

SOSIALISASI E- COMMERCE BAGI REMAJA MELALUI MEDIA SPEAKING ACTIVITY DI MTsN 1 DELI SERDANG

Rafika Purba¹, Risa Kartika Lubis²

^{1,2}Program Studi Manajemen Informatika

STMIK Pelita Nusantara

Email : ¹figapurba@gmail.com, ²risakartika1988@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

E-Commerce
Speaking
Dialogue

Pemahaman bahasa Inggris sebagai bahasa asing hanya terbatas di sekolah saja. Proses belajar mengajar juga hanya berdasarkan kurikulum saja. Pembelajaran dari lingkungan rumah dan masyarakat sangat sedikit sekali diperoleh. Sehingga siswa kurang mendapatkan pengetahuan yang maksimal. Speaking atau sekedar berdialog dengan tema – tema yang sedang berkembang di sosial media atau yang sedang bergejolak di kalangan remaja sangat jarang diangkat dalam pelatihan percakapan bahasa Inggris. Padahal jika hal ini dikembangkan dengan baik, remaja termasuk siswa siswi Sekolah Menengah Pertama hingga siswa Menengah Atas akan memiliki pengetahuan yang luas, kreatif dan inovatif. Tidak hanya bergantung pada buku teks. Penggunaan E-commerce sebagai media belanja di dorong oleh sering munculnya iklan pada situs jejaring sosial remaja dan peer group. Belanja di E-commerce dijadikan sebagai sebuah gaya hidup remaja dimana belanja di E-commerce dijadikan sebagai upaya eksistensi diri dan identitas remaja, tidak berhenti ada gaya hidup media ini telah mampu menjadikan remaja berlaku konsumtif karena tampilannya yang menarik, canggih, bisa diakses dimana saja dan menggunakan sistem pembayaran yang mudah yaitu melalui kartu kredit dan transfer. Sehingga sangat penting memperkenalkan E-commerce ini kepada para remaja yang notabene selalu menjadikan kegiatan e-commerce ini sebagai kegiatan yang biasa mereka lakukan ketika sedang aktif dalam media sosial. Agar mereka paham seluk beluk dari berbagai aktifitas e-commerce. Memperkenalkan e-commerce bisa melalui apa saja, termasuk sosialisasi yang memang dikhususkan untuk memahami e-commerce. Namun dalam hal ini, penulis akan memperkenalkan e-commerce dengan Sosialisasi E-commerce bagi remaja melalui media speaking activity yang akan dilaksanakan di MTsN 1 Deli Serdang.

ABSTRACT

Keywords:

E-Commerce
Speaking
Dialogue

Understanding of English as a foreign language is limited to school. The teaching and learning process is also only based on the curriculum. Very little is learned from the home and community environment. So students do not get the maximum knowledge.

Speaking or just dialoguing with themes that are developing in social media or that are volatile among teenagers are very rarely raised in English conversation training. In fact, if this is well developed, teenagers, including junior high school students up to senior high school students, will have extensive, creative and innovative knowledge. Don't just rely on textbooks.

The use of E-commerce as a shopping medium is driven by the frequent appearance of advertisements on teen social networking sites and peer groups. Shopping in E-commerce is used as a lifestyle of adolescents where shopping in E-commerce is made as an effort of self-existence and identity of adolescents =, there is no stopping this lifestyle of media has been able to make teens behave consumptively because of its attractive appearance, sophisticated, accessible where only and use an easy payment system that is via credit card and transfer.

So it is very important to introduce E-commerce to teenagers who incidentally always make this e-commerce activity as an activity they usually do when they are active in social media. So they understand the ins and outs of various e-commerce activities. Introducing e-commerce can be through anything, including socialization that is dedicated to understanding e-commerce.

But in this case, the writer will introduce e-commerce with E-commerce Socialization for teenagers through the media speaking activity that will be held at MTSN 1 Deli Serdang.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



I. Pendahuluan

Analisis situasi sering dikaitkan dengan sebuah kegiatan awal dalam sebuah perencanaan dan pengembangan program dengan menggambarkan kondisi sosial, ekonomi serta budaya suatu komunitas, kelompok atau masyarakat pada umumnya. Penggambaran-penggambaran yang juga mencerminkan potensi, masalah serta rancangan-rancangan program dalam rangka memecahkan segala permasalahan, tantangan yang dihadapi pada saat itu. Di banyak buku manajemen organisasi analisis situasi sering dimunculkan dengan aspek SWOT yang aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (strengths) mampu mengambil keuntungan (advantage) dari peluang (opportunities) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (weaknesses) yang mencegah keuntungan (advantage) dari peluang (opportunities) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (strengths) mampu menghadapi ancaman (threats) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (weaknesses) yang mampu membuat ancaman (threats) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Analisis situasi merupakan langkah awal dalam Problem Solving Cycle (Siklus Pemecahan Masalah). Dalam proses pemecahan masalah selalu dimulai dari analisis situasi. Proses pemecahan masalah diharapkan benar-benar memecahkan masalah-masalah sosial, ekonomi bahkan budaya yang ada di masyarakat. Semua itu memerlukan dukungan informasi yang tepat dari proses analisis situasi. Analisis situasi merupakan proses mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya tentang kondisi tertentu di sebuah wilayah yang akan berguna untuk menetapkan permasalahan (identifikasi masalah). Analisa situasi juga dapat digunakan dalam rangka perencanaan program dan analisis hambatan. Dengan dilakukan analisis situasi kita dapat memotret kondisi sosial masyarakat.

