
**PENGENALAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN MINAT SISWA/I
PONDOK PESANTREN DAAR EL-HIKAM CIPUTAT DALAM
BERWIRUSAHA**

Deanna Durbin Hutagalung, S.T., M. Kom.^{1*}, Cholis Hanifurohman, S. Kom., M. Kom.²,

Rengga Herdiansyah, S. Kom. M. Kom.³, Hedy Aditya Baskhara, S. T., M. T.⁴

^{1,2,3} Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan,

⁴ Teknik Elektro, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Email: *dosen01677@unpam.ac.id

ABSTRAK

Perdagangan secara elektronik atau E-Commerce semakin banyak diminati oleh masyarakat baik di tingkat nasional maupun internasional, hal ini didukung oleh semakin banyaknya kemudahan melakukan transaksi yang ditawarkan dengan e-commerce. E-commerce berkembang pesat juga dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat milenia sekarang ini yang lebih suka berbelanja secara online. Tidak hanya berbelanja secara online, masyarakat juga semakin banyak yang merubah profesi menjadi enterpreuneur atau pengusaha, khususnya di masa pandemi Covid 19. Setelah pandemi, masyarakat menjadi terbiasa dengan berbelanja secara online disebabkan karena kemudahan, kepuasan dan berbagai aspek lain yang ditawarkan berbagai platform digital. Melihat trend berbelanja secara online ini maka masyarakat juga semakin jeli melihat peluang-peluang bisnis. Bisnis e-commerce di dunia mengalami peningkatan yang sangat signifikan dan di Indonesia meningkat 10 kali lipat dengan penambahan pelanggan baru yang mencapai lebih dari 50% dalam berbagai platform e-commerce lokal untuk membantu proses pembelian barang dari konsumen ke pasar. Melihat besarnya peluang E-Commerce di masa sekarang dan yang akan datang, maka penting dipahami pengetahuan dasar E-Commerce, keamanan, peluang dan metode untuk bisa menjadi pelaku dalam wirausaha. Oleh sebab itu tim dosen Universitas Pamulang turut ambil bagian berbagi ilmu kepada para siswa/i Pondok Pesantren Daar El-Hikam Ciputat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tujuan dari kegiatan ini adalah membuka wawasan para siswa/i tentang E-Commerce sehingga dapat meningkatkan minat dalam berwirausaha. Metode yang digunakan adalah ceramah, diskusi dan pelatihan. Hasil pelatihan diketahui bahwa siswa/i belum pernah mengikuti pelatihan wirausaha. Setelah mengisi kuesioner pelatihan, diperoleh hasil sekitar 76% siswa/i tertarik berwirausaha menggunakan E-Commerce.

Kata kunci: E-Commerce ; Wirausaha ; Remaja ; Belanja Online

ABSTRACT

Electronic commerce or E-Commerce is increasingly in demand by the public both at national and international levels, this is supported by the increasing ease of conducting transactions offered by e-commerce. E-commerce is growing rapidly and is also influenced by the lifestyle of today's millennial people who prefer to shop online. Not only shopping online, more and more people are changing professions to become entrepreneurs, especially during the Covid 19 pandemic. After the pandemic, people have become accustomed to shopping online due to the convenience, satisfaction and various other aspects offered by various digital platforms. Seeing this online shopping trend, people are also increasingly keen to see business opportunities. The e-commerce business in the world has experienced a very significant increase and in Indonesia has increased 10 times with the addition of new customers who reach more than 50% in various local e-commerce platforms to help the process of purchasing goods from consumers to the market. Seeing the enormous opportunity for E-Commerce in the present and in the future, it is important to understand the basic knowledge of E-Commerce, security, opportunities and methods to become an entrepreneur. Therefore, the Pamulang University lecturer team took part in sharing knowledge with the students of the Daar El-Hikam Islamic Boarding School Ciputat in community service activities. The purpose of this activity is to open students' insight about E-Commerce so that they can increase their interest in entrepreneurship. The method used is lecture, discussion and training. The results of the training, it is known that the students have never participated in entrepreneurship training. After filling out the training questionnaire, it was found that around 76% of students were interested in entrepreneurship using E-Commerce.

