

Strengthening Digital Literacy in Determining the Attitude of Milenials in Online Shopping in SMA Yaspenmas

Ratnasari¹, Ahmad Fadli², Amin Hou³, Ester Hervina Sihombing⁴, Ratih Amelia⁵

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Mahkota Tricom Unggul

^{2,3}Universitas Mahkota Tricom Unggul

^{4,5}Politeknik Unggul LP3M

Email: ¹ratnasari@gmail.co.id, ²haqimdanyara@yahoo.co.id, ³aminhoucinleng@gmail.com,

⁴esterhervinasihombing@gmail.com, ⁵ratihamelia1712@gmail.com

 <https://doi.org/10.36526/gandrung.v4i1.2265>

Abstract: *The use of digital media, which is currently a necessity for almost all human activities, creates many positive things that are useful for humans but also creates various negative consequences such as fraud, disturbed privacy and incorrect information (hoaxes) which are considered a serious problem in the digital era. . This indicates the low digital literacy of the community. The problems that arise are the large number of Internet users and the high frequency of people accessing information content and social media, especially among students and the millennial generation not accompanied by sufficient skills and knowledge which can result in losses for users, the rise of emerging online shopping applications is currently a phenomenon that changes the pattern of transactions from those that used to be offline now can be done by shopping, but this change in pattern has consequences for the seller and buyers in the form of losses and fraud that might occur if users of this application do not properly understand the ins and outs of it. This community service uses training and counseling methods as well as practices on how to use digital media as a way to shop online for students (students) so they can understand and be wise in utilizing digital media through increasing understanding of digital literacy with digital skills, digital culture, digital ethics, and digital safety*

Keyword : Literacy, On-Line Shopping, Digital Media

Pendahuluan

Dewasa ini penggunaan media internet menjadi sangat penting baik dalam dunia pendidikan maupun kehidupan sehari-hari. Internet menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindarkan oleh setiap orang (Ritakumalasari & Susanti, 2021). Dalam hal ini telah Terjadi pergeseran pola pikir, pola sikap dan pola tindak masyarakat dalam akses dan distribusikan informasi (Lestar, 2022). Masyarakat indonesia akan semakin mudah dalam mengakses informasi melalui berbagai platform teknologi digital yang menawarkan inovasi fitur dari medium komunikasi yang kian interaktif (Banuari, 2023). Namun dalam pemakaian internet ini juga ada tantangan yang harus dihadapi (Aditi et al., 2022). Tantangan utama yang dihadapi masyarakat modern dewasa ini adalah penggunaan internet dan media digital yang dapat membuka peluang terhadap berbagai persoalan (Rachmina, 2022)

Masih kurang cakupannya penggunaan media digital dalam hal ini perangkat keras dan

perangkat lunak atau internet ini dapat menimbulkan penggunaan media digital yang tidak optimal (Habib, 2022). Lemahnya budaya digital bisa memunculkan pelanggaran terhadap hak digital masyarakat (Said, 2021). Rendahnya etika dalam menggunakan internet ini juga berpeluang menciptakan ruang digital yang tidak menyenangkan (Dede, 2022). Karena terdapat banyak konten negatif yang dapat merusak pikiran seseorang. Begitu juga untuk keamanan digital yang dapat berpotensi terhadap kebocoran data pribadi maupun penipuan melalui penggunaan internet ini (Pranajaya, 2021). Hal menimbulkan kekhawatiran di tengah-tengah pengguna media social akan timbulnya kerugian materil maupun moril akibat gagap dalam pemanfaatan media digital (Saptono, 2022). Solusinya dengan meningkatkan pemahaman tentang Literasi digital akan mampu mengatasi masalah yang timbul karena minimnya pemahaman apa itu ruang digital dan bagaimana beraktivitas, dalam hal ini dibutuhkan empat pilar literasi yang penting untuk mengenalkan dan memberikan pemahaman mengenai perangkat teknologi informasi dan komunikasi, yaitu *digital skill*, *digital culture*, *digital ethics*, dan *digital safety* (Wibowo, 2021).

Digital skill berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengetahui, memahami, dan menggunakan perangkat keras, perangkat lunak serta sistem operasi digital dalam kehidupan sehari-hari (Firmansyah, 2022). Selanjutnya ada *digital culture* merupakan bentuk aktivitas masyarakat di ruang digital dengan tetap memiliki wawasan kebangsaan, nilai-nilai Pancasila, dan kebhinekaan (Kimbal, 2021). *Digital ethics* adalah kemampuan menyadari mempertimbangkan dan mengembangkan tata kelola etika digital (*netiquette*) dalam kehidupan sehari-hari (Ayu, 2022). Mengenai *digital safety*, merupakan kemampuan masyarakat untuk mengenali, menerapkan, meningkatkan kesadaran perlindungan data pribadi dan keamanan digital (Baskara, 2023).