1.1.1 Kondisi Umum Sekolah MTs Negeri 1 Deli Serdang

Bahwa setiap warga sekolah mengalami perubahan merupakan sebuah proses perubahan yang wajar terjadi oleh karena dinamika perkembangan tersebut didorong oleh berbagai faktor baik faktor dari luar maupun dari dalam bahkan perubahan dapat terjadi melalui

cara konflik. Dalam hal ini, yang dibahas adalah warga sekolah, khususnya siswa MTs Negeri 1 Deli Serdang. Sekolah MTs Negeri 1 Deli Serdang terletak di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang, yang memiliki jumlah siswa 1299 orang dengan 20 ruang belajar, yaitu dengan rincian kelas IX memiliki 7 ruang belajar, kelas VIII memiliki 7 ruang belajar, dan kelas VII memiliki 6 ruang belajar.

1.1.2 Dinamika Pengetahuan Siswa MTs Negeri 1 Deli Serdang

MTs Negeri 1 Deli Serdang memiliki kondisi pengetahuan tidaklah buruk, namun masih ada sebagian kecil siswa yang berada dalam kondisi kurang memiliki pengetahuan yang utuh, khususnya dalam kemampuan berbahasa dan berwirausaha. Hal ini dikarenakan pengetahuan dari setiap siswa yang bervariasi.

Kondisi seperti ini menjadi penting dari sisi pemberdayaannya, terutama bila dilihat dari sisi aktivitas usaha produktif yang selalu dihasilkan oleh siswa, yang didukung oleh mata pelajaran Prakarya yang selalu menuntut siswa untuk bisa menghasilkan karya dan berwirausaha. Selain itu kebutuhan akan perbaikan menuntut siswa untuk memiliki hidup yang lebih berkualitas.

Remaja pada masa sekarang ini sangat mahir berkomunikasi melalui aplikasi whatsapp, BBM, facebook, twitter, line, dan lain sebagainya. Semakin pesatnya era teknologi informasi di dunia, membuat remaja semakin ingin mengetahui tentang dunia luar.

Maraknya jual beli on line dikalangan remaja juga mempengaruhi dunia ekonomi remaja. Banyak dari mereka terlibat dalam jual beli secara on line. Mereka aktif memanfaatkan segala aplikasi media sosial sebagai sarana mereka untuk jual beli online untuk memperdagangkan satu atau bahkan beberapa barang. Yang kemudian hal ini secara tidak langsung telah melibatkan mereka kedalam dunia e – commerce. E- commerce sendiri masih terasa asing pada telinga mereka masing – masing. Bahkan mereka tidak tau makna, fungsi, dan manfaat e – commerce itu sendiri.

Siswa siswi MTSN 1 Deli Serdang telah mempelajari bahasa inggris dari kosakata, tata bahasa dan beberapa materi bahasa inggris lainnya. Pemahaman bahasa inggris sebagai bahasa asing hanya terbatas disekolah saja. Proses belajar mengajar juga hanya berdasarkan kurikulum saja. Pembelajaran dari lingkungan rumah dan masyarakat sangat sedikit sekali diperoleh. Sehingga siswa kurang mendapatkan pengetahuan yang maksimal.

Speaking atau sekedar berdialog dengan tema – tema yang sedang berkembang di sosial media atau yang sedang bergejolak di kalangan remaja sangat jarang diangkat dalam pelatihan percakapan bahasa inggris. Padahal jika hal ini dikembangkan dengan baik, remaja termasuk siswa siswi Sekolah Menengah Pertama hingga siswa Menengah Atas akan memiliki pengetahuan yang luas, kreatif dan inovatif. Tidak hanya bergantung pada buku teks.

Penggunaan E-commerce sebagai media belanja di dorong oleh sering munculnya iklan pada situs jejaring sosial remaja dan peer group. *Belanja di E-commerce dijadikan sebagai sebuah gaya hidup remaja dimana belanja di E-commerce dijadikan sebagai upaya eksistensi diri dan identitas remaja* (Elinda. 2014, tidak berhenti ada gaya hidup media ini telah mampu menjadikan remaja berlaku konsumtif karena tampilannya yang menarik, canggih, bisa diakses dimana saja dan menggunakan sistem pembayaran yang mudah yaitu melalui kartu kredit dan transfer.

