

## Pentingnya Pemahaman *E-Commerce* Bagi Siswa di Era Digitalisasi

**Nelli Novyarni\*, Imelda Aprileny, Muhammad Anhar, Sumitro, Maserih**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta  
\*Email korespondensi: [nelly\\_novyarni@stei.ac.id](mailto:nelly_novyarni@stei.ac.id)

### ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk mencapai tujuan kegiatan sosialisasi kepada siswa di Sekolah Diponegoro, Rawamangun, Jakarta Timur. Sebagai program pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini bertujuan memberikan gambaran tentang perlunya E-Commerce sejak dini bagi siswa di era digitalisasi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah penyuluhan menggunakan *zoom meeting* dengan menghadirkan narasumber dari para ahli *e-commerce*. Kegiatan ini dapat mendapat respon yang baik dari peserta dan kegiatan ini bersifat berkelanjutan. Target capaian program penggunaan *e-commerce* meningkat setelah diadakan penyuluhan ini dari 50 siswa sampai sekarang sudah menjadi lebih dari 50 siswa.

**Kata Kunci:** Pemahaman; *e-commerce*; siswa; digitalisasi

### ABSTRACT

*This activity aims to achieve the goal of socialization activities to students at Diponegoro School, Rawamangun, East Jakarta. as a community service program, this activity aims to provide an overview of the need for E-Commerce from an early age to students in the current digitalization era, provide an overview of the benefits of E-Commerce knowledge, help to encourage students to be ready to compete in the digitalization era, help provide applicable knowledge to students who can later be used in community activities. The method used in this activity is counseling using a zoom meeting by presenting speakers from e-commerce experts. This activity can get a good response from the participants and this activity is sustainable.*

**Keywords:** Understanding; *e-commerce*; student; digitization

Received: 05 Feb 22 / Revised: 22 Jun 22 / Accepted: 22 Jun 22 / Online: 22 Jun 22

### PENDAHULUAN

Internet merupakan jaringan besar yang dibentuk oleh inter koneksi jaringan komputer dan komputer tunggal di seluruh dunia lewat saluran telepon, satelit, dan sistem telekomunikasi lainnya. Dengan demikian pada dasarnya internet merupakan jaringan komputer yang sangat besar yang terbentuk dari jaringan-jaringan kecil yang ada dan *online* di seluruh dunia yang saling berhubungan.

Internet merupakan rangkaian hubungan jaringan komputer yang dapat diakses secara umum di seluruh sedunia, yang mengirimkan data dalam bentuk paket data berdasarkan

standart internasional protokol (IP). Lebih dalam lagi internet adalah kumpulan jaringan dari jaringan-jaringan komputer dunia yang terdiri dari jutaan unit-unit kecil.

Internet juga memberi kemudahan untuk mencari dan mengakses berbagai macam informasi, mulai dari yang sangat "mulia" (seperti penelitian, keilmuan, dan keorganisasian) sampai yang "tidak mulia" (misalnya mengakses situs pornografi). Daya tarik lainnya yang membuat internet sangat populer sebagai media komunikasi, hiburan, dan bisnis aspek-aspek yang berkaitan dengan keunggulan internet, di antaranya dalam hal kenyamanan, konektivitas, dan jangkauan global, efisiensi, interaktivitas, alternatif ruang maupun pilihan yang relatif "tidak terbatas", personalisasi, sumber informasi, potensial, dan lain-lain.

Sistem informasi yang semula dimaksudkan untuk otomatisasi tugas-tugas klerikal ternyata pada akhirnya bisa dimanfaatkan untuk memperoleh keunggulan strategis dalam memenangi persaingan. Internet sebagai salah satu bentuk kehadiran teknologi informasi juga telah banyak dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing. Sebagai contoh, *Federal Express* menggunakan internet selain untuk menghemat biaya komunikasi, juga memungkinkan pelanggan melacak posisi paket atau surat yang dikirim. Lebih jauh, internet memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya.

Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh internet dalam dunia bisnis memang sangat banyak. Disini para pengguna internet harus berhati-hati dalam memanfaatkan media ini.

Karena disamping berbagai kemudahan yang ditawarkan, banyak sekali hal-hal yang membahayakan pengguna media ini, terutama untuk melakukan transaksi.

