Pengabdian Pendidikan Indonesia (PPI)
Vol 2 No 02, Agustus 2024
Submitted : 2024-12-14
Accepted : 2025-01-07
Published : 2025-01-07

Doi: https://doi.org/10.47709/ppi.v2i02.5114

Edukasi Pemanfaatan E-Commerce dalam Membuka Peluang Usaha pada Siswa SMK

Hamela Sari Sitompul[1)] | Intan Maulina[2)]
[1,2)]Universita Deli Sumatera, Medan, Indonesia
hamelasari@gmail.com | intanmaulina1509@gmail.com

Abstrak: E-commerce dijalankan oleh pelaku bisnis dengan semakin maraknya penggunaan internet. Dewasa ini pembeli dan penjual dengan mudah dapat terkoneksi secara cepat hingga melakukan transaksi, dan apa yang diinginkan pembeli dapat cepat pula ditanggapi oleh penjual, sehingga tercapai kepuasan pelanggan dan peningkatan keuntungan bagi penjual. Tujuan dari Pengabdian Masyarakat ini adaah untuk memberikan edukasi kepada siswa-siswi dalam membuka peluang usaha melalui e-comerce dan memotivasi dalam berwirausaha. Peserta PkM ini adalah siswa-siswi SMK di Desa Pagar Merbau III yang berjumlah 26 orang. Pelaksanaan kegiatan bertempat di Balai Desa Pagar Merbau III Kec. Lubuk Pakam. Metode pelaksanaan melalui metode diskusi dan tanya jawab yang dilakukan guna menambah pengetahuan siswa. Hail kegiatan ini memberika dampak positif terhadap pemahaman dan minat siswa - siswi dalam mengembangkan bisnis di era digital. Diharapkan, dengan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh siswa - siswi dapat lebih siap menghadapi tantangan di dunia kerja dan bisnis di masa depan.

Kata Kunci: E-Comerce. Peluang Usaha, Siswa SMK

Pendahuluan

Banyak pengguna internet yang akhirnya memanfaatkan berbagai keuntungan yang ditawarkan internet untuk melakukan berbagai aktivitas, termasuk jual beli komersial. Dimulai dari belanja online, pesan makanan online, hingga transportasi berbasis online (Kedai et al., 2024). Dengan pesatnya perkembangan internet pada saat ini, maka terbangun sebuah sistem perdagangan dunia maya. Siswa semakin sering menggunakan perangkat mobile mereka untuk komunikasi, pembelajaran online, dan kebutuhan sehari-hari termasuk memesan makanan, membayar tagihan, dan menggunakan jasa ojek. Dan *e-commerce* sendiri memiliki banyak aplikasi untuk siswa (Saputri, 2022).

Media Sosial merupakan layanan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan konsumen untuk berbagi pendapat, pemikiran, cara pandang dan pengalaman (Gumilang, 2019). Sedangkan menurut pendapat ahli lainnya, media sosial mampu memenuhi kebutuhan konsumen atas informasi dengan menawarkan informasi yang faktual, spesifik, berbasis pengalaman dan bersifat non-komersial, yang dapat diperoleh dan diakses melalui sumber - sumber informasi diluar batasan lingkar kehidupan sosial konsumen tersebut (Yoo & Gretzel, 2007)

Perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih membuat para pelaku usaha memilih menggunakan media sosial sebagai media promosi. Hal ini merupakan langkah yang tepat di saat situasi seperti ini (Soleh et al., 2022). Media sosial telah menjadi pilihan utama masyarakat dalam mencari dan menyampaikan infromasi. Media sosial juga dapat memberikan dampak kemajuab pada bisnis para pelaku usaha. Media sosial dapat digunakan dalam menyampaikan infromasi produk, membantu pemasaran, berkomunikasi dengan pembeli, mengurangi biaya dan melakukan penjualan online (Sembiring et al., 2019).

Pengabdian Pendidikan Indonesia (PPI) is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Pengabdian Pendidikan Indonesia (PPI)
Vol 2 No 02, Agustus 2024
Submitted : 2024-12-14
Accepted : 2025-01-07
Published : 2025-01-07

Doi: https://doi.org/10.47709/ppi.v2i02.5114

E-commerce atau perdagangan elektronik mengacu pada sekelompok teknologi, aplikasi, dan bisnis yang menghubungkan bisnis atau pelanggan untuk melakukan pertukaran barang dan informasi elektronik di seluruh jaringan komputer seperti internet, televisi, atau www. 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 (Novyarni et al., 2022).

