

**Digital Marketing Strategy Training for Students of Smk Pembangunan Nasional Sukoharjo
(Dropship Business System Approach)**

**Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Pada Siswa Smk Pembangunan Nasional Sukoharjo
(Pendekatan Sistem Bisnis *Dropship*)**

Irwan Christanto Edy¹, Setyani Sri Haryanti², Heriyanta Budi Utama³, Basuki Sri Rahayu⁴
STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta
Email: irwan_aub@yahoo.co.id

Abstract

Unemployment is a social problem that requires serious handling. One solution to overcome unemployment is a program to build your own business. The business learning program which is an effort to build a better business starts from the formal education level. Business character education is very appropriate to be allocated at the SMK level, because SMK graduates are productive graduates and can be prepared to work in the community. This community service about building a business for vocational students aims to provide business character education, especially the dropship system online business by providing knowledge and skills. Business education and business need role models so that business education is more optimal. The method by involving role models is a business education approach that involves business role models who have succeeded in building an online business with a dropshipping system. This role model is expected to be a strong motivator to foster students' interest and motivation to do business in accordance with their field of competence. Methods of community service by providing (1) lectures/counseling, 2) training and, 3) business assistance. In this activity, the implementing team partnered with the Sukoharjo National Development Vocational School. The activity is expected to increase students' knowledge, interest, and business.

Keywords: Online Business, Students, Role Models, Marketing

Abstrak

Pengangguran merupakan permasalahan sosial yang membutuhkan penanganan yang serius. Salah satu solusi mengatasi pengangguran adalah program membangun bisnis sendiri. Program pembelajaran bisnis yang merupakan upaya membangun bisnis lebih baik dimulai dari jenjang pendidikan formal. Pendidikan karakter bisnis sangat tepat dialokasikan pada jenjang SMK, karena lulusan SMK merupakan lulusan yang produktif dan dapat dipersiapkan kerja di masyarakat. Pengabdian pada masyarakat tentang membangun bisnis bagi siswa SMK ini bertujuan untuk memberikan pendidikan karakter bisnis khususnya bisnis *online* sistem *dropship* dengan memberikan pengetahuan dan ketrampilan. Pendidikan bisnis dan bisnis perlu tokoh panutan supaya pendidikan bisnis lebih optimal. Metode dengan melibatkan tokoh panutan (*role model*) merupakan pendekatan pendidikan bisnis yang melibatkan tokoh panutan pebisnis yang sudah berhasil dalam membangun bisnis *online* dengan sistem *dropship*. Tokoh panutan ini diharapkan mampu menjadi motivator yang kuat untuk menumbuhkan minat dan motivasi siswa untuk berbisnis sesuai dengan bidang kompetensi. Metode pengabdian pada masyarakat dengan memberikan (1)ceramah/penyuluhan, 2)pelatihan dan, 3)pendampingan bisnis. Dalam kegiatan ini Tim pelaksana bermitra dengan SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo. Kegiatan diharapkan akan meningkat pengetahuan, minat, siswa untuk berbisnis.

Kata kunci : Bisnis *Online*, Siswa, Tokoh Panutan, Pemasaran

A. Latar Belakang

Pada sisi lain, permasalahan yang muncul jumlah angka pengangguran di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya. Angka pengangguran terbesar pada lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Peningkatan angka pengangguran tersebut sering kali dikaitkan dengan sekolah atau lembaga pendidikan, selaku lembaga yang memproduksi calon-calon tenaga kerja tersebut. Para pengelola sekolah

(kepala sekolah, guru) menjadi sorotan semua pihak baik itu pengamat pendidikan, politisi, bahkan pemerintah sendiri karena dianggap tidak dapat menghasilkan lulusan yang berkualitas. Pengangguran ini terjadi karena lapangan pekerjaan yang tersedia tidak mampu menampung jumlah angkatan kerja yang ada, atau dengan kata lain laju pertumbuhan tenaga kerja tidak sebanding dengan pertumbuhan lapangan pekerjaan.

Data dari BPS (2010:73), satu di antara 10 angkatan kerja kini berstatus penganggur. Padahal menurut penelitian, setiap pertumbuhan ekonomi 1 persen hanya mampu menciptakan sebanyak sekitar 265.000 lapangan kerja baru. Dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang berkisar antara 6 persen, maka hanya tersedia sebanyak sekitar 1.590.000 lapangan kerja baru. Bisnis merupakan salah satu solusi mengatasi pengangguran (hakim, 1998; Hers, 1980). Pendidikan bisnis dapat dimulai dari sekolah (Arismunandar, 2006).