Sehingga sangat penting memperkenalkan E- commerce ini kepada para remaja yang notabene selalu menjadikan kegiatan e-commerce ini sebagai kegiatan yang biasa mereka lakukan ketika sedang aktif dalam media sosial. Agar mereka paham seluk beluk dari berbagai aktifitas e-commerce. Memperkenalkan e-commerce bisa melalui apa saja, termasuk sosialisasi yang memang dikhususkan untuk memahami e-commerce.

Namun dalam hal ini, penulis akan memperkenalkan e-commerce dengan Sosialisasi E-commerce bagi remaja melalui media speaking activity yang akan dilaksanakan di MTsN 1 Deli Serdang.

1.1. PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan analisis situasi di atas dapat diidentifikasi dan perumusan masalah sebagaimana diuraikan dibawah ini:

1. Kurangnya kesadaran para siswa dalam memahami masalah e-commerce.
2. Kemampuan Speaking Activity dengan prosedur kosa kata, tata bahasa serta intonasi yang baik dan benar masih lemah.
3. Kemampuan siswa dalam bersosialisasi, khususnya dalam berbicara menggunakan bahasa Inggris di kalangan sekolah dan lingkungan tempat tinggal masih rendah.

II. TARGET

2.1. Solusi Permasalahan

Era globalisasi merupakan sebuah era yang harus dihadapi oleh setiap bangsa di dunia, tidak terkecuali dengan Indonesia. Pada era tersebut semua aspek kehidupan, termasuk pendidikan harus menyesuaikan dengan iklim global yang serba cepat, dan setiap bangsa harus siap untuk menghadapi hal tersebut agar dapat bertahan dari kehancuran. Melalui dunia pendidikan pemerintah mencanangkan sebuah konsep pendidikan bertaraf internasional yang diharapkan dapat mendidik anak-anak bangsa untuk bersaing dengan dunia internasional dan dapat menjadi tulang punggung bangsa di masa depan.

Dalam mencapai tujuan tersebut. Salah satu tujuan Negara Indonesia, termuat dalam pembukaan UUD 1945 alenia 4 yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa. Hal ini akan terwujud melalui proses pendidikan. Untuk memperlancar proses pendidikan diperlukan suatu wadah atau lembaga yang disebut sekolah. Mewujudkan keberhasilan pendidikan itu tidaklah mudah. Hal tersebut, diiringi dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat di negara maju.

Pada era modernisasi ini, pemanfaatan teknologi berdampak langsung terhadap perilaku ekonomi secara ekonomi, maupun sosial budaya. Salah satu bentuk kemajuan dan perkembangan teknologi adalah meraknya perdagangan elektronik atau *e-commerce*. *E-commerce* dapat diartikan sebagai kegiatan jual beli secara elektronik dengan menggunakan internet. *E-commerce* juga merupakan penghubung antara perusahaan dan masyarakat (konsumen) untuk bertransaksi secara elektronik dalam hal penjualan barang atau jasa.

E-commerce dapat dengan cepat berkembang dalam masyarakat karena cakupan yang ditawarkan e-commerce sangat luas, transaksi yang terjadi tidak hanya dalam lingkup lokal atau nasional, tetapi jaringan e-commerce juga menawarkan hingga lingkup internasional (Amilia. 2009). Sehingga kegiatan perdagangan antar negara kini dapat dilakukan dengan lebih mudah dan cepat. Faktor pendukung lainnya adalah proses transaksi yang cepat dan efisiensi yang tinggi.

Sosialisasi e-commerce akan membuka wawasan para siswa untuk memahami seluk beluk e-commerce dan diharapkan dapat memberikan pengetahuan ini kepada lingkungan rumah ataupun lingkungan masyarakat lainnya. Selain untuk menambah pengetahuan bagi para

siswa, hal ini juga dapat memberikan dampak positif untuk kemampuan mereka dalam percakapan bahasa inggris dengan tema yang sangat menarik dikalangan remaja.

(Aziz. 2011) *Pendidikan dengan pelatihan merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan dalam sistem pembangunan sumberdaya manusia, yang di dalamnya terjadi proses perencanaan, penempatan, dan pengembangan tenaga manusia.* Dalam proses pengembangannya diupayakan agar sumberdaya manusia dapat dimanfaatkan secara maksimal, sehingga apa yang menjadi tujuan dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia tersebut dapat terpenuhi. Dalam rangka pengembangan masyarakat, pelatihan diberikan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan warga masyarakat dalam menghadapi tuntutan maupun perubahan lingkungan sekitar. Pemberian pelatihan bagi masyarakat bertujuan untuk memberdayakan, sehingga warga masyarakat mempunyai potensi untuk dapat berpartisipasi aktif pada proses perubahan di era globalisasi. Pelatihan dapat membantu masyarakat untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan kemampuan yang telah dimiliki, dengan pelatihan juga dapat menimbulkan perubahan dalam kebiasaan bekerja masyarakat, perubahan sikap terhadap pekerjaan serta dalam informasi dan pengetahuan yang mereka terapkan dalam pekerjaannya setiap hari.(Buchari. 2010) *Kegiatan pelatihan dapat terjadi apabila seseorang atau masyarakat menyadari perlunya mengembangkan potensi dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan maupun kepuasan hidupnya, oleh sebab itu diperlukan kegiatan pemberdayaan.* Tanpa pendidikan yang berbobot dan berkualitas yang dimiliki oleh masyarakat, maka upaya dalam meningkatkan produktivitas seutuhnya sulit untuk diwujudkan. Kualitas keterampilan sangat menentukan dalam usaha menyiapkan sumberdaya manusia yang handal. Kualitas keterampilan dapat dicapai dengan menciptakan iklim pembelajaran yang menyenangkan, sehingga mampu memotivasi dan mendorong semangat serta kemampuan diri seoptimal mungkin.