Keywords: E-Commerce ;Entrepreneur ; Teenager ; Online shopping

PENDAHULUAN

Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan kegiatan yang dilaksanakan secara rutin setiap tahun bahkan setiap semester, dimana hal ini merupakan salah satu dari 3 Tugas pokok dosen yang dikenal dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Pengabdian Kepada Masyarakat biasa disingkat dengan PKM, dilakukan dosen secara sendiri ataupun kelompok untuk mengaplikasikan ilmunya kepada masyarakat, khususnya lingkungan masyarakat yang berada di sekitar kampus.

Universitas Pamulang dalam hal ini dosen dari program studi Teknik Informatika melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat bagi siswa/i Pondok Pesantren Daar El Hikam Ciputat, Tangerang Selatan. Kegiatan ini dianggap perlu untuk membagikan pengetahuan bagaimana meningkatkan minat wirausaha melalui E-Commerce. Hal ini dapat dilakukan setelah mereka lulus ataupun sejak sekarang ini di samping tugas mereka sebagai pelajar.

Terdapat 3% yang mempunyai jiwa entrepreneur dari 260 juta penduduk Indonesia atau sekitar 7,8 juta jiwa. Hal itu sudah melebihi standar internasional 2%, tetapi masih di bawah capaian negara tetangga di Asia Tenggara seperti Singapura sebesar 7% dan Malaysia 5%. Oleh sebab itu masih perlu ditingkatkan lagi untuk mengejar capaian negara tetangga. (Atmaja, 2021)

Dalam E-commerce terdapat aktivitas jual beli produk secara online yang dilakukan oleh perorangan maupun perusahaan melalui perangkat elektronik berupa Handphone atau komputer sebagai sarana melakukan transaksi bisnis. E-commerce menjadi sebuah wadah bagi pelanggan dan penjual melakukan transaksi bisnis secara elektronik. Hal ini perlu diketahui dan dipahami oleh seluruh masyarakat baik tua maupun muda termasuk siswa/i Pondok Pesantren Daar El-Hikam Ciputat agar di kemudian hari ketika lulus sekolah sudah bisa memulai usaha ataupun berwirausaha dalam bidang masing-masing.

Berwirausaha saat ini banyak menggunakan teknologi dibandingkan dengan cara konvensional. Menggunakan teknologi tentunya tidak terlepas dari internet sebagai media pendukung. Dengan teknologi internet, usaha ataupun bisnis bisa dilakukan kapan dan dimana saja tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Bahkan saat ini fungsi internet telah mengalami perubahan dari alat pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk bisnis baik penjualan dan pembelian serta media pembayaran.

Ketika pengguna internet semakin banyak maka semakin banyak pula perdagangan secara elektronik (e-commerce) oleh pelaku bisnis dalam berbagai ukuran, mulai dari online shop (toko online) rumahan sampai perusahaan besar. Pembeli dan penjual dengan mudah dapat terhubung secara cepat dalam melakukan transaksi. Apa yang diinginkan pembeli dapat cepat ditanggapi oleh penjual, sehingga tercapai kepuasan pelanggan, demikian pula bagi penjual mengalami peningkatan keuntungan.

Perdagangan secara elektronik atau E-Commerce semakin banyak diminati oleh masyarakat baik di tingkat nasional maupun internasional, hal ini didukung oleh semakin banyaknya kemudahan melakukan transaksi yang ditawarkan dengan e-commerce. E-commerce berkembang pesat juga dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat milenia sekarang ini yang lebih suka berbelanja secara online (Mumtaha, 2019)

Melihat besarnya peluang E-Commerce di masa sekarang dan yang akan datang, maka penting dipahami pengetahuan dasar E-Commerce, keamanan, peluang dan metode untuk bisa menjadi pelaku dalam wirasusaha. Oleh sebab itu tim dosen Universitas Pamulang turut ambil bagian berbagi ilmu dalam bentuk ceramah dan pelatihan. Tujuan dari kegiatan ini adalah membuka wawasan para siswa/i Pondok Pesantren Daar El-Hikam Ciputat tentang E-Commerce sehingga dapat meningkatkan minat dalam berwirausaha.