Kurikulum yang diterapkan di sekolah sekarang ini cenderung teoritis, hal ini turut memberikan kontribusi kepada ketidaksiapan lulusan untuk memilih karir kerja mandiri atau berbisnis karena siswa hanya disiapkan untuk melanjutkan atau masuk perguruan tinggi. Demikian pula lulusan perguruan tinggi pada umumnya dipersiapkan untuk bekerja menjadi karyawan. Memilih karir berbisnis merupakan kasus luar biasa, kecuali bagi siswa yang memiliki latar belakang bisnis keluarga terutama dari kalangan warga etnis keturunan. Pendidikan bisnis berbasis sekolah harus kreatif dan inovatif (Buchari, 2006; Bor et al., 1989; Kao, 1989) dan tidak dapat dilepaskan dari karakter bangsa (Binsar, 2010; Tyasno, 2007; Maksum dan Luluk, 2004; Magnis, 1987).

Berdasarkan fenomena di atas, menurut beberapa ahli salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh SMK untuk meminimalisasi pengangguran tersebut adalah memberikan pendidikan bisnis semenjak dini, sehingga para siswa memiliki bekal spirit yang tinggi yaitu mandiri, berani menanggung resiko dan mampu memanfaatkan peluang sekecil apapun serta memiliki jiwa tidak mudah menyerah. Mencermati berbagai permasalahan tersebut di atas, tim pelaksana PKM akan mencoba menawarkan model bisnis berbasis sekolah.

Kendala kendala penerapan bisnis di sekolah SMK cukup kompleks. Mulai dari kurikulum, sarana prasarana, tenaga pendidikan dan dukungan akses permodalan. Kurikulum pembelajaran masih mengacu pada pedoman pembelajaran dari Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Tengah. Dalam kurikulum tersebut masih memberikan ruang bisnis siswa yang masih terbatas dan minim. Dalam keterbatasan pendidikan bisnis pada kurikulum sekolah SMK ini, yang kurang memberikan pengetahuan dan ketrampilan untuk siswa SMK berbisnis.

Apabila siswa menginginkan bisnis dengan modal minim, maka model bisnis toko *online* merupakan salah satu yang paling bisa diandalkan. Selain modal yang kecil, bisnis ini bisa dilakukan juga sebagai usaha sampingan, atau dengan kata lain bisa dijalankan tanpa harus meninggalkan status Anda

sebagai karyawan kantor. Toko *online* bisa dibuat dengan mudah dan murah. Anda bisa memulainya dengan memasarkan produk yang ingin dijual pada akun media sosial pribadi Anda, seperti *Facebook*, *Instagram* dan *twitter*. Akun *Facebook* yang sudah Anda miliki selama ini, dengan koneksi teman-teman Anda di dalamnya, bisa dijadikan sebagai lapak berdagang. Tampilkan gambar produk yang akan dijual beserta dengan harga dan nomor yang dapat dihubungi untuk pemesanan. Selain *Facebook*, media sosial seperti *Twitter* dan *Instagram* juga bisa dijadikan pilihan untuk menawarkan produk.

Apa yang sebaiknya dijual ? Haruskah penjual memiliki pabrik untuk membuat produk sendiri ? Tentu saja tidak. Penjual kadang bukanlah produsen atau pabrik, melainkan masih sebatas pedagang. Jangan terburu-buru untuk membuat produk sendiri. Cara praktis yang dapat dicoba adalah dengan memilih produk yang ingin dijual (bisa berupa baju, elektronik, aksesoris, dan lainnya), kemudian setelah menentukan produk yang akan dijual, temukan *supplier* yang menyediakan barang tersebut. *Supplier* yang belum berjualan *online* akan lebih tertarik untuk diajak bekerjasama. Lalu tentukan sistem berjualan, dapat dengan sistem *dropship* atau dengan sistem stok barang.

