



## Sosialisasi E-Commerce: Menciptakan Wirausahawan Muda Melalui Teknologi Digital

### *E-Commerce Socialization: Creating Young Entrepreneurs Through Digital Technology*

Darmeinis<sup>1\*</sup>, Gealsy Ghefira Tsalsabila<sup>2</sup>, Nur Aryaningsih<sup>3</sup>,  
Muhammad Fahrul Ramdhani<sup>4</sup>, Jihan Aulia Nurjanah<sup>5</sup>,  
Muhammad Daffanda Fadilla<sup>6</sup>, Arya Hafidz Maulana<sup>7</sup>, Ratna Sari Dewi<sup>8</sup>

<sup>1-8</sup> Universitas Panca Sakti Bekasi, Indonesia

[darmeinis@gmail.com](mailto:darmeinis@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [gealsyghéfira.ts@gmail.com](mailto:gealsyghéfira.ts@gmail.com)<sup>2</sup>, [nuraryaningsih.00@gmail.com](mailto:nuraryaningsih.00@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[m.fahrul.9a@gmail.com](mailto:m.fahrul.9a@gmail.com)<sup>4</sup>, [han.jihanaulia@gmail.com](mailto:han.jihanaulia@gmail.com)<sup>5</sup>, [daffandafadilla@gmail.com](mailto:daffandafadilla@gmail.com)<sup>6</sup>,  
[aryayoi1404@gmail.com](mailto:aryayoi1404@gmail.com)<sup>7</sup>, [ratnasaridewi681@gmail.com](mailto:ratnasaridewi681@gmail.com)<sup>8</sup>

Alamat: Jl. Raya Hankam No.54, Jatirahayu, Kec. Pd. Melati, Kota Bks, Jawa Barat 17414

Korespondensi email: [darmeinis@gmail.com](mailto:darmeinis@gmail.com)

#### **Article History:**

Received: Oktober 30, 2024

Revised: November 14, 2024

Accepted: November 28, 2024

Published: November 30, 2024

**Keywords:** Service, Entrepreneurship, Digital, Socialization

**Abstract:** Implementation of the Community Service Activity (PKM) was conducted at SMK Negeri 58 Jakarta, aimed at providing a socialization session on how to become young entrepreneurs by utilizing existing digital technology. The participants of this activity were the students of SMK Negeri 58 Jakarta. The socialization began with a presentation of the material, do practice on how to start becoming young entrepreneurs, then a sharing session about experiences, and concluded with a games related to the material presented. This Community Service Activity (PKM) was positively received by the staff and students of SMK Negeri 58 Jakarta. The event ran smoothly thanks to the enthusiasm of the participants in engaging in each part of the socialization activities.

#### **Abstrak**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan di SMK Negeri 58 Jakarta dengan tujuan untuk melakukan sosialisasi terkait dengan bagaimana cara menjadi wirausahawan muda dengan memanfaatkan teknologi digital yang ada. Peserta kegiatannya adalah para murid SMK Negeri 58 Jakarta. Kegiatan sosialisasi ini diawali dengan penyampaian materi, lalu praktik langsung bagaimana cara memulai untuk menjadi wirausahawan muda, selanjutnya cerita berbagi pengalaman, dan yang terakhir adalah melakukan permainan bersama tentang materi yang telah disampaikan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini disambut dengan positif oleh para staf dan murid SMK Negeri 58 Jakarta, pelaksanaan kegiatan berjalan dengan lancar atas antusiasme para peserta dalam melakukan setiap runtutan kegiatan sosialisasi tersebut.

**Kata Kunci:** Pengabdian, Wirausahawan, Digital, Sosialisasi

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi telah mengubah pola pikir masyarakat dalam kegiatan sehari-hari, termasuk bagaimana cara mereka melakukan proses komunikasi, belajar-mengajar, bekerja, transaksi jual beli, dan kegiatan lainnya. Seiring berkembangnya jaman, maka teknologi kini kian memberikan banyak kemudahan bagi manusia, hal-hal yang dahulu terasa mustahil untuk dilakukan, maka dengan adanya teknologi digital semuanya terasa jauh lebih mudah dan menguntungkan manusia. Meskipun terdapat beberapa kekurangan yang ada, akan tetapi hal tersebut tidak menjadikan teknologi digital menjadi hal yang merugikan manusia sepenuhnya.