Dengan banyaknya kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh internet banyak pengguna internet yang akhirnya memanfaatkan kemudahan-kemudahan tersebut untuk melakukan berbagai macam aktivitas, salah satunya adalah aktivitas penjualan dan pembelian dalam perniagaan. Penggunaan internet dalam hal ini lebih dikenal dengan istilah E – Commerce (Achjari. 2000)

Laudon dan Laudon (1998) mendefinisikan *electronic commerce* sebagai: "*The process of buying and selling goods electronically by consumers and from company to company through computerized business transaction*". Dari definisi tadi, ada tiga poin utama dalam electronic commerce yaitu: Pertama, adanya proses baik penjualan maupun pembelian secara elektronik. Kedua, adanya konsumen atau perusahaan. Terakhir, jaringan penggunaan komputer secara *online* untuk melakukan transaksi bisnis.

Secara umum siswa saat ini sudah menggunakan handphone untuk keperluan komunikasi, pembelajaran online dan memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti : ojek *online*, gofood, gopay dan lain-lain. Siswa dapat menggunakan *e-commerce* dalam berbagai tingkatan. Ada yang sekedar menggunakan *e-mail* untuk bagian tertentu, misal : penjual *online* pemula dan sebagai pembeli *online*.

*Elektronic commerce* (disingkat *E-Commerce*) sebagai sarana berbisnis menggunakan jaringan komputer, sebenarnya sudah dikenal sejak 20 tahun lalu yaitu sejak akhir tahun '70-an dan awal tahun '80- an. Generasi pertama *E-Commerce* dilakukan hanya antar perusahaan berupa

transaksi jual beli yang difasilitasi oleh *Electronic Data Intechange* (EDI). Dalam transaksi jual beli elektronik ini banyak aspek- aspek hukum yang bersentuhan langsung maupun tidak langsung.

Saluran online adalah saluran yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer dan modem. Modem menghubungkan komputer dengan jalur telepon sehingga komputer dapat menjangkau beragam layanan informasi *online*. Pemasaran *online* akrab disebut dengan *E-Commerce*.

*E-Commerce* (perniagaan elektronik) sebagai bagian dari *electronic bussines* (bisnis yang menggunakan *electronic tranmission*). Secara umum *E-Commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik. Media elektronik yang dibicarakan disini hanya difokuskan dalam hal penggunaan media internet.

Menurut Riyadi; Heru, Susilo dan Miftah Maulana. (2015), *Electronic Commerce (E-Commerce)* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *E-Commerce* merupakan bagian dari *e-business*, di mana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll. Selain teknologi jaringan *www*, *E-Commerce* juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (*database*), e-surat atau surat elektronik (*e-mail*), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk *E-Commerce* ini.

*E-Commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, service provider dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu internet.

Teknologi membuat dunia menjadi satu sehingga tercipta era globalisasi yang tidak dapat dihindari. Perbedaan antar negara menjadi lenyap serta menghasilkan masyarakat baru dan ekonomi baru dalam kehidupan. Dengan arus teknologi informasi serta tuntutan masyarakat dunia terhadap globalisasi mendorong terjadinya paradoks masyarakat, yang mana globalisasi mendorong sistem nilai, perilaku, dan gaya hidup yang semakin universal dan modern.

Dengan semakin berkembangnya teknologi pemanfaatan internet semakin berkembang dengan pesat dan dimanfaatkan dalam berbagai aktivitas kehidupan, penggunaan internet secara positif akan memberikan dampak yang sangat baik dalam kehidupan, seperti contohnya pemanfaatan internet dalam proses pembelian – penjualan online. Hal ini tentunya menjadi pengetahuan yang sangat berguna jika diberikan sejak dini pada siswa sebagai salah satu pengetahuan yang dapat dimanfaatkan nantinya saat ingin berkarya untuk masa depan yang sukses.

### **Masalah yang ingin dipecahkan**

Pembekalan ilmu-ilmu aplikatif terhadap siswa memang kerap kali menjadi perbincangan yang perlu menjadi perhatian karena ketika siswa sudah selesai menjalani aktivitas pendidikan dan siap untuk mencari pekerjaan dihadapkan pada ketidakmampuan karena sebelumnya kurang mendapatkan pengetahuan-pengetahuan yang bersifat aplikatif. Dalam kenyataannya lebih banyak informasi yang diberikan secara teori sehingga pada saat terjun dalam dunia pekerjaan mereka

belum memahami dan cenderung harus memulai dari awal dalam pemahaman terhadap apa yang harus mereka kerjakan

Oleh karenanya hal ini perlu menjadi perhatian yang sangat penting khususnya dunia pendidikan dan civitas pendidikan untuk dapat berkontribusi dalam membantu memberikan pengetahuan-pengetahuan yang bersifat aplikatif dalam penggunaannya sehingga akan memberikan dampak yang sangat bermanfaat untuk siswa ketika mereka siap untuk terjun dalam masyarakat.