Sistem seperti ini cocok dijalankan oleh pelaku bisnis *online* yang masih pemula, karena penjual sebagai pedagang tidak perlu mempunyai produk sendiri bahkan tidak harus memiliki stok produk dulu sebelum ada pembeli. Jadi lebih praktis, tanpa modal, dan tanpa risiko. Hanya butuh ketekunan dan keahlian dalam memasarkan produk. Alur kerjanya adalah ketika seseorang memesan produk dari toko Anda, kemudian pesanan tersebut diproses ke pihak *supplier*. *Supplier* inilah yang akan langsung mengirimkan barang tersebut atas nama toko Anda. Untuk skala kecil, lebih banyak juga yang mengenal sistem ini sebagai *reseller*.

Salah satu aspek bisnis yang sedang tren adalah pemasaran digital atau *digital marketing*. *Digital marketing* adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah *brand* atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan.

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords*, dan berbagai macam jaringan media sosial (Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, 2009). *Digital marketing* adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi. Secara sederhana dapat diartikan sebagai pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan antara konsumen dan produsen (Kleindl dan Burrow, 2005). *Digital marketing* menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembar-gemborkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh.

Keuntungan lain dari menjalankan sistem *dropship* ini adalah nyaris tidak butuh modal untuk memulainya, tidak butuh stok, dan bisa dilakukan dari mana saja selama ada akses internet. Namun

dibalik itu semua, masih ada beberapa kelemahan dari sistem ini yang perlu diketahui oleh calon *dropshipper* sebelum terjun ke bisnis tersebut. Kelemahan itu antara lain adalah margin keuntungan lebih kecil karena sudah melewati beberapa agen pemasar alias bukan ke tangan produsen langsung. Lalu kelemahan lainnya adalah tidak bertemu langsung dengan barang yang dijual membuat penjual tidak bisa melakukan pemeriksaan stok dan kualitas barang.

Sebagai pemula, melihat untung dan ruginya, menjadi *dropshipper* tetap merupakan cara yang sangat mudah dan murah untuk memulai sebuah bisnis *online*. Syaratnya adalah tekun untuk memasarkan produk secara konstan, itu saja. Karena penjual tak perlu lagi mengkhawatirkan lagi tempat berjualan. Media sosial merupakan tempat yang cocok untuk memulai bisnis *dropship* ini.

Berbagai penelitian tentang bisnis telah menunjukkan bahwa tokoh panutan (*role model*) memiliki pengaruh besar pada keputusan karir (Krumboltz *et al.*, 1976). Oleh karena itu, model peran juga dapat meningkatkan keinginan untuk menjadi seorang bisnis dan yang *self-efficacy* individu (Van Auken *et al.*, 2006). Model peran ini berpengaruh positif terhadap niat bisnis dan, pada akhirnya, aktivitas bisnis (Krueger *et al.*, 2000) Gibson (2004) menyatakan bahwa "Istilah 'panutan'" mengacu pada dua tokoh teori konstruksi yaitu 1) konsep peran dan kecenderungan individu untuk mengidentifikasi dengan orang lain, 2) Konsep pemodelan, pencocokan psikologis keterampilan kognitif dan pola perilaku antara seseorang dan mengamati individu. Ini berarti bahwa individu tertarik pada model peran yang dirasakan serupa dalam hal karakteristik, perilaku atau tujuan (aspek peran), dan dari siapa individu mampu belajar kemampuan tertentu atau keterampilan.

Permasalahan mitra dalam hal ini SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo adalah :

1. Rendahnya pendekatan pendidikan bisnis dengan tokoh panutan (*role model*), karena selama ini pendidikan tentang bisnis di SMK lebih menekankan pada ketersediaan kurikulum yang telah ditetapkan oleh Dinas Pendidikan.
2. Rendahnya minat siswa untuk membangun bisnis secara mandiri, karena kecenderungan siswa lebih banyak ingin menjadi karyawan daripada menjadi pebisnis.
3. Rendahnya jiwa bisnis siswa dalam upaya membangun masa depannya, dimana siswa lebih cenderung untuk mengandalkan bisnis orang tua atau menjadi karyawan perusahaan.

Dengan memperhatikan permasalahan tersebut, maka perlu diadakan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini oleh STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta. Adapun yang menjadi rumusan masalah adalah : "Bagaimana strategi membangun bisnis *online* sistem *dropship* dengan *role model* pada siswa SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo ?"