Tanpa pendidikan yang berbobot dan berkualitas yang dimiliki oleh siswa, maka upaya dalam meningkatkan produktivitas seutuhnya sulit untuk diwujudkan. (Aziz. 2011) *Kualitas pengetahuan adalah modal utama para siswa untuk menyiapkan sumber daya manusia yang baik dan positif di setiap lingkungan mereka.* Sehingga mereka dapat memberikan kontribusi yang baik pula untuk lingkungan mereka dan dapat menonjolkan kemampuan dan wawasan mereka dengan baik.

Solusi yang ditawarkan Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka solusi yang ditawarkan pada kegiatan ini adalah sebagai berikut :

1. Sosialisasi terhadap siswa MTsN 1 Deli Serdang tentang E- Commerce
2. Menghasilkan kemampuan untuk berbicara bahasa inggris dengan tema menarik.
3. Menambah wawasan siswa dalam dunia ekonomi dan bahasa inggris secara bersamaan.

III. METODE PELAKSANAAN

3.1.Khalayak Sasaran

Penggunaan E-commerce sebagai media belanja di dorong oleh sering munculnya iklan pada situs jejaring sosial remaja dan peer group. Belanja di E-commerce dijadikan sebagai sebuah gaya hidup remaja dimana belanja di E-commerce dijadikan sebagai upaya eksistensi diri dan identitas remaja, tidak berhenti ada gaya hidup media ini telah mampu menjadikan remaja berlaku konsumtif karena tampilannya yang menarik, canggih, bisa diakses dimana saja dan menggunakan sistem pembayaran yang mudah yaitu melalui kartu kredit dan transfer. Sehingga sangat penting memperkenalkan E-commerce ini kepada para remaja yang notabene selalu menjadikan kegiatan e-commerce ini sebagai kegiatan yang biasa mereka lakukan ketika sedang aktif dalam media sosial. Agar mereka paham seluk beluk dari berbagai aktifitas e-commerce. Memperkenalkan e-commerce bisa melalui apa saja, termasuk sosialisasi yang memang dikhususkan untuk memahami e-commerce. Namun dalam hal ini, penulis akan memperkenalkan e-commerce dengan Sosialisasi E-commerce bagi remaja melalui media speaking activity yang akan dilaksanakan di MTSN 1 Deli Serdang.

3.2.Metode Kegiatan

Metode kegiatan yang digunakan dalam pelatihan metode Ceramah bervariasi. Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep-konsep yang penting untuk dimengerti dan dikuasai oleh peserta pelatihan. Penggunaan metode ini dengan pertimbangan bahwa metode ceramah yang dikombinasikan dengan gambar-gambar, animasi, dan dengan memanfaatkan display, dapat memberikan materi yang relatif banyak secara padat, cepat, dan mudah. Ceramah meliputi ceramah tentang kajian e-commerce, definisi, manfaat dan keuntungan e-commerce, serta memberikan point – point penting tentang speaking, dan cara mudah lancar speaking dengan tema e-commerce.

3.3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

3.3.1. Perencanaan Program

Perencanaan merupakan suatu proses yang mempersiapkan seperangkat keputusan untuk melakukan tindakan masa depan. Tahap perencanaan merupakan tahapan awal dalam proses pelaksanaan program. Hal ini dimaksudkan bahwa perencanaan akan memberikan arah, langkah atau pedoman dalam proses pembangunan dimaksud. Pada tahapan ini akan ditelusuri aktivitas atau kegiatan yang dilakukan masyarakat, dimulai dari keterlibatan mereka dalam menyusun rencana program yang diaktualisasikan melalui keaktifannya pada setiap rapat dan inisiatif diadakannya rapat, dan keterlibatan dalam memberikan pendapat, tanggapan masyarakat serta pengembangan terhadap upaya

pengelolaan sampah, sampai dengan keterlibatan mereka dalam pengambilan keputusan terhadap program yang direncanakan. Melalui interaksi dan komunikasi, perencanaan bersama dengan masyarakat membantu mengidentifikasi masalah, merumuskan tujuan, memahami situasi dan mengidentifikasi solusi bagaimana memecahkan masalah yang dimaksud.

