

Pendidikan Dan Pelatihan Reseller Ajeng Store Di Kota Masohi Menggunakan Strategi Synchronous Online Learning (SOL)

Diajeng Imam Rahayu, Nunuk Indarti², Etta Mamang Sangadji³

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Wiranegara, Indonesia

Email: ^{1*}diajengrahayu09@gmail.com, ²nunukindarti53@gmail.com, ³sangadji_23@yahoo.com

Email Penulis Korespondensi: diajengrahayu09@gmail.com

Abstrak– Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Synchronous Online Learning (SOL) dalam pendidikan dan pelatihan reseller Ajeng Store, bisnis berfokus pada penjualan aksesoris, baju, dan produk dengan sistem Pre-order di Kota Masohi. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Wawancara mendalam terhadap reseller untuk memahami serta memberikan persepsi reseller terhadap Ajeng Store serta Observasi langsung juga akan dilakukan selama proses SOL untuk mencatat hal-hal penting yang ada. Penelitian ini menggunakan buku catatan, literasi digital, HP, dan buku pedoman wawancara sebagai instrumen penelitian. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan pendekatan tematik. Penelitian ini menganalisis dampak SOL terhadap pemahaman produk, strategi pemasaran digital, dan manajemen pre-order reseller. Hasil menunjukkan bahwa SOL secara positif memperluas pengetahuan dan keterampilan reseller, memberikan pemahaman yang mendalam tentang produk, serta memperkuat strategi pemasaran dan manajemen bisnis pre-order. Komunitas reseller yang terbentuk melalui SOL memfasilitasi pertukaran pengalaman dan kolaborasi, memperkuat jaringan bisnis Ajeng Store. Dengan demikian, SOL muncul sebagai alat yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis dalam lingkungan online yang kompetitif.

Kata Kunci: Pendidikan Dan Pelatihan, Reseller, Ajeng Store, Dan Strategi Synchronous Online Learning

Abstract– This study aims to analyze the implementation of Synchronous Online Learning (SOL) in the education and training of Ajeng Store resellers, businesses focused on selling accessories, clothes, TNI-AD equipment to products with Pre-order systems in Masohi City. By using a descriptive qualitative approach. In-depth interviews with resellers to understand and provide reseller perceptions of Ajeng Store and direct observation will also be carried out during the SOL process to record important things that exist. This research uses notebooks, digital literacy, cellphones, and interview guidelines as research instruments. The data collected will be analyzed using a thematic approach. This research analyzes the impact of SOL on product understanding, digital marketing strategies, and reseller pre-order management. The results show that SOL positively expands resellers' knowledge and skills, provides a deep understanding of products, and strengthens pre-order marketing strategies and business management. The reseller community formed through SOL facilitates experience exchange and collaboration, strengthening Ajeng Store's business network. Thus, SOL emerges as an effective tool in enhancing business competitiveness and growth in a competitive online environment.

Keywords: Education And Training, Reseller, Ajeng Store, And Synchronous Online Learning Strategy

1. PENDAHULUAN

Dalam ekosistem bisnis online, seringkali tergambar perbedaan, salah satunya perbedaan pulau antara *owner* (pemilik bisnis) dan *reseller*. *Owner*, sebagai navigator utama, berada di satu pulau yang penuh dengan strategi, visi bisnis, dan kebijakan. Di pulau lainnya, *reseller* sebagai anggota lebih fokus pada penjualan, interaksi langsung dengan konsumen, dan dinamika pasar lokal. Perbedaan pulau ini bisa menjadi tantangan, namun di saat yang bersamaan, menjadi peluang untuk memperkuat kolaborasi yang saling menguntungkan. Pentingnya menjalin relasi yang baik dan membuka saluran komunikasi yang efektif menjadi kunci untuk memastikan bahwa setiap pulau dapat dimonitor dengan baik, meskipun berjarak jauh. Melalui saluran komunikasi yang efisien, *owner* dapat menyampaikan visi, tujuan, dan perubahan strategi bisnis kepada *reseller*. Sebaliknya, *reseller* dapat memberikan umpan balik langsung tentang kondisi pasar, tren, serta permasalahan yang mungkin muncul di lapangan. Selain itu, menjalin relasi personal yang kuat juga menjadi faktor krusial. Kepercayaan antara *owner* dan *reseller* dapat menjadi fondasi kuat yang memastikan kolaborasi berjalan lancar. Pertemuan rutin, baik melalui pertemuan daring maupun kunjungan langsung jika memungkinkan, dapat memperkuat ikatan antar pulau dan menciptakan kebersamaan.