B. Metode Kegiatan

Adapun materi metode kegiatan yang akan diberikan kepada siswa SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo adalah:

1. Penyuluhan tentang membangun bisnis *online*

Penyuluhan adalah turunan dari kata *extension* yang dipakai secara luas dan umum dalam bahasa Indonesia penyuluhan berasal dari kata dasar suluh yang berarti pemberi terang ditengah kegelapan. Dalam bahasa Belanda penyuluhan disebut *Voorlichting* yang berarti memberi penerangan untuk menolong seseorang menemukan jalannya, dalam bahasa Inggris dan jerman mengistilahkan penyuluhan sebagai pemberian saran atau *Beratung* yang berarti seseorang dapat memberikan petunjuk bagi seseorang tetapi seseorang tersebut yang berhak untuk menentukan pilihannya. Penyuluhan secara umum adalah proses pendidikan nonformal yang diberikan kepada seseorang dengan tujuan agar orang dapat memecahkan masalahnya sendiri khususnya dalam bidang yang di tekuni dan meningkatkan pendapatannya. Pengertian penyuluhan adalah proses penyebaran informasi yang berkaitan dengan upaya perbaikan cara-cara berusaha demi tercapainya pendapatan dan perbaikan kesejahteraan (Mardikantoro, 1993).

2. Pelatihan tentang membangun bisnis *online*

Pelatihan mempersiapkan peserta latihan untuk mengambil jalur tindakan tertentu yang dilukiskan oleh teknologi dan organisasi tempat bekerja, dan membantu peserta memperbaiki prestasi dalam kegiatannya terutama mengenai pengertian dan keterampilan. (Rolf P. Lynton dan Udai Pareek, Pelatihan dan Pengembangan Tenaga Kerja, Pustaka Binaman Jakarta 1998)

3. Pendampingan praktek tentang bisnis *online*

Pendampingan atau lebih dikenal dengan istilah *Mentorship*. *Mentorship* berakar kata dari Mentor dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki makna pembimbing atau pengasuh.^[1] Secara istilah ditemukan banyak sekali definisi terhadap kata Mentoring, tercatat hingga tahun 2007 ada lebih dari 50 definisi yang menggambarkan makna dari Mentoring. Dalam buku karya Gendro Salim yang berjudul *Effective Coaching*, ia memberikan memaknai Mentoring sebagai sebuah aktivitas bimbingan dari seseorang yang sudah sangat menguasai hal-hal tertentu dan membagikan ilmunya kepada orang yang membutuhkannya. Orang yang melakukan kegiatan mentoring disebut dengan Mentor.

4. Diskusi dan Sharing bisnis *online*

Diskusi adalah sebuah interaksi komunikasi antara dua orang atau lebih/ kelompok. Biasanya kommunikasi antara mereka / kelompok tersebut berupa salah satu ilmu atau pengetahuan dasar yang akhirnya akan memberikan rasa pemahaman yang baik dan benar. Diskusi bisa berupa apa saja yang awalnya disebut topik. Dari topik inilah

diskusi berkembang dan diperbincangkan yang pada akhirnya akan menghasilkan suatu pemahaman dari topik tersebut

C. Target dan Solusi

Target dari kegiatan tim pengabdian pada masyarakat STIE “AUB” Surakarta ini untuk siswa SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo ini, supaya mereka mempunyai pengetahuan dan ketrampilan, motivasi, minat dan semangat dalam berbisnis. Siswa istilah bagi peserta didik pada jenjang pendidikan menengah pertama dan menengah atas. Siswa adalah komponen masukan dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan nasional.

Siswa sebagai salah satu komponen pendidikan dapat ditinjau dari berbagai pendekatan antara lain ialah pendekatan sosial, pendekatan psikologis, dan pendekatan edukatif atau pedagogis. Dalam pendekatan psikologis target pencapaian kegiatan pengabdian pada masyarakat untuk siswa dapat dilihat berdasarkan capaian luar.

Tabel .1. Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1	Peningkatan Motivasi	Ada
2	Peningkatan Pengetahuan	Ada
3	Peningkatan Ketrampilan	Ada
4	Adanya Interaksi dalam Pelaksanaan	Ada

Solusi untuk mengatasi permasalahan pendidikan bisnis di sekolah SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo, dengan memberikan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan serta diskusi tentang bisnis dan pemasaran secara *online*. Permasalahan yang muncul adalah kurangnya motivasi untuk membangun bisnis pada siswa yang telah menyelesaikan pendidikan menengah kejuruan (SMK). Hal ini mengingat potensi siswa untuk membangun bisnis mandiri sangat besar karena mereka telah dilengkapi pengetahuan dan ketrampilan praktis untuk berbisnis seperti kemampuan multimedia. Oleh karenanya untuk menjawab permasalahan tersebut, sebagai solusi atas permasalahan rendahnya motivasi siswa untuk berprestasi adalah dengan pemberian workshop atau training (*Achievement Motivation Training*).