METODE

Metode kegiatan yang digunakan kepada peserta merupakan metode pendidikan pedagogi karena peserta sebagian besar sudah mempunyai pengetahuan mengenai topik yang dibahas. Berikut ini adalah tahapan kegiatan yang akan dilakukan :

a. Tahap Sebelum Kegiatan

Tahapan-tahapan awal yang dilakukan dalam kegiatan ini meliputi:

1. Survei awal, pada tahapan ini dilakukan survei ke lokasi penyuluhan yang berlokasi di Pondok Pesantren Daar El-Hikam Ciputat.
2. Setelah survei, ditetapkan lokasi pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan.
3. Penyusunan bahan dan juga materi pelatihan yang meliputi softcopy slide untuk peserta kegiatan.

b. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Metode yang akan digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah melalui kegiatan:

1. Pemberian Materi (Ceramah)

Pemateri akan memberikan pemaparan atau pemahaman dalam bentuk power point

kepadaSiswa/i yang berisi materi e-commerce.

2. Diskusi

Siswa/i akan diberikan kesempatan untuk bertanya kepada pemateri seputar wirausaha dan e-commerce.

3. Pelatihan

Pelatihan akan diberikan oleh pemateri dan anggota PKM kepada siswa siswi Pondok Pesantren Daar El-Hikam Ciputat dengan menggunakan perangkat berbasis android maupun web, mulai dari pengenalan tools, menu-menu yang ada dan bagaimana memaksimalkan potensi yang bisa digunakan pada e-commerce.

4. Problem Solving

Pelatihan problem solving akan diajarkan kepada siswa siswi yang berguna sebagai bekal dalam menghadapi kendala yang terjadi dengan menggunakan e-commerce.

b. Tahap Pasca Kegiatan

Pada tahap ini akan disusun laporan dari hasil kegiatan yang telah didapatkan dari peserta untuk mempertanggung jawabkan kegiatan dan untuk keperluan publikasi.

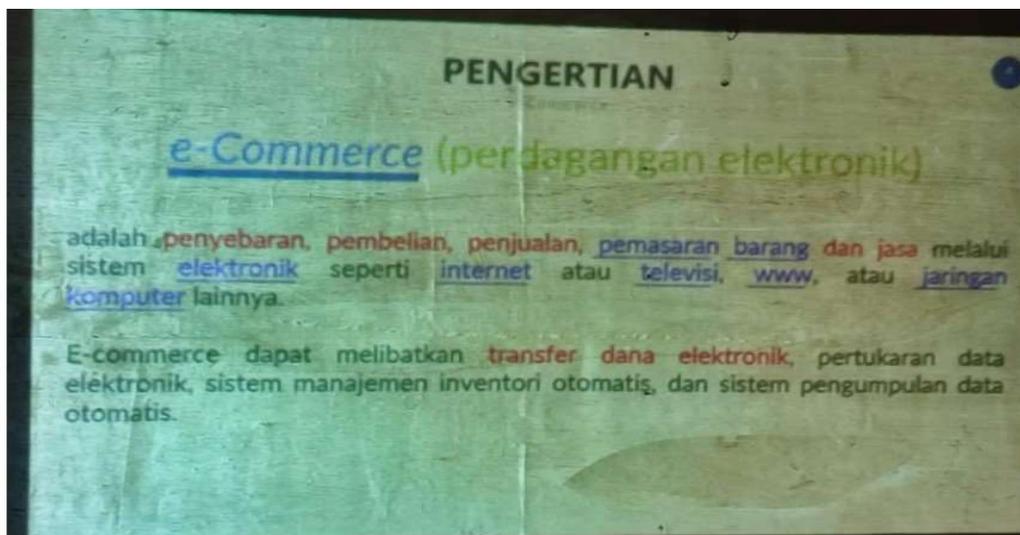
HASIL

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menawarkan sebuah solusi dengan melakukan beberapa kegiatan seperti pelatihan, pembinaan dan pendampingan serta evaluasi dalam meningkatkan pengetahuan dan kemampuan siswa/i dalam mengenal sistem dan aplikasi yang digunakan untuk E-Commerce seperti Shoope, Toko Pedia, Lazada, Buka Lapak dan beberapa yang lainnya sesuai dengan kebutuhan masing-masing.