Dalam dunia bisnis online yang terus berkembang, memonitor dari jarak jauh bukan lagi menjadi halangan. Dengan dukungan teknologi komunikasi modern seperti aplikasi pesan instan, konferensi video, dan platform kolaboratif, pemilik bisnis dapat tetap terhubung dengan *reseller* tanpa batas jarak. Dalam hal ini, menjembatani perbedaan pulau antara *owner* dan *reseller* bukan hanya tentang mengatasi hambatan komunikasi, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang saling mendukung. Dengan demikian, bisnis online tidak hanya dapat berjalan efisien, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan melalui kerja sama yang erat antara *owner* dan *reseller*.

Di tengah laju perkembangan teknologi informasi, keberanian untuk memulai bisnis online menjadi cerminan semangat inovatif masyarakat, terutama di kota Masohi. Dalam penelitian ini, seorang pemilik usaha, yakni Ajeng Store, yang mengambil langkah strategis dalam memasuki dunia bisnis online. Mulanya, Ajeng Store merupakan toko online dan offline yang berlokasi di Asrama Militer Masohi, Maluku Tengah yang menyediakan berbagai keperluan sehari-hari mulai dari aksesoris, baju, perlengkapan TNI-AD, hingga produk-produk pre-order. Pada awalnya, Ajeng Store hanya dijalankan oleh *owner*, akan tetapi dikarenakan kewajiban dinas, maka *owner* Ajeng Store mendapat perintah mutasi ke Pulau Jawa namun dengan harapan tetap bisa melanjutkan bisnisnya. Dari peristiwa tersebut *owner* Ajeng Store mulai mencari gagasan terkait motivasi, tantangan, dan strategi yang dapat diterapkan dalam mempertahankan bisnisnya sesuai dengan situasi dan kondisi di wilayah tersebut yakni dengan cara memanfaatkan platform Facebook sebagai sarana bisnis online, yang diikuti dengan pembelajaran secara Synchronous Online

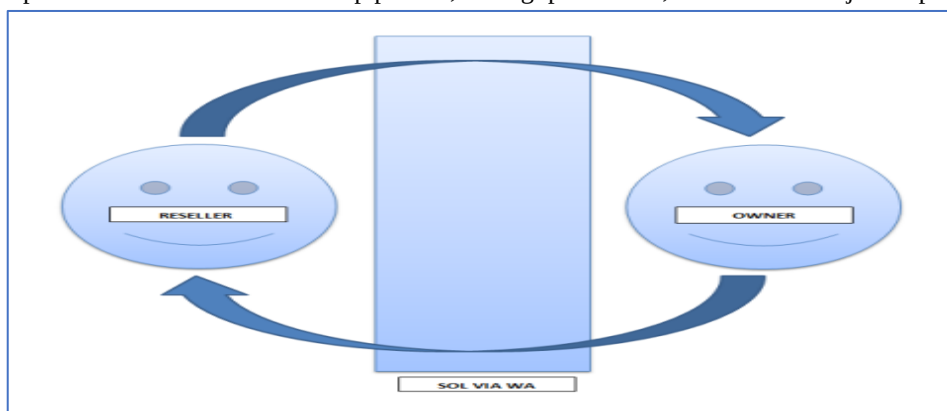
Learning menggunakan fitur komunikasi WhatsApp (WA) sebagai alat tambahan. Sehingga, *owner* Ajeng Store merekrut 1 orang kepercayaan sebagai reseller. Melalui hal ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik usaha lainnya di Kota Masohi yang tengah mempertimbangkan langkah serupa. Selain itu, informasi yang dihasilkan dapat menjadi sumber inspirasi bagi pengembangan program bisnis online berbasis Synchronous Online Learning (SOL) di masa mendatang

2. METODOLOGI PENELITIAN

Artikel Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendalami dampak penerapan Synchronous Online Learning (SOL) dalam pendidikan dan pelatihan yang diberikan kepada *reseller tunggal* Ajeng Store di Kota Masohi. Metodologi penelitian ini dimulai dengan wawancara mendalam terhadap reseller tersebut untuk memahami serta memberikan persepsi reseller terhadap Ajeng Store. Observasi langsung juga akan dilakukan selama proses SOL untuk mencatat hal-hal penting yang ada. Penelitian ini menggunakan buku catatan, literasi digital, HP, dan buku pedoman wawancara sebagai instrumen penelitian. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan pendekatan tematik, dengan fokus pada perubahan ilmu baru yang diperoleh oleh reseller setelah mengikuti SOL dan dampaknya terhadap peningkatan pengetahuan mengenai produk, strategi pemasaran, dan manajemen bisnis pre-order. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran deskriptif yang komprehensif mengenai sejauh mana SOL memberikan kontribusi pada peningkatan pemasukan Ajeng Store melalui peningkatan keterampilan dan pengetahuan reseller tunggal. Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi Ajeng Store dalam memahami efektivitas SOL dalam meningkatkan performa dan hasil bisnis.