Tujuan kegiatan *Achievement Motivation Training* (AMT) ini bukan menilai kepribadian pesertanya, akan tetapi untuk membantu mengembangkan motif berprestasi pesertanya. Motif prestasi yang dikembangkan dalam *Achievement Motivation Training* (AMT) adalah suatu dorongan dalam diri seseorang yang membuatnya mencari kepuasan melalui usaha pencapaian yang bersifat prestatif

(*achieving*). Kegiatan ini dapat dilakukan atas kesadaran pribadi maupun dengan perantaraan pelatih yang mahir memotivasi seseorang.

Kegiatan ini perlu adanya pemateri yang kompeten dalam membekali siswa SMK. Oleh karena itu, dalam pengabdian pada masyarakat ini tim pelaksana menghadirkan tokoh panutan yang dapat menjadi teladan dalam memberikan motivasi siswa untuk berbisnis. Berkaitan dengan bisnis *online* dengan mengandalkan pemasaran digital, maka tim pengabdian masyarakat menghadirkan salah satu tokoh IT untuk menjelaskan tentang bisnis online terkhusus dengan sistem *dropship*.

D. Hasil dan Pembahasan

Hasil :

Hasil kegiatan yang diperoleh dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam hal ini adalah siswa SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo ini adalah :

1. Secara kualitatif, yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah:
 - a. Siswa SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo memiliki pengetahuan, pemahaman dan motivasi untuk berbisnis dengan biaya yang murah dengan berbasis Internet yaitu bisnis online sistem *dropship*.
 - b. Pengembangan bisnis bagi siswa yang sudah memiliki usaha/bisnis khususnya yang telah memiliki usaha keluarga dengan menerapkan pemasaran digital (*digital marketing*)
 - c. Terciptanya minat siswa untuk menjadi orang sukses melalui bisnis *online* dan mendapatkan penghasilan yang tidak terbatas.
 - d. Mendorong motivasi guru dan sekolah untuk menciptakan kurikulum kewirausahaan yang lebih efektif dan produktif dalam menciptakan bisnis siswa
2. Secara kuantitatif sebagai berikut :
 - a. Meningkatkan jumlah siswa pebisnis *online* dikalangan siswa SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo
 - b. Meningkatkan jumlah jam untuk membangun ketrampilan kewirausahaan dan bisnis untuk siswa SMK, khususnya dengan bisnis *online*.
3. Kebermanfaatan Kegiatan dari segi Potensi Ekonomi
 - a. Untuk memberikan nilai tambah terhadap peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia khususnya siswa SMK .
 - b. Untuk mengangkat perekonomian daerah melalui program kewirausahaan

Tidak lanjut dari kegiatan pengabdian pada masyarakat untuk siswa SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo ini adalah pendampingan bisnis *online*.

Pembahasan

Hasil evaluasi kegiatan pengabdian pada masyarakat STIE AUB Surakarta di SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo dapat dikatakan berhasil dan mampu memberi manfaat dalam upaya meningkatkan minat, motivasi dan ketrampilan para siswa. Ukuran yang merupakan indikator keberhasilan dari kegiatan pengabdian masyarakat bagi siswa SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo ini dapat diukur dari beberapa hal yaitu :

1. Sejak awal pelaksanaan kegiatan ada antusias siswa dalam mengikuti penyuluhan dan pelatihan tentang membangun bisnis *online*, hal ini nampak dari jumlah kehadiran, dari semua yang diundang ternyata semuanya hadir dan mengikuti kegiatan dengan semangat.
2. Dalam pelaksanaan ada diskusi dua arah yang iteratif dan bersemangat. Beberapa siswa mengajukan pertanyaan dan dijawab oleh tim pelaksana dengan baik.
3. Kontribusi pihak sekolah SMK Pembangunan Nasional juga besar, karena telah menyediakan ruang, waktu dan tempat yang memadai dengan mengikuti protokol kesehatan, karena memang masih dalam kondisi pandemi korona.