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 teransaksi jual beli elektronik ini banyak aspek- aspek hukum yang bersentuhan langsung maupun tidak langsung (Yapan, 2022).

Namun, tidak semua pihak memiliki pemahaman yang memadai tentang potensi dan cara efektif memanfaatkan e-commerce untuk mengembangkan bisnis. Oleh karena itu, penting dilalukan sosialisasi edukasi mengenai penggunaan e-commerce, terutama kepada generasi muda yang akan menjadi tulang punggung ekonomi masa depan. Dalam konteks ini, siswa – siswi di Desa Pagar Merbau III, menjadi salah satu target penting dalam program sosialisasi penggunaan e-commerce. Mereka adalah calon - calon pelaku bisnis yang diharapkan mampu memanfaatkan tekonologi digital untuk berinovasi dan bersaing di pasar global (Setiawan & Subhi, 2024). Sosialisai ini bertujuan untuk membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar dapat memanfaatkan e-commerce secara optimal dalam mengembangkan bisnis mereka di masa depan.

Realisasi Kegiatan

Peserta pengabdian masyarakat ini adalah pelajar tingkat SMK di Desa Pagar Merbau III sejumlah 26 peserta. Pelaksanaan edukasi dan sosialisasi ini dilakukan secara luring di Balai Desa. Terdapat dua kegiatan dalam pelaksanaan edukasi dan sosialisasi ini, yaitu tahap penyampaian materi dan pendampingan. Dalam tahap penyampaian materi akan menghadirkan narasumberr yang kompeten di bidangnya. Tahap selanjutnya adalah pendampingan sebagai bagian untuk mengamati keterbukaan informasi dan pemahaman yang didapatkan dari peserta sosialisasi.

Edukasi pengenalan E-commerce dalam membuka peluang usaha dilakukan dengan kombinasi beberapa metode, yaitu metode penyampaian/presentasi, metode diskusi, dan tanya jawab antar siswa dengan narasumber. Metode presentasi dilakukan dengan penyampaian materi oleh narasumber tentang E-commerce. Metode diskusi dan tanya jawab dilakukan guna menambah pengetahuan siswa. Secara singkat, proses kegiatan pengabdian ini dinyatakan pada diagram alir berikut:

Pengabdian Pendidikan Indonesia (PPI) is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Pengabdian Pendidikan Indonesia (PPI)
Vol 2 No 02, Agustus 2024
Submitted : 2024-12-14
Accepted : 2025-01-07
Published : 2025-01-07
Doi: https://doi.org/10.47709/ppi.v2i02.5114



Gambar 1. Alur Kegiatan PkM

Hasil

Kegiatan ini dimulai dengan sambutan ketua pelaksana, dosen pembimbing, dan Kepala Desa. Setelah itu dilanjutkan dengan pemaparan materi yang diberikan oleh narasumber dalam bentuk presentasi kepada para siswa dengan tema "Edukasi Pemanfaatan E-Comerce dalam Membuka Peluang Usaha pada Siswa SMK" yang disampaikan oleh Intan Maulina, S.Pd., M.S dan Ibu Hamela Sari Sitompul, M.Pd.

Pemahaman e-commerce terutama bagi siswa sangatlah penting agar tidak menjadi penjual yang gagap teknologi dan melalui 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 Kepala Desa dikarenakan mayoritas siswa tingkat SMK di Desa Pagar Merbau III mayoritas orang tuanya sebgai pedagang dan ketika masa pandemi merupakan era digitalisasi maka diperlukan pemahaman bagi siswa mengenai e-commerce di era digitalisasi. Kegiatan ini berlangsung baik, terlihat dari sangat antusianya siswa dalam bertanya tentang keingintahuannya dalam e-commerce di era digitalisasi serta orang tua mengapresiasi kegiatan ini dikarenakan sangat bermanfaat bagi siswa.



