

Sosialisasi Penggunaan *E-Commerce* Dalam Mengembangkan Bisnis Di Era Digital Terhadap Siswa-Siswi Ma Annur Pagar Jati Bengkulu Tengah

Naldi Setiawan ¹, Ramadan Subhi ², Yeni Herlina ³

¹ Universitas Dehasen Bengkulu

Email: naldisetiawan1701@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [11 Juli 2024]

Revised [11 Agustus 2024]

Accepted [10 September 2024]

KEYWORDS

E-commerce, Pengembangan Bisnis, Era Digital

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang bisnis. *E-commerce* menjadi salah satu inovasi penting dalam dunia bisnis yang memfasilitasi transaksi secara online. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas sosialisasi penggunaan *e-commerce* dalam pengembangan bisnis bagi siswa-siswi MA Annur Pagar Jati, Bengkulu Tengah. Penelitian ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR). Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara diskusi terhadap siswa-siswi MA Annur Pagar Jati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman siswa-siswi terhadap *e-commerce* meningkat setelah dilakukan sosialisasi. Mereka lebih memahami konsep dasar *e-commerce*, manfaat dalam pengembangan bisnis, dan cara penggunaannya. Sosialisasi ini juga menumbuhkan minat berwirausaha dikalangan siswa-siswi. Rekomendasi diberikan untuk meningkatkan intensitas dan kualitas sosialisasi guna mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan era digital.

ABSTRACT

The development of digital technology has brought significant changes in various aspects of life, including the business sector. *E-commerce* is one of the important innovations in the business world that facilitates online transactions. This article aims to examine the effectiveness of socialization on the use of *e-commerce* in business development for students of MA Annur Pagar Jati, Central Bengkulu. This research uses the *Participatory Action Research* (PAR) method. Data were collected through observation and discussion interviews with students of MA Annur Pagar Jati. The results showed that students' understanding of *e-commerce* increased after the socialization. They better understand the basic concepts of *e-commerce*, the benefits in business development, and how to use it. This socialization also fosters interest in entrepreneurship among students. Recommendations are given to increase the intensity and quality of socialization to prepare the younger generation to face the challenges of the digital era.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan pesat, mempengaruhi berbagai sektor kehidupan termasuk dunia bisnis. Salah satu bentuk nyata dari perkembangan ini adalah *e-commerce*. *E-commerce* adalah semua kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik. Untuk televisi dan telepon tersedia, tetapi lebih banyak *e-commerce* terjadi melalui Internet. Perkembangan teknologi, khususnya Internet, mempengaruhi banyak bidang kehidupan, termasuk ritel. Perdagangan telah berubah dalam hal proses jual beli dan pemasaran produk. Proses perdagangan ini umumnya dikenal sebagai *electronic commerce* atau singkatnya *e-commerce* (Nazrudin, 2023). *E-commerce* sangat memungkinkan penjual untuk memasarkan produknya secara cepat, mudah dan gratis. Dengan meng-upload foto dan mendeskripsikan produk yang didukung dengan recent update iklan yang muncul, tersedianya contact link dan tersedianya kontrol kualitas terhadap iklan penawaran barang dan jasa, iklan gratis bagi para pengguna dan cakupan wilayah iklan di seluruh Indonesia serta masih banyak yang lainnya (Rahmidani, 2015).

Di Indonesia, penggunaan *e-commerce* semakin meningkat seiring dengan penetrasi internet semakin meluas dan perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih berbelanja secara online. Fenomena ini membuka peluang besar bagi pelaku bisnis, termasuk pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan penjualan tanpa harus terikat oleh batasan geografis.

Namun, tidak semua pihak memiliki pemahaman yang memadai tentang potensi dan cara efektif memanfaatkan *e-commerce* untuk mengembangkan bisnis. Oleh karena itu, penting dilakukan sosialisasi edukasi mengenai penggunaan *e-commerce*, terutama kepada generasi muda yang akan menjadi tulang punggung ekonomi masa depan.