Gambar 1. Penjelasan Materi E-Commerce oleh Dosen

Pada gambar 1 di atas, dosen menyampaikan materi tentang E-Commerce selama +-30 menit. Setelah itu diadakan sesi tanya jawab dan diskusi seputar materi yang disampaikan untuk melihat sejauh mana siswa/i tersebut memahami materi.



Gambar 2. Materi Pengantar E-Commerce Yang Disampaikan Dosen

Gambar 2 adalah salah satu dari slide Power Point materi tentang E-Commerce diawali dari Pengertian apa itu E-Commerce dan apa bedanya dengan Marketplace serta Toko Online.



Gambar 3. Sesi Foto Bersama Siswa dan Guru pembina

Setelah selesai materi, diadakan foto bersama dosen, siswa/i dan Pembina Pondok Pesantren. Setelah itu dosen menyebarkan kuesioner sebagai bahan evaluasi pemahaman, peminatan dan ketertarikan peserta akan bisnis E-Commerce. Pertanyaan Kuesioner yang disebar adalah sebagai berikut :

KUESIONER PELATIHAN E-COMMERCE

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Isilah kuesioner di bawah ini dengan memberikan tanda checklist (\checkmark) pada kolom jawaban
2. Berilah pendapat anda dengan mengisi kolom berikut :5 = Sangat Setuju (SS)
4 = Setuju (S)
3 = Ragu-ragu (R)
2 = Tidak Setuju (TS)
1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Tabel 1. Butir Pertanyaan Kuesioner Pelatihan

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Anda pernah mendengar tentang E-Commerce dan Marketplace sebelum pelatihan					
2.	Anda pernah mengikuti pelatihan berwirausaha					

3.	Anda pernah berbelanja di marketplace					
4.	Anda pernah melakukan transaksi menggunakan E-Commerce					
5.	Berwirausaha menggunakan E-Commerce dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja					
6.	Menggunakan E-Commerce dapat melihat peluang bisnis yang lebih besar					
7.	Berwirausaha lewat E commerce lebih fleksibilitas dibandingkan cara konvensional					
8.	Anda tertarik berwirausaha menggunakan E-Commerce					
9.	Anda akan berwirausaha sesuai dengan kebutuhan dan trend anak muda					
10.	Anda memahami materi pelatihan tentang E-Commerce					

Dari pengolahan data yang telah dilakukan terhadap 25 peserta yang menjadi responden, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Pengolahan Data Peserta

Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS	Total Peserta
1	9	10	5	1	0	25
2	0	6	2	11	6	25
3	9	12	4	1	0	25
4	4	8	5	4	0	25
5	15	7	3	0	0	25
6	14	9	2	0	0	25
7	13	10	2	0	0	25
8	19	3	3	0	0	25
9	18	5	2	0	0	25
10	20	5	0	0	0	25

Dari pengolahan data yang diperoleh di atas maka terdapat ada sejumlah 20 orang yang memahami materi yang diberikan, 19 orang tertarik untuk berwirausaha menggunakan E-Commerce, dan 18 orang tertarik untuk berwirausaha untuk kebutuhan anak muda.

