

## Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Untuk Membangun Jaringan Bisnis Dalam Bisnis *Dropship* (Studi Kasus Pada Mumu Hijab)

Resya Dwi Marselina <sup>1)</sup>, Intan Dinilah <sup>2)</sup>, Meira Purnama Rizki <sup>3)</sup>, Sarah Khoirunnisa <sup>4)</sup>,  
Siskia Nur Aini Putri <sup>5)</sup>

Prodi Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Teknologi Digital, Bandung

Email : [resyadwi@digitechuniversity.ac.id](mailto:resyadwi@digitechuniversity.ac.id) , [intan10120024@digitechuniversity.ac.id](mailto:intan10120024@digitechuniversity.ac.id) ,  
[meira10120046@digitechuniversity.ac.id](mailto:meira10120046@digitechuniversity.ac.id) , [sarah10120027@digitechuniversity.ac.id](mailto:sarah10120027@digitechuniversity.ac.id) ,  
[siskia10120018@digitechuniversity.ac.id](mailto:siskia10120018@digitechuniversity.ac.id)

**Abstract.** *This article or paper aims to determine “the use of social media as a tool for building business networks in the dropship business”. The problem focuses on the use of social media in building business networks. The data collected was obtained based on qualitative observation and analysis, namely interviews with sources directly. This study concludes that the use of social media platforms, especially facebook, can be a means for Mumu Hijab to build a business network, this is proven by the spread of resellers reaching 40 people. Not only that, in building a business network, Mumu Hijab is also active in utilizing WhatsApp, where WhatsApp is a good communication medium for building business networks with Mumu Hijab resellers and also with consumers.*

**Keywords:** *social media, business network, dropship*

**Abstrak.** Artikel atau tulisan ini bertujuan untuk mengetahui “pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk membangun jaringan bisnis dalam bisnis *dropship*”. Masalah difokuskan pada pemanfaatan media sosial dalam membangun jaringan bisnis. Data-data yang dikumpulkan didapat berdasarkan observasi dan analisis secara kualitatif yakni wawancara kepada narasumber secara langsung. Kajian ini menyimpulkan bahwa penggunaan *platform* media sosial khususnya facebook dapat menjadikan sarana bagi mumu hijab dalam membangun sebuah jaringan bisnis, hal ini dibuktikan dengan tersebarnya reseller yang mencapai 40 orang. Tidak hanya itu saja dalam membangun jaringan bisnis, Mumu Hijab juga aktif dalam memanfaatkan WhatsApp dimana WhatsApp ini media komunikasi yang baik dalam membangun jaringan bisnis dengan para reseller Mumu Hijab dan juga dengan para konsumen.

**Kata kunci:** media sosial, jaringan bisnis, *dropship*

### PENDAHULUAN

Bisnis *dropshipping* menjadi sebuah bisnis yang baru dan menjadi trend dalam beberapa tahun terakhir, terlebih lagi dengan berkembangnya internet dan sosial media seperti sekarang. Kemajuan ini mendorong banyak orang untuk berlomba-lomba menjadi seorang pembisnis. Para pelaku usaha *dropship* mampu mendapatkan penjualan yang lebih banyak lantaran pasar mereka yang semakin luas sehingga pelanggan pun makin bertambah banyak. Selain itu banyak yang mengatakan bahwa bisnis *dropship* ini sangat menguntungkan karena siapapun dapat melakukannya tak terkecuali ibu rumah tangga sekalipun. Mengapa demikian? Karena *dropship* ini kita tidak perlu memiliki stok produk untuk dijual dan modal yang dikeluarkan pun sedikit. Dengan kata lain, bisnis *dropship* ini hanya perlu mempromosikan produk dari produsen lain dan mendapatkan komisi dari produk yang dijual. Sistem *dropship*

Received: November 30, 2023; Accepted: Januari 3, 2024; Published: Januari 30, 2024

\*Resya Dwi Marselina, [resyadwi@digitechuniversity.ac.id](mailto:resyadwi@digitechuniversity.ac.id)

ini memudahkan para pemula maupun pelaku usaha dalam mendapatkan keuntungan yang cukup besar setiap bulannya. Tidak dipungkiri bahwa sekarang ini jumlah *dropshipper* mengalami peningkatan yang cukup tinggi khususnya di Indonesia.