Dalam konteks ini perencanaan adalah aktivitas moral, perencanaan merupakan komunikator yang menggunakan bahasa sederhana dalam pekerjaannya agar membuat logik dari perilaku manusia. Kunci dari gagasan perencanaan dan pembelajaran sosial adalah evolusi dari desentralisasi yang membantu orang-orang untuk memperoleh akses yang lebih dalam pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka (Hadi, 2005).

Menurut Alexander Abe (2001), tahapan perencanaan yang harus dilalui yaitu: (1) Tahap pembuatan kesepakatan awal, dimaksudkan untuk menetapkan wilayah dari perencanaan, termasuk prosedur teknis yang akan diambil dalam proses perencanaan; (2) Perumusan masalah adalah tahap lanjut dari hasil penyelidikan. Data atau informasi yang dikumpulkan adalah sedemikian rupa sehingga diperoleh gambaran yang lebih lengkap, utuh dan mendalam; dan (3) Identifikasi daya dukung yang dimaksud dalam hal ini, daya dukung tidak harus segera diartikan dengan dana kongkrit, melainkan keseluruhan aspek yang bisa memungkinkan terselenggaranya aktivitas dalam mencapai tujuan dan target yang telah ditetapkan. Daya dukung akan sangat tergantung pada persoalan yang dihadapi, tujuan yang hendak dicapai, aktivitas yang akan datang.

Pengabdian pada Masyarakat berupa Sosialisasi E- Commerce terhadap pemuda yaitu para Remaja Melalui Speaking Activity Di MTS Deli Serdang merupakan hal yang menarik untuk dilaksanakan.

Pengabdian ini fokus terhadap sosialisasi E- commerce yang sedang berkembang di kalangan remaja. Remaja telah menjadi konsumen yang aktif terhadap e-commerce tanpa mereka sadari. Dan pemahaman tentang e- commerce pada zaman milenial ini sangatlah penting, agar mereka dapat menggunakan proses e- commerce dengan baik dan benar. Melalui speaking activity, penjelasan tentang e-commerce akan menjadi lebih menarik dan tidak membosankan.

1. Perencanaan.

Kegiatan perencanaan sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi dengan LPPM STMIK Pelita Nusantara dan Sekolah MTsN 1 Deli Serdang.
- b. Sosialisasi kegiatan pengabdian kepada para siswa kelas XII.

2. Pelaksanaan

- a. Memperkenalkan E-Commerce, fungsi dan manfaatnya dengan baik dan benar.
- b. Mengajarkan percakapan bahasa Inggris dengan kosakata dan tata bahasa yang benar.
- c. Praktek Speaking activity dengan berbagai tema yang berkaitan dengan e-commerce.

3. Evaluasi

Kegiatan evaluasi dilakukan secara langsung oleh pelaksana. Evaluasi berupa hasil kerja peserta (para siswa) terhadap Speaking dan penggunaan tema e- commerce yang menarik. Proses evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui kekurangan dan kendala dalam pelaksanaan kegiatan.

4. Refleksi

Refleksi dilakukan terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Hal ini dilakukan

semata-mata untuk mengetahui kekurangan-kekurangan atau kelebihan-kelebihan terhadap kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan dalam rangka menetapkan rekomendasi terhadap keberlangsungan atau pengembangan kegiatan-kegiatan berikutnya. Hasil refleksi perlu dilakukan suatu upaya untuk membantu meningkatkan penguasaan siswa terhadap bidang percakapan bahasa inggris dan wawasan e-commerce yang sangat aktif dijadikan topik dalam bidang ekonomi serta dapat mengaplikasikannya dengan baik dan benar.

3.3.2. Pelaksanaan Program

- **Memperkenalkan E-Commerce, fungsi dan manfaatnya dengan baik dan benar.**

E-commerce pertama kali diperkenalkan pada tahun 1994 pada saat pertama kali banner-elektronik dipakai untuk tujuan promosi dan periklanan disuatu halaman-web (website). Menurut Riset Forrester, perdagangan elektronik menghasilkan penjualan seharga \$12,2 Milliar USD pada tahun 2003. menurut laporan yang lain pada bulan oktober 2006 yang lalu, pendapatan ritel online yang bersifat non-travel di Amerika serikat diramalkan akan mencapai seperempat triliyun USD pada tahun 2011(Hanifah. 2011). Istilah perdagangan elektronik telah berubah sejalan dengan waktu. Pada awalnya ketika web mulai terkenal di masyarakat pada 1994, banyak jurnalis memperkirakan bahwa e-commerce akan menjadi sebuah sektor ekonomi baru. Namun, baru sekitar empat tahun kemudian protokol aman seperti https memasuki tahap matang dan banyak digunakan. Antara 1998 dan 2000 banyak bisnis di AS dan Eropa mengembangkan situs web perdagangan ini.

E-Commerce juga melibatkan aktivitas yang berhubungan dengan proses transaksi elektronik seperti transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem pengolahan data inventory yang dilakukan dengan sistem komputer apapun jaringan komputer dan lain sebagainya.