Tabel 3. Prosentase Hasil Pengolahan Kuesioner

Pertanyaan	SS	%	S	%	R	%	TS	%	STS	%
1	9	36%	10	40%	5	20%	1	4%	0	0%
2	0	0%	6	24%	2	8%	11	44%	6	24%
3	9	36%	12	48%	4	16%	1	4%	0	0%
4	4	16%	8	32%	5	20%	4	16%	0	0%
5	15	60%	7	28%	3	12%	0	0%	0	0%
6	14	56%	9	36%	2	8%	0	0%	0	0%
7	13	52%	10	40%	2	8%	0	0%	0	0%
8	19	76%	3	12%	3	12%	0	0%	0	0%
9	18	72%	5	20%	2	8%	0	0%	0	0%
10	20	80%	5	20%	0	0%	0	0%	0	0%

Dari pengolahan data pada tabel 3 di atas diperoleh prosentase ketertarikan dan pemahaman peserta akan materi dan pelatihan E-Commerce. Terdapat sekitar 80 % peserta memahami materi, 76 % tertarik berwirausaha mengguakan E-Commerce dan 72% akan berwirausaha dengan menjual kebutuhan dan trend anak muda.

PEMBAHASAN

E-Commerce adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis. (Laudon, 1998)

Defenisi lain menurut David Baum (1999, pp. 36-34) bahwa E-Commerce is a dynamic set of technologies, applications, and bussines process that link enterprises, consumers, and communities through electronics transactions and the electronic exchange of goods, services, and informations. Diterjemahkan oleh Onno. W. Purbo: E-Commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelavanoan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. (Baum, 1999)

Dalam arti luas, E-Commerce adalah penggunaan jaringan komputer untuk meningkatkan kinerja organisasi, meningkatkan profitabilitas, memperoleh pangsa pasar, meningkatkan layanan pelanggan, dan pengiriman produk secara cepat. Ecommerce bukan sekedar memesan barang dari katalog on-line, tetapi melibatkan semua aspek interaksi elektronik organisasi dengan perusahaan stakeholder, orang-orang yang menentukan masa depan organisasi. Perdagangan elektronik termasuk kegiatan seperti mendirikan sebuah halaman Web untuk mendukung hubungan investor atau berkomunikasi secara elektronik. Secara singkat, e-commerce melibatkan penggunaan teknologi

informasi untuk meningkatkan komunikasi dan transaksi dengan seluruh pemangku kepentingan organisasi. Stakeholder tersebut meliputi pelanggan, pemasok, pemerintah regulator, lembaga keuangan, manajer, karyawan, dan masyarakat pada umumnya.

Menurut Kalakota dan Whinston (1997) E-Commerce dapat ditinjau dalam 4 perspektif berikut:

1. Perspektif komunikasi, penyebaran/pengiriman informasi, produk/layanan atau pembayaran secara elektronik.
2. Perspektif proses bisnis, Aplikasi teknologi menuju transaksi bisnis secara otomatis transaksi dan aliran kerja perusahaan
3. Perspektif layanan, mampu melakukan pemangkasan biaya dan dalam waktu yang sama meningkatkan kecepatan layanan dan kualitas.
4. Perspektif online, pembelian dan penjualan produk dan informasi secara online.

Perkembangan E-Commerce di Indonesia semakin pesat, tidak terbatas hanya di kota-kota besar dan juga tidak hanya terbatas di Pulau Jawa tetapi juga di luar pulau Jawa. Tahun 2017 pelanggan dari wilayah Jawa menyumbang 70% transaksi E-Commerce, kota-kota lain di luar pulau Jawa sekitar 30%. Tetapi diperkirakan tahun 2022 transaksi E-Commerce akan merata di seluruh wilayah Indonesia. Dalam hal ini pemerintah maupun perusahaan swasta semakin memikirkan perkembangan akses dan infrastrukturnya agar pendistribusian semakin mudah. (Sirclo, 2020)

Jenis-jenis E-Commerce terbagi menjadi menjadi beberapa jenis diantaranya :

1. Business-to-consumer (B2C): pihak penjual adalah suatu organisasi, dan pihak pembeli adalah perorangan
2. Business-to-business (B2B): baik pihak penjual dan pembeli kedua-duanya adalah organisasi bisnis
3. Consumer-to-consumer (C2C): pihak perorangan menjual produk ataupun jasa ke orang lain.
4. Business-to-employee (B2E): suatu organisasi menggunakan e-commerce di dalam internal organisasi tersebut untuk memberikan informasi dan jasa pada para pegawainya
5. E-Government: penggunaan teknologi internet dan e-commerce untuk memberikan layanan informasi mengenai layanan publik kepada masyarakat (disebut sebagai [G2C EC]), atau rekan bisnis dan supplier (disebut government-to-business [G2B EC])
6. Mobile Commerce (M-commerce): e-commerce dilaksanakan dengan menggunakan fasilitas wireless. Misal: penggunaan handphone untuk berbelanja melalui internet.