Mumu Hijab menjadi salah satu contoh *dropship* yang terbilang cukup sukses, dimana sekarang Mumu Hijab posisinya sudah menjadi agen dan telah memiliki sekitar 40 reseller dan akan terus membuka kesempatan bagi para reseller baru untuk ikut bergabung dengan Mumu Hijab. Dengan memanfaatkan sosial media Mumu Hijab memasarkan berbagai macam produk yang telah disediakan oleh produsen yang telah bekerjasama sebelumnya.

Kemudahan yang diberikan oleh kecanggihan internet saat ini betul-betul dimanfaatkan oleh Mumu Hijab untuk terus mengembangkan jaringan bisnis nya, menjalin hubungan kerjasama dengan supplier atau produsen, dan juga terus memberikan produk-produk yang berkualitas tinggi bagi *customer*.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Jaringan Bisnis**

Jaringan bisnis adalah proses membangun hubungan saling menguntungkan dengan pebisnis lain dan klien potensial dan / atau pelanggan. Jaringan bisnis dapat diartikan sebagai suatu bentuk organisasi di bidang ekonomi yang dimanfaatkan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsure dalam organisasi. Unsur-unsur tersebut pada umumnya berupa unit bisnis, dapat juga berupa non unit bisnis, tetapi merupakan unsure dalam rangkaian yang memfasilitasi penyelenggaraan unit bisnis. Organisasi yang dimaksud dapat bersifat formal maupun informal (Prabatmodjo, 1996). Menghasilkan produk atau jasa dan membuat produk atau jasa itu tersedia bagi pembeli memerlukan pembangunan hubungan yang bukan hanya dengan pelanggan tetapi juga dengan pemasok kunci dan penjual perantara dalam rantai pasokan perbisnisan (kotler dan Amstrong, 2008). (Fathir, 2021)

Dengan kata lain, adanya jaringan bisnis sangat diperlukan oleh perusahaan dalam melebarkan usahanya agar lebih dikenal oleh pelanggan atau pun oleh klien nya. Jaringan bisnis ini juga bermanfaat bagi perusahaan dalam mengambil pengalaman dari sebuah bisnis secara langsung.

## **Produksi**

Produksi menciptakan barang dan jasa untuk pemenuhan kebutuhan manusia. Kegiatan produksi membutuhkan faktor-faktor produksi seperti sumber daya alam, tenaga kerja, modal dan teknologi. Pada hakekatnya produksi merupakan penciptaan atau penambahan faedah atau bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi sehingga lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Maka dari itu, produksi menitik beratkan pada usaha untuk menimbulkan kegunaan yang lebih banyak dari suatu barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan orang banyak. Pada umumnya tujuan perusahaan dengan produksi, yaitu untuk memperoleh laba yang maksimal. Sehingga perlu merencanakan dan menghitung dengan cermat mutu dan kualitas hasil produksi. (Wikipedia, n.d.)

Berdasarkan pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa produksi ialah proses atau suatu kegiatan yang mengubah bahan mentah sehingga selanjutnya outputnya yaitu menjadi produk jadi dalam hal ini bisa barang atau jasa yang tentunya akan bermanfaat bila digunakan oleh manusia.

## **Pemasaran**

Pemasaran menurut (Kotler, 2021) didefinisikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin melalui penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Dalam pemasaran ada target yang harus disesuaikan dengan produk yang dipasarkan. Tidak heran banyak suatu usaha yang melibatkan selebriti, selebgram dan lain sebagainya yang memiliki kepopuleran guna mendongkrak penjualan. Tidak hanya itu saja, dalam pemasaran ada bagian yang bertugas membuat desain atau kemasan semenarik mungkin dengan tujuan membuat konsumen tertarik melihatnya.

Dengan adanya pemasaran akan membantu para konsumen untuk memudahkan menemukan produk sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Bahkan ketika pemasaran sudah sesuai dengan target yang diharapkan maka keuntungan yang didapat perusahaan adalah perusahaan akan mendapat banyak pembeli dan mendapat banyak keuntungan. (Haryanto, n.d.)

Maka dapat ditarik kesimpulan dari beberapa pendapat diatas bahwasanya pemasaran ialah suatu kegiatan dalam memasarkan suatu produk atau jasa melalui berbagai media, bisa media cetak atau media online. Tentu saja adanya kegiatan pemasaran ini bertujuan

menghasilkan keuntungan (*profit*) dari sebuah perusahaan semaksimal mungkin atau sebanyak-banyaknya.