Kebutuhan *e-commerce* bagi siswa biasanya memudahkan mereka dalam melakukan pembelian barang-barang kebutuhan mereka serta melakukan penjualan sebagai tahapan awal mereka membuka usaha tanpa harus membuka toko dan dengan demikian menyebabkan lebih banyak siswa dalam melakukan penjualan dengan cara tersebut. Manfaat jika siswa melakukan *e-commerce* ini dapat menjangkau target pasar yang lebih luas, pembeli mudah melakukan pembelian, menghemat biaya dan pengelolaan pengiriman lebih mudah.

Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah: “ Pentingnya pemahaman *E-Commerce* Bagi Siswa di Era Digitalisasi”.

### **Solusi dan Target**

Solusi permasalahan dalam pemahaman *e-commerce* adalah setiap siswa harus memulainya sejak dini dengan cara mempelajari *e-commerce* melalui buku-buku dan media internet serta mengikuti penyuluhan mengenai *e-commerce* sehingga dapat mengaplikasikannya dengan baik. Target kegiatan ini adalah pelajar dan Guru SMA / SMK di Sekolah Diponegoro, Rawamangun Jakarta Timur. Setelah kegiatan penyuluhan dengan judul: “Perlunya Pemahaman *E-Commerce* Bagi Siswa di Era Digitalisasi” ini diharapkan pelajar memiliki pemahaman yang baik terhadap *e-Commerce* dan dapat menerapkannya sejak dini.

Target capaian program penggunaan *e-commerce* meningkat setelah diadakan penyuluhan ini dari 50 siswa sampai sekarang sudah menjadi lebih dari 50 siswa.

## **MATERI DAN METODE**

### **Lokasi dan waktu**

Lokasi dengan menggunakan Via Zoom Meeting dengan SMK Diponegoro. Waktu penyelenggaraan pada hari Rabu, 19 Januari 2022.

### **Khalayak sasaran**

Sasaran kegiatan ini adalah pelajar dan Guru SMA / SMK di Sekolah Diponegoro, Rawamangun Jakarta Timur. Setelah kegiatan penyuluhan dengan judul: “Perlunya Pemahaman *E-Commerce* Bagi Siswa di Era Digitalisasi” ini diharapkan pelajar memiliki pemahaman yang baik terhadap *E-Commerce*.

### **Metode / pendekatan**

Metode yang akan dilakukan adalah dalam bentuk asosiatif yakni memberikan penjelasan, penyuluhan dan pengarahan pada peserta P2M.

### **Metode evaluasi**

Metode evaluasi yang digunakan adalah menggunakan Metode umpan balik kepada siswa SMK Diponegoro soal kelebihan dan kekurangan penyuluhan pemahaman *e-commerce*.

### Indikator keberhasilan

Indikator keberhasilan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah melihat dampak yang terjadi pada siswa dalam jangka pendek (indicator proses atau luaran) dan jangka panjang (indikator hasil). Jika dalam jangka pendek banyak siswa yang menjadi wirausaha on line, pembeli on line dan lain-lain berarti dapat dikatakan berhasil.

## REALISASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

### PELAKSANAAN/REALISASI KEGIATAN

Luaran atau output dari kegiatan ini adalah Para Pelajar dan Guru yang akan diberikan penyuluhan ini adalah perwakilan dari masing masing kelas mulai dari kelas satu (1) sampai dengan kelas tiga (3) di lingkungan sekolah SMA / SMK Diponegoro sehingga mencapai sebanyak 40 – 50 orang siswa. Sehingga setelah mengikuti penyuluhan ini mereka dapat memiliki pemahaman yang baik tentang e-commerce dan bisa memanfaatkan kemajuan teknologi dengan benar.

Output/luaran yang diharapkan dari acara pengabdian masyarakat ini:

1. Para pelajar dapat menambah wawasan dalam membangun karakter wirausaha
2. Mendorong jiwa wirausaha semenjak muda agar memiliki usaha secara mandiri.
3. Meningkatkan ekonomi keluarga
4. Mendorong percepatan peningkatan kegiatan ekonomi.
5. Mampu menggunakan aplikasi *e-commerce* seperti: Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, Elevenia, dll
6. Meningkatkan wirausaha muda Indonesia
7. Menjadikan online shopper pemula yang sukses

Target kegiatan ini adalah pelajar dan Guru SMA / SMK di Sekolah Diponegoro, Rawamangun Jakarta Timur. Setelah kegiatan penyuluhan dengan judul:” “Perlunya Pemahaman *E-Commerce* Bagi Siswa di Era Digitalisasi” ini diharapkan pelajar memiliki pemahaman yang baik terhadap *E-Commerce*.

Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dengan melalui zoom meeting dengan pembicara Agus Subagio, M.Si dengan judul materi yang disampaikan: Pentingnya Pemahaman *e-commerce* bagi siswa di era digitalisasi. Materi yang diberikan kepada siswa adalah materi yang dibuat sendiri oleh pembicara.

Bentuk kegiatan ini adalah penyuluhan dengan tema: “Pentingnya Pemahaman *E-Commerce* Bagi Siswa di Era Digitalisasi”. Sedangkan metode yang akan dilakukan adalah dalam bentuk asosiatif yakni memberikan penjelasan, penyuluhan dan pengarahan pada peserta P2M. Sesi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari dua sesi:

- Sesi 1 : Materi 1 : Pentingnya Pemahaman *E-Commerce* Bagi Siswa di Era Digitalisasi  
Oleh : Agus Subagio, M.Si atau Mr.Go (Praktisi *E-Commerce*)  
Moderator : Imelda Aprileny, SE, ME
- Sesi 2 : Diskusi -Tanya Jawab  
Moderator: Nelli.Novyarni, SE, M.Si.Ak.CSRS.CSRA  
Drs. Sumitro, M.Si  
Maserih SE, MM

## PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan mulai persiapan tanggal 3 Desember 2021 sampai dengan pelaksanaan 19 Januari 2022 dan sampai kegiatan evaluasi kegiatan dan pembuatan Laporan tanggal 28 Januari 2022. Menurut Agus Subagio sebagai nara sumber bahwa pemahaman *e-commerce* terutama bagi siswa sangatlah penting agar tidak menjadi penjual yang gagap teknologi dan dengan *e-commerce* siswa dapat menghemat waktu, lintas wilayah yang mudah, tidak memerlukan modal yang besar, bersifat fleksibel, dapat berkembang menjadi bisnis dari kecil menjadi besar, mempermudah penjualan, kemudahan dalam pembayaran dan praktis dalam pencatatan transaksi. Kegiatan ini sangat didukung oleh SMK Diponegoro dikarenakan masa pandemi merupakan era digitalisasi maka diperlukan pemahaman bagi siswa mengenai *e-commerce* di era digitalisasi. Kegiatan ini berlangsung baik, terlihat dari sangat antusiasnya siswa dalam bertanya tentang keingintahuannya dalam *e-commerce* di era digitalisasi serta pihak kepala sekolah dan guru mengapresiasi kegiatan ini dikarenakan sangat bermanfaat bagi siswa. Pihak sekolah menginginkan kegiatan ini berkelanjutan.

Indikator keberhasilan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah melihat dampak yang terjadi pada siswa dalam jangka pendek (indikator proses atau luaran) dan jangka panjang (indikator hasil). Jika dalam jangka pendek banyak siswa yang menjadi wirausahawan *online*, pembeli *online* dan lain-lain berarti dapat dikatakan berhasil. Pada penyuluhan ini dapat dikatakan berhasil dikarenakan banyak siswa yang sekitar 50 lebih menjadi pembeli *online* dan wirausahawan *online*.



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2022)

### Gambar 1.

Pemberian Materi Penyuluhan disampaikan oleh Agus Subagio (Mr.Go).

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

### **KESIMPULAN**

Pemahaman *e-commerce* sangat penting bagi siswa di era digitalisasi ini dikarenakan di era digitalisasi ini diharapkan siswa tidak gagap teknologi dan mengenal digital di bidang *e-commerce* yang serba digital.

Permasalahan yang dihadapi dalam pemahaman *e-commerce* adalah kurangnya sumber bacaan dan media yang digunakan sebagai uji coba.

Rekomendasi yang dapat diberikan adalah untuk dapat memahami *e-commerce* di era digitalisasi siswa diharapkan banyak membaca, mengikuti acara-acara penyuluhan mengenai *e-commerce* di era digitalisasi.

### **SARAN KEGIATAN LANJUTAN**

Kegiatan ini diharapkan berkelanjutan bersama SMK Diponegoro mengenai bagaimana membuat *e-commerce* secara digital.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia dan Yayasan pendidikan Fatahillah Jakarta yang telah menyediakan dana pengabdian kepada masyarakat ini.

## **REFERENSI**

Achjari, Didi. 2000. *Potensi Manfaat dan Problem di E-Commerce* , pp 388 – 395

[Http: //Eprints.stainkudus.ac.id](http://Eprints.stainkudus.ac.id)

Laudon, Kenneth J, dan Laudon, Jane P (1998). *Sistem Informasi Manajemen: The Digital Firm, International Edotion*. New Jersey: Pentise Hall International Inc.

Riyadi; Heru, Susilo dan Miftah Maulana. 2015. *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pabrik Kota Malang)*, 29 (1).