Teknologi digital sudah ada sejak akhir abad ke 20-an, yang dimana seiring berjalannya waktu mengalami banyak perubahan dan peningkatan di dalamnya. Penggunaan akses digital yang terus maju semakin menciptakan banyak sekali ide kreatif dan inovatif dalam melakukan kegiatan ekonomi, di era saat ini para penjual terus bersaing agar mampu mendapatkan eksistensi penjualan dengan terus meningkatkan ide-ide kreatif. Inovasi adalah kunci utama yang dapat membantu para penjual untuk meningkatkan daya saing ekonomi mereka, dengan memiliki tingkat inovasi yang kuat maka akan menghasilkan layanan dan produk yang baik dan bisa meningkatkan produktivitas bahkan lapangan kerja bagi orang lain (Aidhi et al., 2023).

Aktifitas jual beli yang dilakukan oleh masyarakat dengan memanfaatkan teknologi digital melalui persebaran jaringan internet, atau biasa disebut dengan sebutan *e-commerce* ini adalah sebuah inovasi yang bagus dalam membantu perkembangan ekonomi masyarakat Indonesia. Semakin mudahnya melakukan transaksi jual beli tentunya akan sangat meningkatkan perekonomian Indonesia jika dikelola dengan baik. Namun, dampak lain dari semakin mudahnya persebaran *e-commerce* adalah semakin banyaknya usaha-usaha online yang menimbulkan banyak persaingan pasar, hal itu menjadi tantangan tersendiri bagi para pedagang untuk terus memberikan inovasi berdagang dengan menarik agar dapat terus mempertahankan tingkat penjualan mereka.

*E-commerce* memiliki definisi jenis dari mekanisme bisnis yang dilakukan secara elektronik yang memfokuskan pada transaksi bisnis secara individu melalui jaringan internet sebagai perantara pertukaran aktifitas jual beli barang maupun jasa, baik antar perusahaan maupun konsumen (Hartman et al., 2000). Pendapat lainnya (Riswandi, 2006) *e-commerce* merupakan transaksi jual beli dengan media elektronik (jaringan internet) terhadap barang atau jasa dengan sistem pembayaran dengan elektronik yang dimana cakupan aktifitasnya dapat dilakukan dengan luas tanpa harus melakukan tatap muka antara penjual dan pembeli, maka dari itu, *e-commerce* merupakan aktifitas bisnis yang bisa menghubungkan perusahaan, konsumen, perdagangan, layanan, serta informasi dengan cara elektronik (Aprianto, 2021).

Saat ini pemerintah memiliki program bagaimana cara menumbuhkan jiwa kewirausahaan dengan tujuan untuk memberdayakan masyarakat, terutama para generasi muda agar merak siap untuk meningkatkan daya saing ekonomi di luar sana di era globalisasi saat ini. Para generasi muda saat ini memiliki potensi yang sangat besar untuk melakukan kewirausahaan, dengan cara berpikir mereka yang inovatif, kreatif, dan mampu mengikuti tren-tren masa kini dengan cepat, tentunya dapat membantu Indonesia

untuk terus meningkatkan daya saing di bidang ekonomi. Akan tetapi dalam praktiknya, menciptakan para generasi muda untuk melakukan wirausaha bukanlah suatu hal yang mudah, karena berwirausahawan bukan hanya tentang teknologi, kreatifitas, pasar penjualan, dan modal, tetapi diperlukan mental dan perilaku wirausaha yang cukup kuat tertanam dalam diri agar bisa menjadi wirausahawan muda yang tangguh dan siap bersaing di pasar luar. Pemahaman ini tidak bisa ditanamkan dalam waktu yang singkat, butuh waktu yang lama agar pemahaman terkait wirausahawa dapat dipahami dengan baik dan melekat pada masing-masing seseorang, sampai ia siap untuk melakukan kegiatan wirausaha (Syarifah et al., 2022).