Dalam konteks ini, siswa-siswi Madrasah Aliyah (MA) Annur Pagar Jati Bengkulu Tengah, menjadi salah satu target penting dalam program sosialisasi penggunaan *e-commerce*. Mereka adalah calon-pelaku bisnis yang diharapkan mampu memanfaatkan teknologi digital untuk berinovasi dan bersaing di pasar global. Sosialisasi 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.

Melalui kegiatan sosialisasi ini, diharapkan siswa-siswi MA Annur Pagar Jati tidak hanya memahami konsep dan manfaat e-commerce, tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam kehidupan nyata. Dengan demikian, mereka akan lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di era digital, serta berkontribusi pada perkembangan ekonomi lokal maupun nasional.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini menggunakan metode *Participatory Action Reseach* (PAR) yang melibatkan partisipasi aktif dari siswa-siswi mengenai sosialisasi penggunaan e-commerce dalam mengembangkan bisnis di era digital terhadap siswa-siswi MA Annur Pagar Jati, Bengkulu Tengah. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan terperinci mengenai proses dan hasil sosialisasi yang dilakukan.

1. Subjek Pengabdian

Subjek pengabdian ini adalah siswa-siswi MA Annur Pagar Jati, Bengkulu Tengah. Subjek diambil dengan menggunakan teknik purposive, yaitu memilih siswa-siswi yang dianggap memiliki potensi untuk mengikuti dan memahami materi sosialisasi e-commerce. Kriteria pemilihan subjek meliputi siswa-siswi kelas X dan XI yang telah memiliki dasar pengetahuan tentang teknologi informasi.

2. Lokasi dan waktu pengabdian

Pengabdian masyarakat ini dilakukan di MA Annur Pagar Jati, Bengkulu Tengah. Waktu sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 4 Juni 2024.

3. Desain Pengabdian masyarakat

Pengabdian ini menggunakan pendekatan PAR yang melibatkan siswa secara aktif dalam seluruh proses penelitian : perencanaan, tindakan, observasi dan refleksi.

4. Tahapan Pengabdian masyarakat

a) Perencanaan (Planning)

- Mengidentifikasi kebutuhan siswa terkait e-commerce melalui diskusi
- Merancang materi sosialisasi mencakup dasar-dasar e-commerce dan penggunaan platform e-commerce

b) Pelaksanaan (Action)

- Melaksanakan kegiatan sosialisasi sesuai rencana
- Melibatkan siswa dalam diskusi mengenai e-commerce
- Memberikan penjelasan teoritis dan demonstrasi praktis e-commerce

c) Observasi (Observation)

- Mengamati partisipasi dan respons siswa selama kegiatan sosialisasi
- Mencatat kesulitan dan kendala yang dihadapi siswa dalam memahami dan menggunakan e-commerce

d) Refleksi (Reflection)

- Mengevaluasi efektivitas kegiatan sosialisasi berdasarkan observasi dan umpan balik siswa
- Melakukan diskusi refleksi dengan siswa untuk mendapatkan masukan dan saran perbaikan
- Menyusun laporan hasil pengabdian yang mencakup temuan, analisis, dan rekomendasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

1) Pelaksanaan Sosialisasi

Sosialisasi penggunaan e-commerce dalam mengembangkan bisnis di era digital terhadap siswa-siswi MA Annur Pagar Jati Bengkulu Tengah, dilaksanakan dalam beberapa tahap, yaitu :

- Pemberian Materi : Kegiatan diambil dengan pemberian materi dasar mengenai e-commerce, termasuk definisi, jenis-jenis platform e-commerce serta keuntungan dalam tantangan penggunaan e-commerce dalam bisnis.
- Diskusi : Berdiskusi mengenai topik-topik terkait seperti strategi pemasaran online, pengelolaan toko online, dan penggunaan media sosial untuk promosi.
- Sesi Tanya Jawab : Sesi ini diadakan untuk menjawab pertanyaan dan mendiskusikan masalah-masalah yang dihadapi siswa-siswi selama pemberian pemahaman materi.

2) Partisipasi dan Respon Siswa

Respon siswa-siswi terhadap sosialisasi sangat positif. Sebagian besar siswa menunjukkan minat yang tinggi dan aktif berpartisipasi dalam kegiatan. Dari hasil diskusi, 85% siswa mengaku mendapatkan

pemahaman baru tentang e-commerce dan merasa lebih percaya diri untuk menggunakannya dalam menegembangkan bisnis di masa depan.

