tangga tidak perlu meninggalkan rumahnya. Tak sedikit pula dari para pengangguran yang tak perlu risau untuk memulai bisnis tanpa modal dan tanpa stok barang. Segala keperluan terkait stok barang, pengemasan, dan pengiriman sudah ditangani oleh Purnama Galery. Begitu pula mengenai kualitas produk sudah melalui *quality control* yang ketat sehingga kualitas produk tidak mudah berubah.

Dari sini di atas dapat diambil kesimpulan bahwa penerapan *dropship marketing system* di Purnama Galery telah sesuai pelaksanaannya dengan tujuan sebenarnya dari sistem *dropship*, serta telah sesuai dengan fitur kebermaksudan yang ditekankan oleh Jasser Auda. Dengan begitu, pelaksanaan *dropship marketing system* di Purnama Galery sudah tepat guna dan relevan dengan *maqashid syariah* kontemporer Jasser Auda pada penerapan *dropship marketing system*.

b. Relevansi *Maqashid Syariah* Kontemporer Jasser Auda Pada Penerapan *Dropship Marketing System* Di Al-Ghifary Shop

Penerapan *dropship marketing system* di Al-Ghifary Shop memiliki relevansi dengan penerapan *dropship marketing system* tinjauan *maqashid syariah* kontemporer Jasser Auda. Pola pelaksanaan *dropship marketing system* yang dilakukan oleh Al-Ghifary Shop berupa kesepakatan dua belah pihak antara Al-Ghifary Shop dan *supplier* terpilih. Adanya kesepakatan ini dalam rangka memperjelas status Al-Ghifary Shop untuk menjadi *dropshipper* bagi *supplier*, sekaligus mendapatkan izin untuk ikut serta memperdagangkan produk-produk milik *supplier*. Selain itu, kerja sama yang diajukan oleh Al-Ghifary Shop dimaksudkan supaya *supplier* dapat lebih *respect* di masa depan terhadap pesanan-pesanan yang dilakukan oleh Al-Ghifary Shop secara *dropship*.

Upaya kejelasan kerja sama yang ingin dicapai oleh Al-Ghifary Shop sesuai dengan *maqashid syariah* kontemporer Jasser Auda pada penerapan *dropship marketing system*. Adanya faktor kejelasan antara Al-Ghifary Shop dan *supplier-supplier* yang dipilihnya membuatnya berhak memperdagangkan produk-produk milik *supplier*. Tanpa kesepakatan semacam ini Al-Ghifary Shop tidak memiliki kuasa atas berbagai objek transaksi tersebut. Hal inilah yang sering menjadi *ikhtilaf* atau perbedaan pendapat di kalangan Ulama. Oleh karenanya kejelasan disini bersifat *urgent* sebab tidak adanya kesepakatan awal

dengan *supplier* juga dapat menimbulkan kebingungan bagi *supplier* yang berakibat tidak maksimal dalam melakukan *dropship*.

Pola kesepakatan yang dilakukan Al-Ghifary Shop berasal dari *trial and error* pengalaman-pengalaman bisnis sebelumnya hingga akhirnya ditemukan strategi yang tepat untuk dapat berbisnis dengan benar dan memperoleh manfaat maksimal dari *dropship*. Ia mengatakan,

“Tujuan saya pakai *dropship* biar saya tidak usah nyetok. Soalnya mau nyetok banyak juga tidak ada modalnya, kalau nyetok sedikit juga tidak cepat laku karena customer kan pasti maunya yang banyak pilihannya, bermacam-macam. Biar saya juga tidak perlu keluar rumah, masih sambil ngurus rumah dan anak. Simpel kalau *dropship* itu, praktis.”⁵¹

Dari sini kita pahami bahwa ada masalah yang diperoleh *owner* dan *supplier-suppliernya*. *Owner* dapat memiliki bisnis sampingan yang menghasilkan tanpa harus keluar rumah sehingga dapat tetap menjalankan kewajibannya di rumah serta kewajiban terhadap anak-anaknya. bagi *supplier-supplier* pilihannya juga menguntungkan sebab produk-produknya dapat lebih dikenal masyarakat melalui Al-Ghifary Shop. Adapun mengenai kualitas produk, Al-Ghifary Shop hanya menjual produk-produk yang ia ketahui wujudnya dan sudah teruji kualitasnya, bukan produk-produk yang kualitasnya mudah berubah dan meragukan. Misalnya produk-produk yang *brand*-nya sudah dikenal baik oleh masyarakat.

⁵¹ Mellysa Gita Larasati, *Owner Al-Ghifary Shop, Wawancara Langsung* (02 Januari 2022).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan *dropship marketing system* di Al-Ghifary Shop telah sesuai pelaksanaannya dengan tujuan sebenarnya dari sistem *dropship*, serta telah sesuai dengan fitur kebermaksudan yang ditekankan oleh Jasser Auda. Dengan begitu, pelaksanaan *dropship marketing system* di Al-Ghifary Shop sudah tepat guna dan relevan dengan *maqashid syariah* kontemporer Jasser Auda pada penerapan *dropship marketing system*.