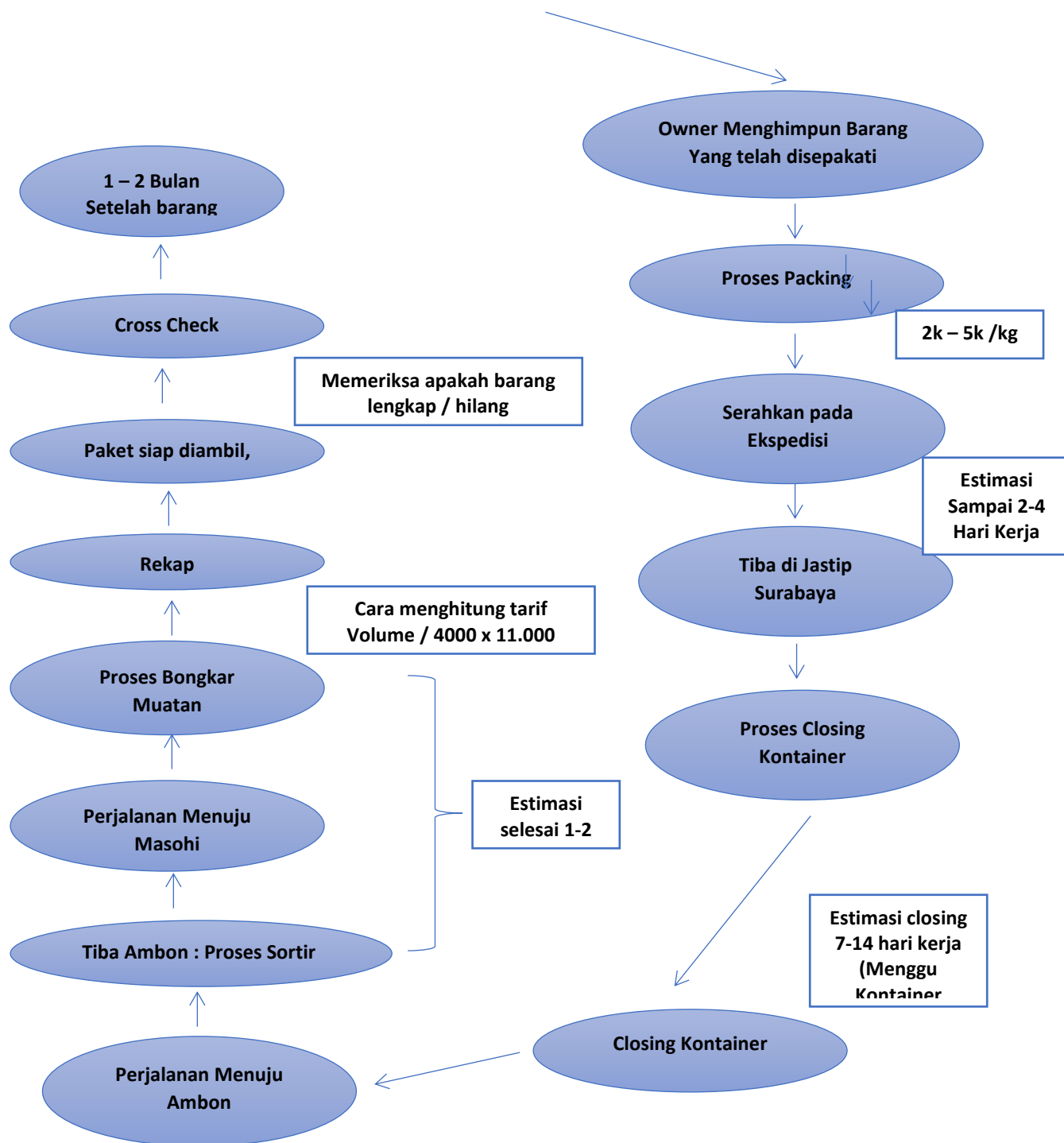
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pembahasan dari penelitian kualitatif deskriptif mengenai Synchronous Online Learning (SOL) dalam pendidikan dan pelatihan reseller tunggal Ajeng Store di Kota Masohi mengungkapkan gambaran yang positif terhadap peningkatan ilmu pengetahuan reseller yang berdampak pada peningkatan pemasukan Ajeng Store. Melalui wawancara mendalam dan observasi langsung selama sesi Synchronous Online Learning (SOL), reseller menunjukkan peningkatan pemahaman mendalam terhadap produk, strategi pemasaran, dan taktik manajemen pre-order.



Gambar 1. Alur Komunikasi Owner Dan Reseller Ajeng Store

Proses Penentuan Reseller tunggal oleh Ajeng Store didasarkan pada lamanya seller berlangganan, banyaknya produk yang pernah dibeli, attitude seller, tempat tinggal seller, hingga status pernikahan seller. Calon Reseller terpilih nantinya akan dimintai persetujuan terkait bersedia atau tidaknya menjadi Reseller tunggal Ajeng Store di kota Masohi. Produk-produk yang dijual pada Ajeng Store merupakan produk-produk yang dikirim langsung dari Pulau Jawa melalui ekspedisi laut. Pertimbangan pemilihan ekspedisi laut dikarenakan tarifnya relatif lebih murah.



