

Pelatihan *E-Commerce* pada Siswa SMA

Training E-Commerce for High School Students

Mu'thia Mubashira¹, Sigit Widiyanto²

^{1,2,3,4} Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

*Email penulis korespondensi: sigit.widiyanto372@gmail.com

ABSTRAK

Pelatihan e-commerce di SMA Al-Hidayah Kabupaten Bogor dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan akan keterampilan digital di era perdagangan modern. Dalam upaya mempersiapkan siswa menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif, pelatihan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam berwirausaha secara online, mulai dari pembuatan toko virtual hingga transaksi digital. Metode yang digunakan mencakup penyuluhan teoritis dan praktik langsung, terdiri dari tiga pertemuan dengan durasi 90 menit setiap sesi. Dari 23 siswa yang mengikuti pelatihan, 17 siswa berhasil menciptakan konten digital marketing untuk produk seperti baju, tas sekolah, dan parfum, dengan nilai rata-rata evaluasi mencapai 78. Hasil ini menunjukkan bahwa integrasi teori dan praktik efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa tentang e-commerce. Saran dari pelatihan ini adalah perlunya program pelatihan berkelanjutan yang dapat memperkuat keterampilan dan kemampuan siswa, dengan fokus pada solusi untuk tantangan yang dihadapi dalam bisnis online. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga menanamkan semangat kewirausahaan yang diperlukan untuk berpartisipasi aktif dalam ekonomi digital yang terus berkembang.

Kata kunci: Pelatihan, E-commerce, Siswa SMA

ABSTRACT

E-commerce training at SMA Al-Hidayah in Bogor Regency is motivated by the increasing need for digital skills in the modern trade era. In an effort to prepare students to face an increasingly competitive job market, this training is designed to provide knowledge and skills in online entrepreneurship, ranging from creating virtual stores to digital transactions. The methods used include theoretical lectures and hands-on practice, consisting of three meetings with a duration of 90 minutes each session. Of the 23 students participating in the training, 17 students successfully created digital marketing content for products such as clothes, school bags, and perfumes, achieving an average evaluation score of 78. These results indicate that the integration of theory and practice is effective in enhancing students' understanding of e-commerce. Recommendations from this training include the need for ongoing training programs that can strengthen students' skills and abilities, focusing on solutions to challenges faced in online business. Thus, this training not only provides technical knowledge but also instills the entrepreneurial spirit required to actively participate in the ever-evolving digital economy.

Keywords: Training, E-commerce, High School Students

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, e-commerce telah menjadi bagian integral dari dunia bisnis yang terus berkembang. Fenomena ini tidak hanya menggugah praktik perdagangan global, tetapi juga telah memicu perubahan signifikan dalam cara konsumen berinteraksi dengan produk dan layanan. E-commerce, yang didefinisikan sebagai semua aktivitas bisnis yang dilakukan berdasarkan teknologi elektronik, telah menghadirkan kemudahan, keamanan, dan kecepatan dalam transaksi. Dengan munculnya berbagai platform digital, seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak, konsumen kini memiliki akses yang lebih luas untuk berbelanja tanpa harus bertemu langsung dengan penjual. Dalam konteks pendidikan, terutama di

tingkat SMA, pelatihan e-commerce memegang peranan penting dalam mempersiapkan siswa menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif dan teknologi yang terus berubah.

Dalam perjalanan menuju penguasaan e-commerce, peran pendidikan, khususnya di sekolah menengah, menjadi sangat krusial. Penelitian yang dilakukan oleh Li, J., He, Y., dan Zheng, Y. (2017) menekankan pentingnya mode pelatihan bakat yang berorientasi pada aplikasi melalui kerja sama sekolah dan industri. Mereka mencatat bahwa disiplin e-commerce mengintegrasikan manajemen, ekonomi, dan teknologi komputer, sehingga perhatian khusus harus diberikan pada praktik dan aplikabilitas dalam pelatihan. Kerja sama antara sekolah dan perusahaan dalam hal kurikulum dapat memperkuat kompetensi siswa dan memfasilitasi transisi mereka ke dunia kerja. Oleh karena itu, pelatihan e-commerce di sekolah menengah diharapkan mampu melahirkan talenta yang siap bekerja dengan berbagai keterampilan praktis yang relevan.

Sebagaimana dijelaskan oleh Zhi, K. (2021), e-commerce mencakup beragam aktivitas yang berkaitan dengan akses informasi, komunikasi pribadi, serta layanan belanja dan perusahaan virtual. Dengan konsentrasi terhadap model pendidikan kolaboratif antara sekolah dan perusahaan, mereka telah mengembangkan mekanisme integrasi baru yang berorientasi pada produksi dan pendidikan. Pendekatan ini berfokus pada “saling menguntungkan dan pengembangan berkelanjutan,” yang tidak hanya membantu siswa memahami dinamika e-commerce, tetapi juga mempersiapkan mereka untuk tantangan yang akan datang dalam ekonomi digital.