Sekolah adalah lembaga pendidikan formal yang dimana di dalamnya melakukan program bimbingan, belajar-mengajar, maupun pelatihan lainnya untuk membantu para siswa/i untuk mengembangkan bakat dan potensi yang dimiliki (Ansor & Pratiwi, 2018). Begitu juga dengan SMK Negeri 58 Jakarta yang dimana sekolah tersebut adalah sekolah kejuruan khusus seni, merupakan pilihan yang tepat untuk melakukan sosialisasi tentang kewirausahaan di tengah teknologi digital yang semakin canggih saat ini.

## 2. METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan pada tanggal 08 November 2024 dengan tema kegiatan “Gen Z Digital Hustle: Turn Your Passion Into Your Action”

### **Peserta**

Sesuai dengan judul kegiatannya, sasaran untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah para generasi muda, yakni siswa/i SMK Negeri 58 Jakarta. Diharapkan dengan kegiatan sosialisasi ini dapat menumbuhkan minat untuk berwirausahawan kepada para generasi muda, dan mampu bersaing di pasar jual beli dengan memanfaatkan teknologi digital dengan sebaik mungkin.

### **Bentuk Kegiatan**

Metode dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang digunakan adalah sosialisasi pemaparan materi dan *sharing session* pengalaman yang disampaikan langsung oleh Gealsy Ghefira Tsalsabila dan Nur Aryaningsih kepada para peserta sosialisasi dengan menggunakan bahan materi yang telah disiapkan. Setelah menyampaikan materi, peserta juga diberikan waktu untuk melakukan diskusi, Tanya jawab, dan juga games seputar dengan materi yang ada dengan harapan semua materi yang diberikan telah diterima dengan baik.

## **Tempat Pelaksanaan**

Lokasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di SMK Negeri 58 Jakarta.

### **3. HASIL**

Pola hidup masyarakat terus berubah dan berdinamika dengan perkembangannya zaman. Digitalisasi menjadi hal yang awam bagi masyarakat yang sering disebut Generasi Z (Gen-Z). Peserta kegiatan secara spesifik berasal dari siswa/i jurusan Kompetensi Keahlian Kriya Kreatif Batik & Tekstil SMKN 58 Jakarta, dengan tema “*Gen Z Digital Hustle : Turn Your Passion into Your Action*” sosialisasi ditujukan untuk menumbuhkan kesadaran siswa/i sebagai Gen-Z agar dapat memanfaatkan dan beradaptasi dengan perkembangan zaman serta perubahan teknologi contohnya dengan munculnya e-commerce sebagai pilihan masyarakat dalam berbelanja pada masa pasca pandemic. Disisi lain, audience merupakan siswa/i yang menekuni kerajinan batik yang merupakan ciri khas dari budaya Indonesia yang patutnya sebagai generasi penerus dan penggerak bangsa harus sadar untuk melestarikan dan membuatnya terus dikenal dari generasi ke generasi.

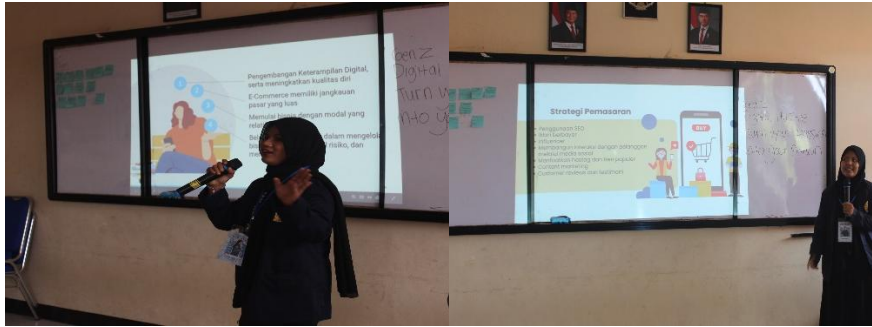


**Gambar 1.** Pembukaan oleh MC



**Gambar 2.** Sambutan oleh perwakilan guru SMKN 58 Jakarta

Kegiatan diawali dengan pembukaan dan sambutan dari perwakilan pihak sekolah sebagai bentuk respon positif terhadap kegiatan sosialisasi ini. Selanjutnya dilakukan sesi perkenalan panitia dari kegiatan sosialisasi ini.