### ***Dropship***

Secara istilah, *dropshipping* adalah metode jual beli secara online, dan *supplier* adalah perusahaan yang menawarkan barang dagangan untuk dijual yang akan mengirim barang langsung kepada konsumen setelah toko online membayar harga barang dan biaya pengiriman (Bustomi, 2015)

Secara sederhana *dropship* dapat diartikan sebuah sistem bisnis dimana seseorang yang menjalankan sistem bisnis ini melakukan penjualan barang tanpa melakukan stok barang. Setiap barang yang dijual, ketika dibeli oleh pembeli, dipesan terlebih dahulu oleh *dropshipper* dari penyedia barang jualan untuk kemudian dikirim oleh *supplier* ke pembeli.

### **Keuangan**

Menurut (Inge, 2003) Keuangan merupakan ilmu dan seni dalam mengelola uang yang mempengaruhi kehidupan organisasi. Keuangan berhubungan dengan proses, lembaga, pasar, dan instrument yang terlibat dalam transfer uang diantara individu maupun antara bisnis dan pemerintah.

Dalam usaha manajemen keuangan pada intinya adalah praktik pembuatan rencana bisnis untuk kemudian dipastikan pelaksanaannya untuk setiap departemen. Dengan manajemen keuangan yang baik, perusahaan dimungkinkan memperoleh data untuk membuat visi, mengambil keputusan investasi dan memiliki wawasan untuk mendanai investasi, mengontrol likuiditas, profitabilitas, kas, dan sebagainya. Manajemen keuangan dalam sistemnya menggabungkan beberapa fungsi keuangan, termasuk akuntansi, manajemen aset tetap, pendapatan, dan proses pembayaran (Husnan & Pudjiastuti, 2021).

Dapat disimpulkan bahwa keuangan ini sangat penting bagi sebuah perusahaan karena dapat memaksimalkan keuntungan dengan melihat data dari laporan keuangan. Keuangan juga dapat berfungsi sebagai pelacak sebuah likuiditas dan arus kas yang masuk dan juga dapat mengembangkan interaksi yang efektif dengan investor dan direksi.

## METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif dengan bertumpu pada jurnal artikel yang berjudul “Meningkatkan pendapatan pemuda di desa Parigi Mekar melalui pelatihan dan pendampingan bisnis model *dropshipping* berbasis online” oleh Tito Siswanto dan Gusneli Gusneli (2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Objek Penelitian



**Gambar 1** Logo Mumu Hijab

Mumu Hijab ialah usaha *dropship* yang dimulai pada tahun 2017 oleh Ridha Novianti selaku ibu rumah tangga yang memiliki 3 orang anak. *Dropship* ini pada awalnya hanya menjual produk-produk baju muslim, namun seiring perjalanannya kini tidak hanya menjual baju muslim saja, melainkan ada juga sandal, hijab, parfum, dll. Mumu Hijab ini memiliki struktur organisasi yaitu Ridha Novianti selaku owner, memiliki 3 orang admin, dan memiliki 40 reseller di kawasan Bandung. Mumu Hijab ini memiliki cukup banyak pihak yang menjadi patner nya. Salah satu produk yang paling diminati oleh konsumen ialah baju sarimbit atau baju dress muslim. Dalam memilih pihak yang diajak kerjasama pun owner tidak sembarang pilih, ada hal yang selalu diperhatikan yaitu dalam pemilihan bahan dan kualitas dari produknya.

### Jaringan Bisnis

Jaringan bisnis yang menjadi target Mumu Hijab ini yaitu memiliki reseller yang semakin banyak yang dapat menjual produk dari Mumu Hijab, sehingga *profit* yang diperoleh oleh Mumu Hijab pun akan semakin banyak bahkan tersebar di seluruh Indonesia.

Dalam bisnis *dropshipper* ini agen Mumu Hijab melakukan kerjasama dengan beberapa distributor atau supplier diantaranya adalah :

- Distributor Bandung: fashion anak dan dewasa, tas, sepatu, sandal, buku, skincare
- Distributor Pasuruan: fashion dewasa
- Distributor Bekasi: parfum, peralatan rumah tangga, skincare



***Gambar 2 Platform Toko Rame***

Selain bekerja sama dengan distributor diatas, Mumu Hijab juga mengembangkan jaringan bisnisnya dengan menjadi reseller pada platform Toko Rame. Tokorame adalah platform yang akan membantu reseller untuk berjualan online, dengan menyediakan website unik untuk reseller dan ratusan stock produk siap kirim. Pada platform ini reseller hanya mempromosikan produk-produk yang telah disediakan di tokorame pada media social yang dimiliki dengan mencantumkan link disetiap promosi produknya. Reseller akan mendapatkan keuntungan dari setiap produk yang terjual.