Namun, penerapan e-commerce di tingkat SMA tidaklah tanpa tantangan. Wahjusaputri dan Nastiti (2022) menunjukkan bahwa meskipun ada peningkatan signifikan dalam omzet penjualan dan jumlah konsumen setelah penerapan e-commerce di SMA Negeri 3 South Tangerang, masih terdapat berbagai rintangan. Tantangan tersebut mencakup keterbatasan sumber daya manusia yang terampil, persaingan yang ketat, serta potensi plagiarisme ide dan produk. Oleh karena itu, institusi pendidikan perlu menciptakan program pelatihan yang komprehensif dan berkelanjutan untuk mengatasi hambatan-hambatan ini dan memperkuat kapasitas siswa.

Sejalan dengan perkembangan teknologi, Chen, Q. (2021) menggarisbawahi bahwa ekonomi e-commerce telah menyebar ke berbagai sektor, termasuk manufaktur, logistik, pendidikan, dan pemerintahan. Pengintegrasian e-commerce ke dalam kurikulum pendidikan berarti menyiapkan siswa untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di industri, serta mempersiapkan mereka untuk berpartisipasi dalam industri yang semakin terdigitalisasi. Dalam konteks ini, penting bagi pendidikan tinggi dan sekolah menengah

untuk menjalin kerja sama yang lebih erat dengan sektor industri untuk memastikan bahwa kurikulum yang diajarkan selaras dengan kebutuhan pasar.

Sementara itu, Lin, C. Y. dkk (2021) menyatakan bahwa pentingnya mempersiapkan siswa di tingkat pendidikan tinggi di China telah menjadi perhatian utama. Permintaan akan tenaga kerja terampil yang menguasai e-commerce dan teknologi informasi semakin meningkat. Hal ini mengharuskan sekolah menengah untuk tidak hanya memberikan pendidikan dasar, tetapi juga menanamkan pemahaman yang mendalam tentang digital marketing dan platform perdagangan elektronik. Pelatihan e-commerce di sekolah menengah dapat membuka peluang baru bagi siswa untuk mengeksplorasi karir di bidang digital yang potensial dan menjanjikan. Selanjutnya, Hadi, W. N., dkk (2024) menunjukkan bahwa fase implementasi pendidikan e-commerce harus disertai dengan pengetahuan dasar tentang prinsip pemasaran digital dan aplikasi praktis dari platform e-commerce. Hal ini penting untuk memastikan bahwa siswa tidak hanya memahami konsep-konsep teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam dunia nyata. Pelatihan yang menyeluruh akan meningkatkan kepercayaan diri siswa dalam menghadapi tantangan bisnis yang kompleks. Meskipun tantangan tetap ada, strategi yang diusulkan oleh Sulistyowati, R. dkk (2023) seperti pelatihan dan optimalisasi pemanfaatan fasilitas yang ada di SMA dapat menjadi langkah awal yang baik untuk meningkatkan keterampilan ekonomi kreatif.

BAHAN DAN METODE

Metode dan bahan kegiatan pelatihan *e-commerce* untuk siswa SMA Al-Hidayah Kabupaten Bogor dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan dalam bidang pemasaran digital. Kegiatan ini diikuti oleh 23 siswa kelas 11 pada bulan September 2023. Metode pengajaran yang digunakan adalah kombinasi antara penyuluhan teoritis dan praktik langsung, dengan tujuan agar siswa dapat memahami dasar-dasar marketing, pengenalan e-commerce, serta praktik pembuatan konten marketing secara efektif.

Dalam kegiatan ini, sesi pertemuan terdiri dari tiga kali pertemuan dengan durasi masing-masing 90 menit. Pertemuan pertama difokuskan pada penyuluhan mengenai dasar-dasar marketing. Siswa akan diperkenalkan pada konsep dasar pemasaran, seperti segmentasi pasar, target audiens, dan posisi produk. Pemateri akan menggunakan presentasi multimedia untuk menjelaskan materi ini agar lebih interaktif dan mudah dipahami. Di akhir sesi, siswa diharapkan dapat menjelaskan pentingnya pemasaran dalam konteks e-commerce dan memahami bagaimana menyusun strategi pemasaran yang efisien.