Dalam teknologi informasi e-commerce dapat dikategorikan sebagai bagian dari e-business dimana e-business memiliki cakupan yang lebih luas baik dari segi aktivitas ataupun jenis-jenis kegiatan yang dilakukan.

- **Manfaat dan Keuntungan E-Commerce**

E-commerce pasti diminati karena ada alasan bukan, hal ini sudah jelas karena terdapat beberapa manfaat e-commerce yang diberikan baik kepada pemilik usaha ataupun konsumen. Mari lihat beberapa manfaat e-commerce bagi pemilik usaha/perusahaan dan manfaat e-commerce bagi konsumen dibawah ini:

- **Manfaat E-commerce Bagi Pemilik Usaha**

Berikut beberapa manfaat e-commerce bagi pemilik usaha:

1. **Penjualan Global**

Dengan adanya E-commerce memungkinkan sebuah perusahaan atau pemilik usaha untuk dapat menjual produk yang mereka buat kepada konsumen yang lebih banyak dikarenakan sifat dari web itu sendiri. Dengan kata lain, perusahaan dapat mencakup pasar yang lebih luas. Contoh, perusahaan sepatu yang ada di Amerika ataupun Australia dapat menjual produknya di Indonesia tanpa harus membuka toko baru di Indonesia.

2. **Pengurangan Infrastruktur Perusahaan**

Dengan adanya e-commerce, perusahaan atau pemilik usaha tidak perlu membuka banyak cabang penjualan ataupun distribusi (akan tetapi dalam beberapa kasus, banyak e-commerce yang tetap membuka gudang penyimpanan ataupun produksi di berbagai negara untuk mempermudah konsumen dalam shipping barang).

3. **Pengurangan Biaya Perusahaan/ Meningkatkan Keuntungan Bersih**

Dengan adanya E-commerce, pemilik usaha atau perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya yang berlebih dalam menyediakan banyak toko atau gedung serta pegawai yang banyak. Hal ini akan meningkatkan keuntungan dengan menurunkan biaya operasional perusahaan.

4. Pengurangan Harga Produk

Dengan adanya e-commerce, harga barang dapat ditekan semurah mungkin dikarenakan akumulasi dari beberapa manfaat diatas, sehingga konsumen lebih tertarik membeli dan jangkauan juga semakin luas dari berbagai lapisan masyarakat.

- **Manfaat dan Keuntungan E-commerce Bagi Konsumen**

Manfaat yang didapatkan oleh konsumen dengan adanya e-commerce adalah:

1. Belanja 24/7

Manfaat E-commerce yang satu ini sangat membantu konsumen dalam melakukan pengecekan, perencanaan ataupun langsung pembelian atau pemesanan jasa ataupun barang pada usaha tertentu. Berbeda dengan toko yang biasanya tutup pada jam malam seperti toko buku yang hanya terbuka mulai dari jam 9 pagi hingga jam 9 malam. Toko buku Online dapat terbuka untuk pengecekan dan pembelian 24 jam selama 7 hari atau non-stop. Asyik dan bermanfaat bukan untuk konsumen.

2. Menghemat Waktu

Dengan adanya e-commerce, konsumen dapat menghemat waktu mereka dalam belanja dikarenakan tidak perlu ke tokonya langsung, cukup buka websitenya, cek barang dan kemudian pesan. Barang terkirim. Bermanfaat bukan.

3. Barang/Jasa Semakin Murah

Nah, ini manfaat e-commerce yang betul betul terasa oleh konsumen, hal ini dikarenakan manfaat e-commerce bagi perusahaan sehingga biaya operasional pemilik usaha berkurang sehingga mereka mampu memberikan harga yang lebih murah.

4. Konsumen Mampu Membandingkan Lebih Akurat

Dengan adanya e-commerce khususnya berbasis online, konsumen mampu membandingkan banyak produk sekaligus, tinggal klik, klik, berbeda dengan toko biasa, anda harus berjalan ke beberapa tempat sekaligus apalagi yang berbeda toko. Dengan e-commerce anda tinggal buka komputer, dan cek berbagai harga barang diberbagai toko online, cari yang murah tanpa harus berpindah tempat. Coba saja buka Lazada, Tokopedia, OLX, dan toko online lainnya.

5. Pembeli lintas Wilayah

Dengan adanya e-commerce, anda mampu membeli barang atau jasa dari luar negara anda tanpa harus ke luar negeri, asyik bukan manfaat e-commerce yang satu ini. Contoh, saya dapat memesan sepatu nike super original dari USA tanpa harus ke Amerika.