Di Toko Rame ini reseller hanya berfokus pada promosi produk. Selain itu juga di platform ini pengiriman dilakukan langsung oleh tim Toko Rame, sehingga reseller tidak perlu mengurus pesanan.

### **Produksi**

Proses produksi pada Mumu Hijab sebetulnya tidak ada karena Mumu Hijab merupakan bisnis dropshipper yang menerima barang jadi kemudian dijual kembali. Pada proses ini penulis mungkin akan memberikan gambaran umum mengenai alur proses produksi pakaian Muslimah yaitu sebagai berikut:

- Perancangan desain pakaian muslim
- Pencarian bahan pakaian
- Perancangan desain pakaian muslim
- Pemotongan bahan
- Proses jahit pakaian muslimah
- *Finishing*

## **Pemasaran**

Jaringan bisnis pada dropship Mumu Hijab tentu saja B2C (*Business to Customer*). Dimana B2C yaitu proses penjualan yang dilakukan langsung antara owner kepada konsumen. Selain itu juga Mumu Hijab ini memasarkan produknya melalui *platform* facebook dan WhatsApp. Di *platform* lain seperti shopee juga ada, namun menurut owner penjualan melalui *platform* ini kurang efektif karena minat beli yang kurang. Hal ini dikarenakan target pasar Mumu Hijab ini mayoritas ialah ibu-ibu rumah tangga.

Hal utama yang harus dilakukan terlebih dahulu sebelum menjalankan sebuah usaha adalah mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan atau bisnis dapat beradaptasi dengan lingkungan dan bersaing dengan para pesaing. Maka analisis SWOT menjadi sebuah acuan perusahaan dalam mengukur kemampuannya.

Adapun analisis SWOT pada Mumu Hijab ialah sebagai berikut :

### 1) *Strengths* (Kekuatan)

Keunggulan *dropship* Mumu Hijab ini adalah modal yang diperlukan tidak besar, selain itu tidak harus menyetok barang dan tidak perlu repot dalam hal pengiriman produk.

### 2) *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan dari Mumu Hijab ini yaitu tidak bisa mengawasi barang yang telah dipesan karena hal itu masuk kepada bagian *supplier*. Sehingga jika ada konsumen yang *complain* atas keterlambatan barang, owner hanya mengatasi hal tersebut dengan memberikan pengertian dan penjelasan kepada konsumen.

### 3) *Opportunities* (Peluang)

Peluang dari *dropship* Mumu Hijab ini bisa dikerjakan dengan sistem *auto pilot*, jadi meskipun memiliki segudang kesibukan yang lekat dengan tugas ibu rumah tangga, masih bisa mengerjakan suatu bisnis yang tentunya mendapat penghasilan pula.

#### 4) Threats (Ancaman)

Ancaman yang dimiliki usaha *dropship* Mumu Hijab ialah dimana supplier melanggar ketentuan yang telah disepakati semisal terlambat dalam pengiriman barang, yang tentunya hal ini akan mempengaruhi kepercayaan konsumen kepada Mumu Hijab.

### Keuangan

Berikut adalah data keuangan dari Mumu Hijab pada tahun 2023:

NO	NAMA	STATUS	DISKON	BRANDISERI	ITEM	QTY	HARGA KATALOG	TOTAL	TOTAL AGEN	PAY KE PUSAT	PAY DARI TIM
7					mom semi outer M		Rp. 485.000,00			Rp. 792.000,00	Rp. 792.000,00
8					girl set XL		Rp. 455.000,00			Rp. 237.600,00	
9					boy M		Rp. 205.000,00				
10	1	Eri Ela	Reseller	10%	Alana Luxury SSHijab	6	Rp. 93.000,00	Rp. 1.434.600,00	Rp. 1.354.900,00		
11					lapisanmat mom		Rp. 345.000,00				
12					dad panjang L		Rp. 25.000,00				
13					charge dad		Rp. 325.000,00				
14					mom XL (DD)		Rp. 245.000,00			Rp. 250.500,00	Rp. 225.450,00
15	2	Ella Farlinawati	Reseller	10%	Ajudia Broken white Greenism	3	Rp. 265.000,00	Rp. 751.500,00	Rp. 709.750,00	Rp. 250.500,00	
16					dad pendek XL		Rp. 209.000,00				
17					Dad pi M		Rp. 179.000,00			Rp. 152.235,00	Rp. 200.000,00
18					Dad pi L		Rp. 209.000,00				
19	3	Eri Ela	Reseller	10%	Jannati Sage Green Luvena	3	Rp. 398.000,00	Rp. 537.300,00	Rp. 507.450,00		
20					lids pi 2XL		Rp. 408.000,00				
21					Mom.set khimar M		Rp. 189.000,00			Rp. 261.520,00	Rp. 450.000,00
22					Mom.set khimar L		Rp. 189.000,00			Rp. 239.554,00	
23					dad pendek L		Rp. 183.000,00				
24					boy xl		Rp. 163.000,00				
25					boy xl		Rp. 163.000,00				
26	4						Rp. 305.000,00				
27	5	Ridha	owner	10%	Ahzaray rayanza black mahogany	1	Rp. 185.000,00	Rp. 274.500,00	Rp. 274.500,00	Rp. 137.250,00	
28					mom S (DD)		Rp. 175.000,00			Rp. 150.000,00	Rp. 100.000,00
29	6	NurJae	end user		Humairah brown antie daily	2	Rp. 175.000,00	Rp. 360.000,00	Rp. 306.000,00	Rp. 100.000,00	Rp. 100.000,00
30					girl m					Rp. 53.000,00	Rp. 100.000,00
31											
32					dad panjang L		Rp. 175.000,00			Rp. 584.375,00	Rp. 620.000,00
33					dad panjang M		Rp. 165.000,00			Rp. 200.000,00	
34					boy xl		Rp. 135.000,00			Rp. 304.375,00	
35					mom.set khimar L		Rp. 245.000,00				
36	7	Mira Prizami	Reseller	10%	Humairah army antie daily	7	Rp. 245.000,00	Rp. 1.237.500,00	Rp. 1.168.750,00		
37					mom.set khimar S		Rp. 205.000,00				
38					girl set khimar xsxl		Rp. 205.000,00				
39					girl set khimar xsxl		Rp. 145.000,00				
40					mom S (DD)		Rp. 145.000,00			Rp. 100.000,00	Rp. 100.000,00
41	8	Mareka	Reseller	10%	sveetheart matte plum Anb fashion	2	Rp. 145.000,00	Rp. 261.000,00	Rp. 246.500,00	Rp. 80.000,00	Rp. 80.000,00
42					mom.set khimar m		Rp. 295.000,00			Rp. 734.310,00	
43					mom.set khimar m		Rp. 295.000,00			Rp. 734.310,00	
44					mo.set khimar xl		Rp. 305.000,00				
45					mom.set square m		Rp. 285.000,00				
46											

Gambar 3 Data Keuangan Mumu Hijab

Dari data keuangan diatas, berikut adalah keuntungan yang diperoleh dari Mumu Hijab:

<b>OMSET</b>	<b>Rp. 52.059.500,00</b>
<b>PROFIT</b>	<b>Rp. 2.822.415,00</b>
<b>QTY (pcs)</b>	<b>232</b>

Tabel 1 Keuntungan Mumu Hijab berdasarkan Data Keuangan

### Rencana Pengembangan Usaha

#### Rencana Usaha Mumu Hijab

- Rencana jangka pendek Mumu Hijab memiliki tujuan utama yaitu untuk menambah penghasilan di sela kesibukan sebagai ibu rumah tangga.
- Rencana jangka menengah Mumu Hijab yaitu dapat menambah jumlah reseller dan juga distributor sehingga makin bervariasi produk yang dijual oleh Mumu Hijab ini dan juga tentunya hal ini akan mempengaruhi *profit* yang akan didapat.
- Rencana jangka panjang Mumu Hijab yakni akan mempertahankan kualitas dari setiap produk sehingga konsumen pun akan merasa puas dan menjadikan mereka sebagai

konsumen yang loyal terhadap usaha Mumu Hijab ini, hal ini tentu akan memberikan banyak keuntungan bagi usaha Mumu Hijab.

### **Analisis Pasar dan Pemasaran**

Segmentasi pasar secara umum terdapat empat jenis, yakni segmentasi perilaku, demografis, psikografis, serta geografis. Tetapi pada usaha dropship Mumu Hijab ini hanya menggunakan dua jenis segmentasi diantaranya yaitu;

- Segmentasi demografi; yang mengelompokkan konsumen berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, status menikah, dll.
- Segmentasi geografi; yaitu mengelompokkan konsumen menurut aspek lokasi tempat tinggal.