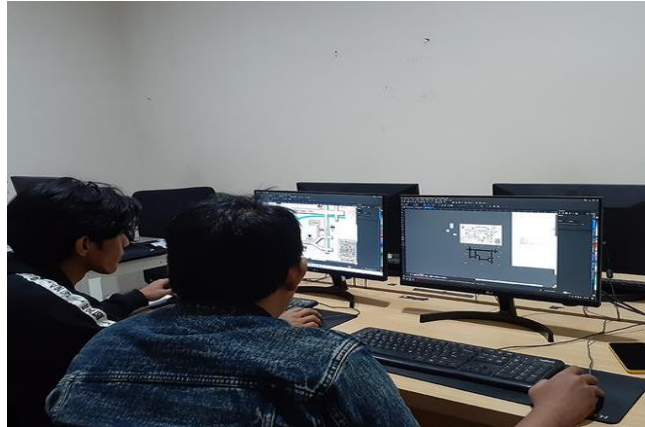
Pertemuan kedua akan memfokuskan pada pengenalan e-commerce. Siswa akan mempelajari berbagai model bisnis e-commerce, karakteristik platform digital, dan perkembangan terbaru dalam dunia e-commerce. Pengenalan ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih luas mengenai cara kerja e-commerce, serta peluang yang dapat dimanfaatkan di sektor ini. Diskusi kelompok juga akan dilakukan untuk mendalami pengalaman pribadi siswa terkait penggunaan platform e-commerce dalam kehidupan sehari-hari.

Pada sesi pertemuan ketiga, siswa akan terlibat dalam praktik pembuatan konten marketing. Mereka akan dibagi ke dalam kelompok kecil dan diminta untuk merancang konten pemasaran untuk produk yang mereka pilih. Dalam kegiatan ini, siswa akan menggunakan handphone mereka untuk merekam video atau membuat materi promosi dalam bentuk gambar. Alat rekam juga akan digunakan untuk merekam presentasi ide mereka di depan kelompok. Kegiatan praktis ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman siswa tentang cara membuat konten yang menarik dan relevan untuk audiens target.

Dengan menggunakan metode yang interaktif dan praktis, pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan siswa dalam bidang e-commerce sekaligus memberikan mereka pengetahuan yang bermanfaat untuk masa depan. Melalui kegiatan ini, siswa SMA Al-Hidayah diharapkan dapat lebih siap menghadapi tantangan dalam dunia digital yang terus berkembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pelatihan e-commerce yang dilaksanakan untuk siswa SMA Al-Hidayah Kabupaten Bogor menunjukkan dampak yang positif terhadap kemampuan dan pemahaman siswa dalam berwirausaha di era digital. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan siswa keterampilan praktis dalam menjalankan usaha online, mulai dari membuat toko virtual hingga memahami transaksi digital. Dari total 23 siswa yang berpartisipasi, 17 siswa berhasil membuat konten digital marketing untuk produk yang mereka pilih, seperti baju, tas sekolah, dan parfum. Produk-produk ini tidak hanya berfungsi sebagai contoh, tetapi juga mencerminkan keahlian dan kreativitas siswa dalam memasarkan barang.



Gambar 1. Siswa Membuat Denah lokasi

Evaluasi yang dilakukan setelah pelatihan menunjukkan bahwa nilai rata-rata siswa mencapai 78, yang mencerminkan pemahaman yang baik tentang konsep e-commerce dan praktik digital marketing. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan yang menggabungkan teori dan praktik dengan baik dapat meningkatkan kemampuan berwirausaha siswa. Dengan strategi yang tepat, mereka telah belajar untuk membuat konten yang menarik dan relevan, sekaligus memahami cara mengelola penjualan dan pemasaran produk mereka secara efektif.

Bahasan mengenai implementasi e-commerce di kalangan siswa penting untuk dipahami dalam konteks pengembangan keterampilan dan potensi wirausaha. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wahjusaputri dan Nastiti (2022), aplikasi e-commerce melalui marketplace seperti Shopee memberikan manfaat signifikan bagi unit produksi di sekolah. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketika unit produksi menerapkan e-commerce, omset penjualan meningkat dengan cepat, dan jumlah konsumen juga mengalami peningkatan. Siswa yang dilatih dalam pelatihan e-commerce di SMA Al-Hidayah mengikuti jejak ini dengan memahami bahwa memasarkan produk secara online memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa perlu bertatap muka langsung dengan pembeli.



Gambar 2. Siswa Berlatih e-commerce

Chen (2021) menyoroti bagaimana ekonomi e-commerce telah menjadi fokus perkembangan yang substansial di berbagai sektor, termasuk pendidikan. Karakteristik e-commerce yang memungkinkan integrasi lintas batas, inovasi, dan konektivitas cepat menambah nilai bagi para pelaku usaha, termasuk siswa yang baru memulai perjalanan mereka dalam berwirausaha. Pelatihan ini memberikan siswa kesempatan untuk memahami dan mengeksplorasi dinamika pasar digital yang terus berkembang.