**Gambar 3.** Pemaparan materi oleh panitia kegiatan

Kemudian dilanjutkan dengan pemaparan materi mengenai e-commerce mulai dari apa itu e-commerce, perkembangan *e-commerce*, jenis-jenis, peluang, strategi pemasaran, langkah-langkah memulai bisnis melalui *e-commerce*, sampai dengan tantangan dan solusi dalam berbisnis e-commerce serta menjelaskan kelebihan Gen Z sebagai digital native yang kreatif dan inovatif agar mampu memaksimalkan kelebihan mereka menjadi sebuah kemampuan yang dapat mendorong ke arah penggunaan teknologi yang lebih positif, salah satunya adalah dengan menjadi wirausahawan/pebisnis muda sesuai dengan tema dari kegiatan ini yakni *turn your passion into your action*. Sebagai Gen-Z hampir seluruh dari peserta sosialisasi merupakan pengguna aktif media sosial dan sering melakukan transaksi jual beli dengan *e-commerce*.



**Gambar 4.** Pemenang kuis

Selain pemaparan materi, kegiatan sosialisasi ini juga diselingi oleh games dan kuis yang mengasah pengetahuan mereka tentang *e-commerce* dan seputaran materi yang telah dipaparkan dengan menggunakan platform Kahoot!.



**Gambar 5.** Sharing session

Kegiatan terakhir diisi dengan sharing session mengenai *e-commerce* mulai dari pengalaman berjualan, berbelanja, sampai dengan bertransaksi. Mereka mengakui bahwa *e-commerce* memudahkan mereka dalam jual-beli, dan platform Shopee menjadi pengguna terbanyak dikalangan siswa/i tersebut. Kekurangan dan kelebihan *e-commerce* menurut mereka juga turut disampaikan pada sesi ini, seperti kemudahan mencari barang dengan harga rendah, ketidaksesuaian barang, dll.

Selain itu, sebagai generasi yang tumbuh ditengah perkembangan teknologi mereka memiliki potensi besar untuk mengembangkan dan menyebarkan ciri khas budaya Indonesia terutama batik sesuai dengan kemampuan serta passion yang mereka miliki, melalui penjualan dengan *e-commerce* baik dalam bentuk online shop maupun marketplace atau bahkan media sosial yang mereka miliki. Melihat tingkat aktivitas mereka dimedia sosial dapat menjadi peluang bagi mereka dikemudian hari untuk memasarkan produknya melalui media sosial dan media digital lainnya.



**Gambar 6.** Sesi dokumentasi akhir sosialisasi

Sesi terakhir kegiatan sosialisasi ini diisi dengan dokumentasi foto bersama yang dilakukan oleh panitia, peserta, dan perwakilan guru SMKN 58 Jakarta.

#### 4. KESIMPULAN

E-Commerce merupakan salah satu wadah untuk para generasi muda memulai suatu usaha dengan modal yang kecil. Sebagai penerus bangsa, Generasi Z menjadi sebuah harapan untuk memajukan perekonomian di Indonesia. Sehingga pengetahuan dasar diperlukan untuk menjadi acuan mereka kelak dalam berbisnis. Sosialisasi *E-Commerce* ini memberikan pengetahuan dasar kepada siswa/i SMKN 58 Jurusan Kriya Kreatif Batik & Tekstil kelas 11 bukan hanya tentang *e-commerce* melainkan mengedukasi mengenai potensi yang dimiliki para siswa/i sebagai Generasi-Z untuk dapat memanfaatkan kemampuan diri yang diringin dengan peluang perkembangan teknologi dengan segala kemudahan dan kepraktisannya. Kegiatan ini disambut dengan baik oleh siswa/i tersebut.

#### PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami selaku panitia mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak sekolah SMKN 58 Jakarta atas izin dan kesempatannya untuk dapat melakukan kegiatan sosialisasi ini, dan kepada siswa/i yang terlibat sebagai peserta kegiatan PKM sehingga dapat berjalan dengan lancar.

#### DAFTAR REFERENSI

- Aidhi, A. A., Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Permatasari, S., Simalungun, U., & Pattimura, U. (2023). Peningkatan daya saing ekonomi melalui peranan inovasi. [Judul Jurnal], 2(02), 118–134. <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.229>
- Ansor, Z., & Pratiwi, V. (2018). Pengaruh lingkungan sekolah terhadap hasil belajar IPA siswa kelas IV di MI Nurul Huda Gebangan Kecamatan Kapongan Kabupaten Situbondo Tahun Pelajaran 2017/2018. *Jurnal Cendekia Pendidikan*, 20–32. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/cendekiapendidikan/article/download/1987/1749>
- Aprianto, N. E. K. (2021). Peran teknologi informasi dan komunikasi dalam bisnis. *International Journal Administration, Business & Organization*, 2, 8–15. [URL yang tidak valid dihapus]
- Darsiti, D., Ramdan, I. S., Syafitri, N., Lestari, W. A., Suryaman, W. J., & Alamsyah, S. K. (2024). Analisis kelayakan bisnis untuk pengembangan pemasaran kacang sangrai Ewooww yang luas. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 113-125.
- Endang, I. (2023). Penerapan pemasaran digital melalui toko online pada UMKM di Kelurahan Tanjungsari. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 106-117.
- Hanif, A., & Iryanti, E. (2023). Penguatan merek dan visualisasi produk berbasis digital pada

- UMKM “Doyan Jajan” Desa Laweyan, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 84-97.
- Hartman, A., Sifonis, J., & Kador, J. (2000). *Net Ready : Strategies for Success in The Economy*. New York : McGraw Hill.  
[https://perpustakaan.politekniktempo.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=258&keywords=](https://perpustakaan.politekniktempo.ac.id/index.php?p=show_detail&id=258&keywords=)
- Ilmi, S. N., Hadi, A. H. N. S., Muzakki, F. D. P., Khabibah, M., Fajari, M. S., Sugiharto, V. D. D., & Arum, D. P. (2023). Meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap digitalisasi marketing di Kelurahan Tanggung Kota Blitar. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 76-83.
- Misnawati, M., Christy, N. A., Isman, I., Anwarsani, A., Nopy, Y., & Salwa, N. (2024). Strategi sukses untuk bisnis pengetikan dan fotokopi di era digital. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 302-314.
- Pangestu, A. I. A., Zabaril, F. M., Laksono, D. A., Safitri, D. N., Amalia, J., Mustika, A. M., ... & Najmudin, N. (2023). Implementasi pemanfaatan media sosial dalam pengembangan desa wisata Menari Tambaknegara. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 09-18.
- Putri, L. A., & Rahmi, U. (2024). Pemanfaatan media digital untuk meningkatkan minat belajar PAI pada generasi milenial. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 27-31.
- Qisthiano, M. R., & Pramana, D. (2023). Menggapai keunggulan promosi di era digital: Kolaborasi Canva untuk peningkatan ekonomi lokal. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 243-249.
- Riswandi, B. A. (2006). *Hukum cyberspace*. Yogyakarta: Gita nagari.  
[https://perpustakaan.komnasperempuan.go.id/web/index.php?p=show\\_detail&id=4612](https://perpustakaan.komnasperempuan.go.id/web/index.php?p=show_detail&id=4612)
- Syarifah, I., Azis, A., Setiyawan, A. D., & Muarief, R. (2022). Menumbuhkan jiwa entrepreneur di era digital pada remaja Karang Taruna Kabupaten Gresik. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 957–960.  
<https://doi.org/10.31949/jb.v3i4.3307>