Target pasar yang dipilih Mumu Hijab adalah mayoritas ibu rumah tangga yang berusia 20 tahun keatas.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan pada *dropship* Mumu Hijab, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Jaringan bisnis pada Mumu Hijab meliputi:
  - a. Distributor, yaitu pihak yang bekerjasama dengan owner dalam menyediakan barang sampai barang diterima oleh konsumen.
  - b. Admin, dimana admin adalah pihak yang membuat data-data keuangan dan data pembelian yang selanjutnya data tersebut diberikan kepada owner dan juga distributor.
  - c. Reseller, adalah pihak yang memperluas pasar owner karena Mumu Hijab memiliki 40 reseller yang tersebar di seluruh wilayah Bandung
2. Dalam membangun kerjasama dengan *supplier* Mumu Hijab memilih betul-betul *supplier* yang baik dalam segi komunikasi dan juga dari kualitas barang. Karena hal ini akan mempengaruhi branding dari Mumu Hijab kepada para konsumen. Maka dalam pemilihan bahan pun tentu memilih distributor yang berkualitas.
3. *Platform* yang digunakan dalam proses pemasaran ialah facebook, WhatsApp dan Toko Rame. Kenapa owner tidak menggunakan Shopee, Lazada atau Tokopedia? Karena owner

sebelumnya sudah pernah mencoba berjualan di Shopee namun kurang pembeli. Seperti yang sudah dipaparkan diatas bahwa target pasar dari Mumu Hijab ini adalah ibu-ibu yang sudah mempunyai anak. Yang tentu mungkin akan jarang dalam membuka situs belanja online seperti Shopee.

4. Mumu Hijab ini awalnya menjual baju gamis dan koko dewasa. Namun, seiring dengan perkembangannya, owner tentu menambah banyak barang seperti baju anak, tas, sepatu, sandal, buku, skincare, parfum dan peralatan rumah tangga.

Berikut penulis menyarankan beberapa rekomendasi agar meningkatkan jaringan bisnis pada *dropship* Mumu Hijab, diantaranya yaitu :

1. Dari segi pemasuk/supplier, penulis menyarankan untuk bisa bekerja sama dengan lebih banyak supplier agar produk yang ditawarkan kepada konsumen pun akan lebih bervariasi.
2. Dari aspek pemasaran, penulis menyarankan agar owner menambah jalinan kerja sama lebih banyak lagi dengan para reseller. Hal ini bertujuan agar owner pun mendapat profit yang lebih banyak lagi dan juga agar membantu para ibu rumah tangga yang ingin berpenghasilan meskipun dirumah saja dan sudah memiliki anak.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bustomi, R. &. (2015). Analisis Sistem Dropship Marketing Perspektif Konsep Maqashid. 56.
- Fathir, M. (2021, 11). Retrieved from Blog: <https://www.rijalhabibulloh.com/2021/11/ringkasan-materi-jaringan-bisnis.html#:~:text=Jaringan%20bisnis%20dapat%20diartikan%20sebagai%20suatu%20bentuk%20organisasi,koordinasi%20serta%20mewujudkan%20kerjasama%20antar%20unsure%20dalam%20organisasi.>
- Fauziyah, R. N. (2021). *Inovasi Produk: Pengertian, Tujuan, Manfaat, Contoh, dan Cara Melakukannya*. Diambil kembali dari gramedia blog: <https://www.gramedia.com/best-seller/inovasi-produk/>
- Gusneli, Tito (2020). Meningkatkan Pendapatan Pemuda di Desa Parigi Mekar melalui Pelatihan dan Pendampingan Bisnis Model Dropshipping Berbasis Online <https://ojs.itb-ad.ac.id/index.php/IK/article/view/640>
- Haryanto, A. (n.d.). Retrieved from jojonomic: <https://www.jojonomic.com/blog/pemasaran-adalah/>
- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2021). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Gramedia.
- Inge, R. d. (2003). Implementasi sistem manajemen keuangan.

indeed. (2023, 09 15). Diambil kembali dari [https://in.indeed.com/career-  
advice/career-  
development/business-networking](https://in.indeed.com/career-advice/career-development/business-networking)

Kotler, P. (2021). *Strategi Pemasaran*.

(n.d.). Retrieved from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Produksi>