Gambar 2. Alur Ekspedisi Laut

Reseller tidak hanya mendapatkan ilmu baru dalam hal pengetahuan produk yang lebih komprehensif, namun juga memperoleh wawasan strategis mengenai pemasaran online dan manajemen bisnis pre-order yang lebih efektif. Interaksi aktif Reseller melalui SOL juga menciptakan ruang bagi pertukaran pengalaman dan kolaborasi, meningkatkan sinergi dalam jaringan bisnis Ajeng Store.

3.1 Implementasi Synchronous Online Learning (SOL)

Implementasi Synchronous Online Learning (SOL) pada pendidikan dan pelatihan Reseller Ajeng Store di Kota Masohi telah membawa dampak positif yang signifikan terhadap pemahaman, keterampilan, dan sebagai hasilnya, peningkatan pemasukan bagi Ajeng Store. Proses ini dimulai dengan merancang dan menyusun materi SOL yang relevan dengan konteks bisnis Reseller, melibatkan unsur-unsur seperti pengetahuan produk, strategi pemasaran

digital, dan manajemen pre-order. Sesi SOL memberikan Reseller Ajeng Store akses langsung terhadap materi pembelajaran, yang dapat diakses dari lokasi mana pun sesuai kenyamanan mereka. Dengan memanfaatkan platform online, Reseller dapat berpartisipasi dalam kelas virtual dan berinteraksi secara real-time dengan owner.

Dampak utama implementasi SOL terlihat dalam peningkatan pemahaman Reseller tentang produk. Reseller mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang fitur dan manfaat setiap produk, memungkinkan mereka memberikan informasi yang lebih lengkap dan meyakinkan kepada pelanggan. Selain itu, SOL memberikan wawasan strategis tentang pemasaran online, mengajarkan Reseller untuk memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk Ajeng Store. Aspek manajemen pre-order juga mendapat perhatian khusus dalam sesi SOL. Reseller dilatih untuk mengelola inventaris dengan lebih efisien, menghitung estimasi pengiriman dengan akurat, dan mengatasi kendala logistik yang mungkin timbul. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan kehandalan Reseller dalam mengelola proses pre-order, menciptakan kepercayaan pelanggan, dan mendukung pertumbuhan bisnis Ajeng Store.

Hasil akhir dari implementasi SOL ini terlihat dalam peningkatan pemasukan Ajeng Store secara signifikan. Reseller yang mendapatkan ilmu baru dan keterampilan dari SOL mampu meningkatkan daya saing produk, meningkatkan efektivitas pemasaran, dan mengoptimalkan manajemen pre-order, yang secara langsung berkontribusi pada pertumbuhan pendapatan perusahaan.

Secara keseluruhan, implementasi SOL di Ajeng Store telah membuktikan bahwa pendidikan dan pelatihan berbasis online dapat menjadi kunci untuk meningkatkan kualitas Reseller, mendukung pertumbuhan dan menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini berkaitan dengan implementasi Synchronous Online Learning (SOL) dalam pendidikan dan pelatihan reseller Ajeng Store menunjukkan bahwa SOL memberikan dampak positif yang signifikan. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, terungkap bahwa SOL tidak hanya meningkatkan pemahaman produk reseller, tetapi juga memperluas keterampilan mereka dalam strategi pemasaran digital dan manajemen pre-order. Reseller Ajeng Store mendapat ilmu baru yang memungkinkan mereka memberikan informasi yang lebih mendalam dan meyakinkan kepada pelanggan, meningkatkan daya saing produk. Komunitas reseller yang terkoneksi melalui SOL menciptakan lingkungan kolaboratif yang mendukung pertukaran pengalaman dan peningkatan kinerja bisnis. Dengan demikian, SOL bukan hanya menjadi alat pembelajaran, tetapi juga menjadi katalisator untuk pertumbuhan dan keberlanjutan Ajeng Store, menciptakan reseller yang lebih terampil dan berdaya saing di pasar online.

REFERENCES

- Syahrudin, S. (2020). *Pembelajaran Online: Strategi dan Implementasi di Era Digital*. PT Pustaka Mandiri.
- Yusuf, M., & Kurniawan, H. (2020). *Pembelajaran Online pada Bisnis Online Shop: Konsep, Model, dan Implementasi*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Mulyono, A., & Kristanto, Y. (2022). Pengaruh Implementasi Synchronous Online Learning (SOL) terhadap Kinerja Reseller pada Bisnis Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 50-61.