- 3) Hasil dari pengabdian masyarakat pada tanggal 4 juni 2024 dengan semangat dan tumbuhnya jiwa wirausaha pada siswa siswi Ma annur serta arahan dan bekal ilmu yang telah disalurkan pada pengabdian yang kami lakukan, siswa siswi dapat memanfaatkan teknologi media sosial Instagram dalam usaha mereka yaitu kripik pisang.



Gambar 1 media social bisnis MA Annur



Gambar 2 Pemberian Materi Dan Diskusi



Gambar 3 Foto bersama Guru Staf dan Siswa MA Annur

Penyelesaian Masalah

1) Identifikasi Masalah

Beberapa masalah yang di identifikasi selama pelaksanaan sosialisai antara lain :

- Kurangnya Pengetahuan Dasar

Beberapa siswa memiliki pengetahuan dasar yang kurang tentang teknologi dan internet, sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama untuk memahami konsep e-commerce.

2) Solusi dan Tindakan Yang Dilakukan

- Pemberian materi tambahan

Narasumber memberikan materi tambahan berupa modul file powerpoint yang bias dielajari secara mandiri diluar sesi sosialisasi.

3) Hasil dan Pembahasan

Sebelum sosialisasi, sebagian besar siswa-siswi belum memahami konsep e-commerce dengan baik. Mereka menganggap bisnis online sebagai sesuatu yang kompleks dan sulit untuk dijalankan. Setelah sosialisasi, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman mereka. Mereka mulai mengerti bahwa e-commerce tidak hanya tentang menjual barang secara online, tetapi juga melibatkan berbagai aspek seperti pemasaran digital, manajemen investaris dan layanan pelanggan.

Sosialisasi ini berhasil menumbuhkan minat berwirausaha dikalangan siswa-siswi. Mereka merasa lebih percaya diri untuk memulai bisnis kecil-kecilan secara online, memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce yang ada. Beberapa siswa bahkan mulai merencanakan bisnis mereka sendiri, dengan ide-ide kreatif yang mereka dapatkan selama sosialisasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sosialisasi penggunaan e-commerce di MA Annur Pagar Jati Bengkulu Tengah 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.

Rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut termasuk peningkatan intensitas sosialisasi, pelatihan praktik dan pengenalan lebih lanjut tentang teknologi digital terkait bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ibu Dr.Suwarni,S.Kom, M.M
2. Kepala Prodi Manajemen, Bapak Dr.E. Ahmad Soleh, S.E, M.Si
3. Dosen Pembimbing, Bapak Ramadan Subhi, S.E, M.M
4. Bapak/Ibu Dosen selingkup Universitas Dehasen Bengkulu
5. Guru dan Staf serta Siswa-siswi MA Annur Pagar Jati Bengkulu Tengah
6. Teman – teman yang telah ikut mensupport dan berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyansyah, A. O., & Susena, K. C. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mempromosikan Usaha Rumah Tangga Kedai Ken Al. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 3(2), 291-294.
- A Soleh, A Arlina, S Suwarni, KC Susena, D Anggara - Jurnal Dehasen Untuk Negeri, 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(1), 89–94
- Damarsiwi, E. P. M., Susena, K. C., Hidayah, N. R., Febliansa, M. R., & Abi, Y. I. (2023). Pelatihan Peningkatan Keterampilan Literasi Keuangan Digital bagi Ibu-ibu Rumah Tangga. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 2(1), 53-60.
- Nazrudin, M. (2023). *E-COMMERCE*. https://www.researchgate.net/publication/367509688_E_-COMMERCE_Pengertian_E-Commerce
- Rahmidani, R. (2015). Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi(Snema) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, 5(1), 345–352. <http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/article/apjii-at-media/133/2012-pengguna-internet-di-indonesia->
- Susena, K. C., & Refsi, R. R. (2023). Pemanfaatan media Sosial instagram Dalam Pemasaran UMKM Roti Al Batsit Kota Bengkulu. *Jurnal Kewirausahaan & Bisnis*, 5(1), 25-28.