- **Mengajarkan percakapan bahasa inggris dengan kosakata dan tata bahasa yang benar.**

Manfaat melalui adanya *speaking activities* adalah adanya kepercayaan diri. Bagaimana kepercayaan diri dari seorang siswa ditumbuhkan, karena dalam *speaking* siswa harus memiliki banyak latihan agar bahasa inggris kita baik. Dan dalam *speaking*, siswa memiliki kesempatan untuk berbicara didepan orang banyak dalam berbahasa inggris. Meski namun begitu, *manfaat dari speaking tidak hanya sebatas itu. Selain berdampak kepada kepercayaan diri seseorang (Leech.2003)*, lalu *speaking* sendiri dalam konteks bahasa inggris merupakan satu dari faktor terpenting dalam pengembangan skill-skill bahasa inggris lainnya. Dalam *speaking* bisa semua berujung pada *speaking* dan juga berdasar dari *speaking*. Misalnya ketika belajar *writing* atau menguasai berbagai jenis tenses sehingga ketika anda berbicara, grammar anda maupun pemilihan kosakata anda tidak salah. Lalu dalam *listening* ketika mengikuti kegiatan menyimak atau sekedar mendengar bahasa inggris, maka setidaknya pendengar dapat mengucapkannya kembali. Dan dalam *reading*, yaitu membaca teks bacaan tentu, maka akan menjadi *speaking* juga. Demikian mengapa *speaking* bisa menjadi daya tarik.

Tujuan berbicara secara umum yaitu untuk memberitahu, menghibur, melapor, membujuk, dan menyakinkan seseorang. Dan secara umum tujuan latihan berbicara dalam bahasa Inggris ialah

agar siswa dapat berkomunikasi lisan secara sederhana dalam bahasa Inggris. *Tujuan pembelajaran speaking tidak boleh lepas dari pada tujuan pembelajaran bahasa Inggris (Rahadi. 2003).* Adapun tujuan pembelajaran bahasa Inggris agar peserta didik memiliki kemampuan sebagai berikut:

- Mengembangkan kompetensi berkomunikasi dalam bentuk lisan dan tulis untuk mencapai tingkat literasi *informational*. Sehingga siswa mampu memberikan penilaian tentang suatu karya, seni, produk, buku atau yang lainnya.
 - Memiliki kesadaran tentang hakikat dan pentingnya bahasa Inggris untuk meningkatkan daya saing bangsa dalam masyarakat global.
 - Mengembangkan pemahaman peserta didik tentang keterkaitan antara bahasa dengan budaya.
- Merujuk pada tujuan pembelajaran tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa semua kegiatan pembelajaran bahasa Inggris ini agar peserta didik mempunyai kompetensi komunikasi aktif baik secara lisan maupun tulisan. Dengan kemampuan tersebut, diharapkan output mempunyai daya saing dan ikut berperan aktif dalam percaturan dunia yang pada akhirnya akan terbangun pemahaman budaya global karena kita adalah bagian dari masyarakat.

Pada dasarnya pengenalan E-commerce pada para siswa hanya memperkenalkan mereka lewat definisi, manfaat dan keuntungan saja. Namun, di era digital ini, bahasa Inggris sudah menjadi media berkomunikasi di seluruh dunia. Sehingga kami penulis, juga berkesempatan membagi ilmu *speaking* yang bertemakan e-commerce kepada para siswa. Hal ini bertujuan agar siswa lebih menarik mengetahui masalah E-commerce melalui bahasa Inggris.

Dosen bahasa Inggris yang terlibat pada pengabdian ini, juga melatih siswa siswi melalui pengucapan kosakata bahasa Inggris yang benar, sehingga siswa – siswi dapat mengucapkan kosakata bahasa Inggris yang benar.

Para dosen juga meminta partisipasi para siswa dalam memperagakan dialog *speaking* yang mereka buat sendiri dengan tema e-commerce. Hal ini memberikan peluang bagi mereka untuk memperbaiki cara bicara mereka dan melatih kepercayaan diri mereka di depan kelas.

Tidak hanya ilmu pengetahuan, pengalaman mereka belajar bersama para dosen STMIK Pelita Nusantara juga menjadi sangat berharga di kehidupan mereka. Dengan kata lain, mereka mendapat ilmu dan pengalaman secara bersamaan.

Berikut adalah beberapa contoh dialog *speaking* yang bertemakan E-Commerce.



Gambar 3.1. Pengabdian (Dosen STMIK Pelita Nusantara) akan memulai sosialisasi E-Commerce di MTs Deli Serdang.



Gambar 3.2. Pengabdian (Para Dosen STMIK Pelita Nusantara) Memberikan instruksi untuk membuat dialogue bahasa Inggris yang bertemakan E-commerce.



Gambar 3.3. Para Siswa berdiskusi untuk mempraktekkan speaking activity

3.4. Kelayakan Tim

Tim pengusul pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari 2 orang.