Hasil monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan oleh tim pelaksana pengabdian pada masyarakat, ternyata menunjukkan bahwa ada manfaat yang besar bagi siswa tentang pembelajaran membangun bisnis. Oleh karena itu kegiatan ini dapat dilanjutkan di masa yang akan datang dengan melibatkan pakar yang lebih kompeten di bidang bisnis *online*.

E. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat STIE AUB Surakarta bagi siswa siswi SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo memberikan manfaat yang besar dalam membangun minat, sikap, motivasi dan ketrampilan dalam membangun dan mengembangkan bisnis. Siswa perlu mendapatkan pengetahuan dan pemahaman tentang bisnis. Dengan kegiatan penyuluhan, pelatihan ketrampilan dan pendampingan akan sangat memberikan peningkatan motivasi dan minat siswa untuk berbisnis *online*.

Materi kegiatan pengabdian pada masyarakat bagi siswa SMK Pembangunan Nasional ini menekankan pada pengenalan bisnis *online* sistem *dropship* dan pemasaran digital. Bisnis *online* sistem *dropship* merupakan bisnis dengan biaya yang murah dan terjangkau oleh siswa karena hanya membutuhkan keahlian bidang Internet, tanpa harus membuat atau menyimpan produk sendiri.

Keberhasilan program kegiatan pengabdian pada masyarakat di SMK Pembangunan Nasional Sukoharjo sangat dipengaruhi beberapa faktor yaitu 1) motivasi dan minat siswa itu sendiri untuk belajar membangun bisnis khusus bisnis online, 2) dukungan yang kuat dari pihak sekolah dari guru guru yang memberikan dukungan pada siswa untuk belajar bisnis, 3) keahlian dan kemampuan tim pelaksana

kegiatan pengabdian masyarakat yang memberikan materi yang menarik siswa,4) dukungan tokoh panutan, yang menjadi contoh nyata dalam membangun bisnis *online*.

Saran

1. Kegiatan dalam upaya membangun motivasi, minat dan ketrampilan tentang bisnis *online* perlu dilakukan secara berkelanjutan supaya memberikan hasil yang optimal
2. Perlu adanya dukungan yang lebih besar dari semua pihak khususnya pihak sekolah baik guru maupun pihak lain

DAFTAR PUSTAKA

- Agency, Beranda. 2012. Dropshipping: Cara Mudah Bisnis Online, Elex Media Komputindo: Jakarta.. Hal 7
- Ahmad Syafi'I, 2003. Bisnis Dropshipping dan Reseller, (Jakarta: PT Alex Media Kuoputindo,), h.7
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. (hlm 141) Jakarta: Raja Grafindo (Rajawali Press).
- Briggs, R. & Hollis, N., 1997. Advertising on the Web: Is there response before clickthrough. Journal of Advertising Research, 37(1), pp. 33-45.
- Buchari, Alma, 2014. "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa". Bandung : CV. Alfabeta. Denis MC Quail, 1996. Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar, (Cet IV, PT.GeloraAksara Pratama,), h 4
- Derry Iswidharmanjaya, Dropshipping Cara Mudah Bisnis Online, (Jakarta: PTbElex Media Komputindo, 2012), h. 5.
- Feri Sulianta, Terobosan Berjualan Online ala Dropshipping (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014), h. 2.
- Hasan, Ali, 2013, Marketing, Cetakan Pertama, Media Pressdindo Yogyakarta J.R. Raco, Metode Penelitian Kualitatif (Jakarta: PT Grasindo, 2010), hlm. 7.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. Manajemen Pemasaran (Jakarta: PT Indeks,), 68.
- Kotler, Philip. dan Garry Armstrong. 2010. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan, Jilid 2, PT. Indeks : Jakarta
- Mauren Anindya, "Pahami Untung-Rugi Menjalankan Bisnis Dropship", artikel diakses pada 29 Januari 2019 dari <http://netpreneur.co.id/>
- Moleong, Lexy, 2007, Metodologi Penelitian Kualitatif,, (Bandung: Remaja Rosdakarya), hal.11
- Muhammad Arifn Badri, "Jual Beli sistem Dripshipping", dalam Majalah AlFurqon, No. 156 Ed. 9 Th ke-14_1436H/2015M
- Mujiyana & Elissa, I. 2013. Analisis Faktorfaktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online. J@TI Undip, VIII (3):143152