Gambar 2. Pemaparan Materi oleh Narasumber

Masyarakat 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 (indicator hasil). Jika dalam jangka pendek banyak siswa yang menjadi wirausahawan online, pembeli online dan lain-lain berarti dapat dikatakan berhasil.

Pengabdian Pendidikan Indonesia (PPI) is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Pengabdian Pendidikan Indonesia (PPI)
Vol 2 No 02, Agustus 2024
Submitted : 2024-12-14
Accepted : 2025-01-07
Published : 2025-01-07

Doi: https://doi.org/10.47709/ppi.v2i02.5114

Pada penyuluhan ini dapat dikatakan berhasil dikarenakan banyak siswa yang sekitar 26 lebih menjadi pembeli online dan wirausahawan online.



Gambar 3. Peserta Sosialisasi

Kesimpulan

Edukasi dan bimbingan telah meningkatkan kemampuan siswa dalam mengelola media sosial dan mempromosikan produk dengan baik. Secara keseluruhan, kegiatan ini sangat membantu pertumbuhan dan keberlanjutan dalam membuka peluang usaha bagi siswa tingkat SMK sehingga setelah tamat sekolah mereka dapat membangun usahanya sendiri. Para siswa disarankan untuk terus belajar tentang pemasaran digital untuk mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai.

Sosialisasi penggunaan e-commerce kepada siswa di Desa Pagar Merbau III memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan minat siswa - siswi dalam mengembangkan bisnis di era digital. Diharapkan, dengan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh siswa - siswi dapat lebih siap menghadapi tantangan di dunia kerja dan bisnis di masa depan.

Daftar Pustaka

Gumilang, R. . (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, *7(1)*, 9–14.

Kedai, T., Al, K., & Al, K. K. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mempromosikan Usaha Rumah*. *3*(2), 291–294.

Novyarni, N., Aprileny, I., Anhar, M., Sumitro, S., & Maserih, M. (2022). Pentingnya Pemahaham E-Commerce Bagi Siswa di Era Digitalisasi. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, *2*(1), 55–61. https://doi.org/10.36406/progresif.v2i1.543

Saputri, V. H. (2022). *Pentingnya Pemahaman E-Commerce bagi Siswa di Era Digitalisasi*. Kumparan. https://kumparan.com/vitari-hana-saputri-1670765157040281084/pentingnya-pemahaman-e-commerce-bagi-siswa-di-era-digitalisasi-1zQ7aTfPd0l/full

SDGs. (2017). *Tujuan-tujuan Pembangunan Berkelanjutan*. Sustainable Development Goals 2030 Indonesia.

Sembiring, E. B., Neta, F., Nashrullah, M., Wirawan, A., & Lumombo, L. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Kampung Rempang Cate Melalui Pelatihan Pemasaran Digital untuk Produk Unggulan Pasir Panjang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Batam*, *1(2)*,

Pengabdian Pendidikan Indonesia (PPI) is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Pengabdian Pendidikan Indonesia (PPI)
Vol 2 No 02, Agustus 2024
Submitted : 2024-12-14
Accepted : 2025-01-07
Published : 2025-01-07

Doi: https://doi.org/10.47709/ppi.v2i02.5114

104–117.

Setiawan, N., & Subhi, R. (2024). *Sosialisasi Penggunaan E-Commerce Dalam Mengembangkan Bisnis Di Era Digital Terhadap Siswa-Siswi Ma Annur Pagar Jati Bengkulu Tengah*. *3*(2), 141–144.

Soleh, A., Arlina, A., Suwarni, S., Susena, K. C., & Anggara, D. (2022). Implementasi Digital Marketing Dalam Optimasi Potensi Industri Rumah Tangga Warga RT. 10 RW. 04 Kelurahan Padang Jati Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, *1(2)*, 89–94.

Yapan, U. F. (2022). PENERAPAN E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE (STUDI KASUS PADA TOKO SINAR TERANG BANDAR LAMPUNG). *Jurnal Multimedia Dan Android (JMA)*, *3(2)*.

Yodfiatfinda. (2018). Meningkatkan Minat Generasi Muda di Sektor Pertanian untuk Mewujudkan Ketahanan Pangan. *Repository Universitas Trilogi*, 1–57.

Pengabdian Pendidikan Indonesia (PPI) is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).