Peranan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis

Menurut (Sudaryono, 2020), terdapat peranan E-Commerce dalam dunia bisnis bagi

pengusaha, dunia bisnis, dan juga bagi konsumen. Peranan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pengusaha
 - a. Meningkatkan pendapatan Perusahaanya atau Individu.
 - b. Menghemat biaya dan waktu.
 - c. Menjangkau siapapun, kapanpun dan dimanapun.
 - d. Meningkatkan komunikasi dengan konsumen dalam memilih produk dan jenisnya.
 - e. Tidak perlu menyediakan atau menyewa tempat
2. Bagi Dunia Bisnis
 - a. Memudahkan Individu atau Perusahaan untuk berbisnis.
 - b. Sebagai sarana berbisnis di zaman modern.
 - c. Memudahkan konsumen untuk berbelanja.
3. Bagi Konsumen
 - a. Konsumen tidak perlu pergi outlet dan mengeluarkan biaya ongkos.
 - b. Menghemat waktu dan biayanya dengan melakukan online shopping.
 - c. Bisa bertransaksi berkali-kali bisa disatu tempat saja.
 - d. Menjalin komunikasi antara konsumen dan pelaku bisnisnya

Di samping peranan e-commerce bagi konsumen, ada juga kerugiannya yaitu :

- a. Merk tidak jelas.
- b. Terkadang barang tidak sesuai dengan apa yang dilihat dari gambar.
- c. Banyaknya penipuan, contohnya barang tidak sampa-sampai.

SIMPULAN

Dengan adanya media internet yang semakin mudah dan hampir tidak dapat dipisahkan di kalangan masyarakat terutama kalangan remaja di lingkungan sekolah. Hal ini tidak hanya berdampak bagi pola hidup dan pergaulan anak remaja sekarang tetapi juga terhadap perubahan gaya hidup konsumtif dan suka membeli barang-barang kebutuhan yang trend di usianya.

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan adalah masih minimnya pengetahuan siswa/i Pondok Pesantren Daar El-Hikam Ciputat mengenai peluang, strategi dan

keamanan yang berkaitan dengan ecommerce. Dalam pengetahuan berwirausaha belum banyak yang memikirkan tentang hal tersebut karena belum pernah diberikan pelatihan untuk berwirausaha, terbukti hanya 6 siswa dari 25 siswa tetapi hanya mengikuti dengan membaca materi dan menonton TV dan melihat di internet.

Di samping itu siswa/i Pondok Pesantren Daar El-Hikam Ciputat sangat tertarik dengan adanya pelatihan ini sehingga mereka sudah mulai memikirkan bagaimana mereka melihat peluang bisnis yang bisa diusahakan dengan modal kecil untuk kebutuhan yang sesuai dengan trend anak remaja dan pemuda sekarang ini. Hal ini terbukti dari hasil kuesioner dimana terdapat 19 siswa yang berminat berwirausaha dan 18 siswa yang akan menjual barang untuk kebutuhan usia remaja dan pemuda saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, H. E. (2021). Meningkatkan Minat Kewirausahaan Di Era Global Melalui E- Commerce. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsuraya*, 57.
- Baum, D. (1999). *E-Commerce*. New Jersey: Oracle Corp.
- Laudon, K. C. (1998). *Management Information Systems - New Approaches to Organization & Technology. 5th edition*,. New Jersey: Prentice Hall.
- Mumtaha, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *PILAR TEKNOLOGI : Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Teknik*, 55-60.
- Sirclo. (2020, Desember 20). Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020 Semakin Pesat. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia.
- Sudaryono, E. R. (2020). E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Enterpreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JUMANIS)*, 111 - 124.