Selama pelatihan, siswa juga didorong untuk menghadapi berbagai tantangan yang mungkin muncul ketika melakukan bisnis online. Beberapa tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, persaingan yang ketat, serta kemungkinan plagiarisme ide dan produk, adalah hal-hal yang perlu mereka perhatikan. Hal ini sejalan dengan pendapat Wahjusaputri dan Nastiti (2022), yang mencatat bahwa meskipun manfaatnya besar, ada juga rintangan yang harus dihadapi dalam dunia e-commerce. Dengan demikian, pelatihan yang diberikan tidak hanya mengajarkan keterampilan teknis, tetapi juga membekali siswa dengan kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang mungkin timbul dalam bisnis mereka.

Lin, C. Y. dkk (2021) menekankan bahwa pelatihan di era teknologi informasi yang berkembang pesat menjadi sangat penting. Penerimaan orang tua dan siswa terhadap profesi di bidang e-commerce mencerminkan pemahaman yang semakin baik tentang pentingnya keterampilan ini untuk masa depan. Sekolah-sekolah perlu terus beradaptasi dengan perubahan kebutuhan industri dan menyusun kurikulum yang relevan, termasuk pelajaran tentang e-commerce dan pemasaran digital.

Melalui pelatihan ini, siswa bukan hanya belajar tentang produk yang mereka jual, tetapi juga memperoleh pengalaman praktis dalam menciptakan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Mereka belajar menggunakan media sosial dan alat digital untuk mempromosikan produk, mengelola pesanan, serta memahami proses transaksi digital. Semua keterampilan ini sangat berharga dan relevan, terutama ketika siswa memasuki dunia kerja yang semakin berbasis teknologi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Siswa mendapatkan manfaat yang besar. Mereka tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis tetapi juga pengalaman praktis yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Keterampilan yang mereka pelajari akan menjadi modal penting dalam menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif, sekaligus meningkatkan potensi mereka sebagai wirausaha di masa depan. Pelatihan ini berhasil menanamkan semangat kewirausahaan dalam diri siswa SMA Al-Hidayah, mempersiapkan mereka untuk berpartisipasi aktif dalam ekonomi digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, Q. (2021, April). Development and practice of cross border e-commerce platform system based on school enterprise cooperation. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1881, No. 3, p. 032082). IOP Publishing.
- Hadi, W. N., Husna, A., & Fendi, F. (2024). Pemanfaatan e-commerce sebagai bekal wirausaha pada siswa SMA Unggulan Hafsha Zainul Hasan. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 7(2), 83-90.
- Halim, F., Sherly, S., Lie, D., Supitriyani, S., & Sudirman, A. (2023). Optimalisasi Digital Entrepreneurship Melalui Pelatihan Digital Marketing bagi Siswa-Siswi SMA Swasta Sultan Agung Pematangsiantar. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(1), 90-97.
- Li, J., He, Y., & Zheng, Y. (2017, October). Research on Talent Training Mode of School Enterprise Cooperation in Application Oriented Independent College-Case Study on Major of E-commerce. In *2017 International Conference on Education Science and Economic Management (ICESEM 2017)* (pp. 457-461). Atlantis Press.
- Lin, C. Y., Xi, Z., Gao, C., & Tsai, S. B. (2021). Research on the Training Model of E-Commerce Professionals Based on Big Data Analysis. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2021(1), 2030991.
- Sulistiyowati, R., Sudarwanto, T., Rakhmawati, D. Y., Fahrullah, A., Maula, F. I., Mahendra, A. M., & Amaliyah, K. (2023). Pelatihan Program Digital Marketing dan E-Commerce Sebagai Peningkatan Keterampilan Ekonomi Kreatif. *Madaniya*, 4(4), 1834-1843.
- Wahjusaputri, S., & Nastiti, T. I. (2022). Implementation of e-Commerce in Improving the Competitiveness of Vocational Secondary Education Student Entrepreneurship Products. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 16(3), 384-391.
- Zamsuri, A., Asril, E., & Sadar, M. (2022). Pelatihan Pembuatan Design Web E-Commerce Siswa SMA N 1 Tambang Kab. Kampar. *JDISTIRA-Jurnal Pengabdian Inovasi dan Teknologi Kepada Masyarakat*, 2(1), 9-16.
- Zhi, K. (2021, July). Research on Innovation and Practice of School-enterprise Cooperative Education Model Based on E-commerce. In *2021 International Conference on Education, Information Management and Service Science (EIMSS)* (pp. 490-494). IEEE.