No	Nama	Jabatan	Uraian Tugas
1	Rafika Purba, S.Pd, M. Hum	Ketua	Bertanggung jawab pada kegiatan pengabdian masyarakat. Mengkoordinasi tim dan tempat pelaksanaan pengabdian Melakukan perizinan Menyusun materi pengabdian dengan anggota. Menyusun Materi speaking yang berhubungan dengan E-commerce. Melaksanakan pengabdian dengan Anggota Menyusun laporan pengabdian dan luaran dengan anggota
2	Risa Kartika Lubis, S.P, M.M	Anggota	Menyusun materi pengabdian materi E-commerce. Melaksanakan pengabdian dengan ketua. Menyusun laporan pengabdian dan luaran dengan ketua.

IV. HASIL YANG DICAPAI

4.1. Menjalin Kerja Sama

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, STMIK Pelita Nusantara dapat bekerja sama dengan sekolah – sekolah di Sumatera Utara. Dalam hal ini, khususnya MTs Deli serdang.

Melalui kerjasama ini, STMIK Pelita Nusantara dapat memberikan kontribusi yang baik untuk berkembangnya dunia pendidikan di era industry 4.0.

E- commerce merupakan media pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan system penjualan yang lebih up to date dalam masa sekarang ini. Khususnya di dunia digital ini, e-commerce bukan lagi hal tabu dalam sistem perekonomian. Oleh sebab itu, melalui STMIK Pelita Nusantara beberapa dosen menginformasikan hal ini dengan lebih detail dan mudah untuk dipahami.

Tidak hanya sosialisasi tentang E- Commerce, tapi juga siswa siswi MTs Deli Serdang mendapatkan ilmu pengetahuan tentang Speaking. Speaking activity yang dilaksanakan juga bertemakan tentang E- commerce. Hal ini dilakukan agar siswa – siswi dapat lebih paham masalah e- commerce.

Kepala sekolah MTs Deli serdang, menyambut baik kegiatan ini sebagai upaya meningkatkan pengetahuan siswa siswi di MTs Deli Serdang. Dalam kesempatan tersebut beliau menyampaikan ucapan terima kasihnya kepada para dosen STMIK Pelita Nusantara yang mau berbagi ilmu pengetahuan serta v cjbekerja sama dengan sekolah tersebut. Kepala sekolah MTs Deli Serdang juga berharap dapat selalu bekerja sama dengan sekolah tersebut. Harapannya melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan Perguruan Tinggi, sekolah MTs Deli Serdang dapat maju dan berkembang dengan informasi dapat segera terwujud.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan sementara dari pelaksanaan pengabdian ini adalah :

1. Kerjasama antara pengusul pengabdian dengan pihak mitra dalam hal MTs Deli Serdang telah disetujui.
2. Sosialisasi E- Commerce melalui Speaking Activity yang dilaksanakan di MTs Deli Serdang sudah dilaksanakan. Hasil sosialisasi memberikan masukan data yang akan diinput.

5.2. Saran

Saran dari pelaksanaan pengabdian ini adalah :

1. Bagi para pendidik yang ingin memperkenalkan E-Commerce di harapkan dapat menjelaskan e- commerce dengan penjelasan yang ringkas dan sangat menarik.
2. Bagi para pendidik bahasa inggris dapat lebih aktif dan teliti dalam mengawasi speaking activity. Khususnya yang bertemakan dengan tema E-commerce.

Untuk pengabdi atau peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan materi E-commerce ini dengan materi atau teori yang terbaru

DAFTAR PUSTAKA

- Abe, Alexander. (2001). *Perencanaan Daerah Memperkuat Prakarsa Rakyat dalam Otonomi Daerah*. Lappera Pustaka Utama. Yogyakarta.
- Alma, Buchari (2010). *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum* Alfabeta. Bandung
- Almilia, S.L, (2009), *Penerapan E-Commerce sebagai upaya Peninmgkatan Persaingan Bisnis*. Jurnal, STIE Perbanas. Surabaya
- Aziz, Ahmad. (2011). *Pengaruh Kualitas Pembelajaran Guru Terhadap Minat Siswa*

- Berwirausaha Pada Mata Diklat Kewirausahaan Di Kelas XII Pemasaran SMKN 1 Surabaya* (Skripsi). Surabaya: Universitas Negeri Surabaya Badan Pusat Statistika RI.
- (2014) Jumlah Pengangguran Edisi Badan Pusat Statistika RI. (2014) Jumlah Pengangguran Edisi Agustus 2016. Jakarta: Badan Pusat Statistik. (www.bps.go.id/Brs/view/id/1196), diakses tanggal 7 Maret 2016.
- Elinda, Nordiana.(2014). *Peran Jejaring Sosial Media Peningkatan Mahasiswa Untuk Berbisnis Online(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya)*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Universitas Brawijaya.
- Hanifah, Fadwiyah. P. (2014). *E-Commerce alat peraga pendidikan berbasis web dengan open cart*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Hadi, Sutarto.(2005). *Pendidikan Realistik*. Yogyakarta : Universitas Senata Dharma.
- Leech, Geoffrey.(2003). *Prinsip – Prinsip Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Rahadi, Kunjana. (2003). *Berkenalan dengan ilmu Bahasa Pragmatik*. Malang: Dioma