Harapannya dengan meningkatnya penggunaan media digital saat ini telah akan dapat menimbulkan peluang di segala aspek. Baik dari aspek bisnis atau ekonomi, transportasi, hiburan, dan juga sampai kepada penggunaan internet dalam dunia pembelajaran di sekolah. Diketahui pula hasil dari kegiatan melalui ruang digital ini menjadi lebih efisien dan efektif serta menarik. Hal ini kemudian yang dilakukan seluruh negara maju dan berkembang di seluruh dunia. Untuk dunia bisnis atau ekonomi, pemakaian media internet ini menjadi sangat penting. Hampir seluruh kegiatan ekonomi dapat dilakukan hanya dengan satu genggam tangan. Transaksi ekonomi menjadi sangat penting dengan memakai koneksi internet dalam melakukan pembelian produk.

Belanja online menjadi hal yang tidak asing lagi dan malah sering sekali dilakukan oleh setiap orang bahkan anak sekolah. Semua produk dapat dibeli melalui aplikasi internet ini, melintasi batas waktu dan jarak tidak menjadi halangan. Hal ini yang kemudian membuat banyak orang senang

melakukan kegiatan dengan memanfaatkan internet ini (Arifin, 2018). Belanja tidak lagi dilakukan dengan pergi ke toko atau pasar, namun dengan menggunakan HP dan koneksi internet di manapun kita berada bisa melakukan transaksi pembelian. Dengan seluruh kecanggihan yang diberikan ini ternyata ada dampak negatif yang harus dihadapi. Belanja dengan menggunakan aplikasi internet ini juga harus berhati-hati perlu banyak membaca atau literasi sebelum melakukan transaksi. Aspek negatif dari pengembangan ini adalah berkaitan dengan persoalan keamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan media e-commerce dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum (legal certainty) (Tarisa, 2022). Apalagi untuk kaum milenial saat ini, yang ingin melakukan kegiatan dengan instan dan cepat jangan sampai transaksi yang dilakukan merugikan dengan membocorkan data-data pribadi yang dapat merugikan diri sendiri (Pertiwia, 2020). Perlu di ketahui bahwa perkembangan teknologi juga memberikan dampak pada kehidupan sosial, di mana norma-norma yang berlaku seringkali diabaikan dan sering kali terjadi kejahatan teknologi yang merugikan masyarakat. Hal ini kemudian yang mendasari sangat perlu dilakukan suatu kegiatan yang dapat memberikan pemahaman kepada para siswa atau siswi untuk dapat meningkatkan minat baca atau literasi agar dapat memanfaatkan teknologi dengan tepat.

Perlu diketahui pula bahwa kemajuan teknologi ini juga sampai kedaerah pedesaan. Dengan itu maka anak-anak sekolah di desa juga perlu dilakukan pembinaan dalam pemberian informasi dalam pemakaian internet untuk melakukan kegiatan transaksi online. Hal ini yang mendasari kemudian memutuskan salah satu sekolah SMA Swasta di Kabupaten Langkat sebagai tempat dilakukannya sosialisasi kegiatan ini. Sekolah tersebut yaitu SMA Swasta Yaspenmas. SMA Swasta Yaspenmas merupakan sekolah swasta yang ada di kabupaten Langkat. SMA Swasta Yaspenmas sendiri berlokasi di daerah pedesaan dimana mayoritas penduduknya yaitu para petani. Kemajuan teknologi informasi membuat siswa/i SMA Swasta Yaspenmas sering memanfaatkannya dalam membeli produk secara online. Tinggi minat para siswa dalam melakukan pembelian online malah terjadi rasa kecewa. Diketahui pula rasa kecewa yang terjadi tersebut karena banyak siswa yang melakukan transaksi online tidak membaca dengan rinci sebelum kemudian membeli produk atau barang tersebut.

Metode

Metode yang di gunakan dalam pelaksanaan Pengabdian Masyarakat melalui rangkaian kegiatan pelatihan ini dilaksanakan di Sekolah SMA Yasenmas Kec. Sei Lapan Kab Langkat dengan melibatkan seluruh peserta untuk berpartisipasi dimana pelajar yang ikut dalam kegiatan ini secara

aktif terlibat keseluruhannya dalam semua tahapan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Untuk mengatasi permasalahan/persoalan dari mitra maka tim pengusul menyediakan pakar yang dapat menjawab tuntutan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, tim pakar tersebut berasal dari internal kampus Universitas Mahkota Tricom Unggul dengan latar belakang pendidikan dan kepakaran yang multi:

1. Nasib, S.Pd., M.M adalah dosen yang latar belakang pendidikannya Ilmu Manajemen yang juga pakar dalam Manajemen Pemasaran.
2. Ahmad Fadli, S.E., M.Si adalah dosen yang latar belakang pendidikannya Ilmu Manajemen yang juga pakar dalam Permasalahan Sumber Daya Manusia
3. Debora Tambunan adalah dosen yang memiliki latar belakang pendidikan Ilmu Manajemen yang pakar dalam manajemen strategik.
4. Solusi yang ditawarkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini kepada para siswa atau pelajar yaitu berupa pemaparan materi dan ajakan yang pastinya diikuti oleh siswa-siswi dari SMA Yasenmas Kec. Sei Lapan Kab Langkat. Pimpinan dari Universitas Mahkota Tricom Unggul selanjutnya memberikan surat tugas kepada para dosen dan mengikutsertakan mahasiswa untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Jadwal kegiatan pengabdian masyarakat Universitas Mahkota Tricom Unggul dilaksanakan pada 08 Oktober 2021. Rencana pengabdian masyarakat ini akan dilakukan dengan berbagai kegiatan yang terdiri dari:

Tabel 1. Rencana Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Nama Kegiatan	Waktu
1	Pembukaan atau kata sambutan dari Kepala SMA Yaspenmas (Muhadi, S.Pd) Kata sambutan ketua pengabdian kepada masyarakat (Nasib, S.Pd., MM)	10.00-10.30
2	Persentasi,	10.31-12.15
3	Istirahat Makan, Sholat	12.16-13.30
4	Penutupan Dan Penyerahan Cenderamata	13.31-14.00

Rencana yang telah disusun di atas merupakan rencana yang nantinya akan dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat Universitas Mahkota Tricom Unggul yang terbagi atas 3 orang dosen dan 1 orang mahasiswa. Dalam kesempatan kali ini, kampus juga melibatkan mahasiswa dalam pengabdian masyarakat agar dapat berjalan sesuai rencana.

Hasil dan Diskusi

Kegiatan pelatihan dilaksanakan selama 3 (tiga) hari dengan materi pelatihan berupa ceramah, praktek, serta evaluasi hasil yang disajikan secara bersamaan. Setelah kegiatan pelatihan, akan dilanjutkan kegiatan evaluasi sebagai bahan koreksi bagi penyelenggara kegiatan. Saat kegiatan program berlangsung siswa juga di perkenalkan dengan aplikasi digital untuk berbelanja yang saat ini banyak di gunakan seperti lazada,shopee,grabfood,bli-bli.com dll kepada siswa/i yang mayoritas masih asing dengan hal tersebut. Hasil evaluasi ini nantinya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan yang efektif untuk melaksanakan kegiatan serupa terkait dengan kegiatan pendidikan pemakai.

Penggunaan sarana dan alat yang tepat selama pelatihan sangat penting digunakan adalah materi pelatihan, LCD, rol kabel, labtop, kuota internet/wifi, serta lembar survey literasi informasi. Rancangan evaluasi dari kegiatan ini menekankan pada proses dan hasil. Penilaian proses dilakukan pada saat siswa mendengarkan ceramah sekaligus praktek pelatihan literasi informasi. Melalui pertanyaan dan keseriusan peserta latihan akan diperoleh bagaimana antusiasme dan kebermanfaatan kegiatan ini. Akan dievaluasi juga tentang pengetahuan siswa tentang situs terkait informasi ilmiah di internet. Dibawah ini merupakan dokumentasi pelaksanaan kegiatan:



Gambar 1. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan

Ketelibatannya dari Pihak sekolah pada program ini dengan ikut mempersiapkan tempat untuk proses pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan kegiatan dan juga melengkapinya dengan sarana prasarana seperti computer, laptop yang diinstal lengkap dengan beberapa contoh aplikasi jual beli on-line untuk sekaligus mengajarkan bagaimana belajar bertransaksi melalui aplikasi belanja online tersebut. Selanjutnya melakukan evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan pasca selesai kegiatan.

Peningkatan kemampuan literasi dalam penggunaan media digital siswa akan dievaluasi melalui pemantauan selama 3 bulan setelah program ini dijalankan dan juga akan dilihat seberapa sering siswa menggunakan media digital dan khususnya dalam aktivitas berbelanja online dalam aktivitas kesehariannya dan apa saja manfaat serta peluang yang pernah didapat mereka.

Pemanfaatan dan penggunaan media digital di masa sekarang sangat mudah dirasakan pada semua lapisan masyarakat tidak terkecuali pelajar. Pelajar menjadi komponen penting yang harus memiliki kemampuan untuk mengolah setiap informasi yang mereka dapatkan. Saat ini oleh karena itu kegiatan-kegiatan pelajar yang menggunakan teknologi digital membuat mahasiswa dituntut agar memiliki kemampuan literasi digital.

Daftar Referensi

- Aditi, B., Diana, S., Djakasaputra, A., & Septi, D. (2022). *The Trigger For Falling Loyalty Originating From Public Relations And Customer Values And Satisfaction*. 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.1.466>
- Arifin, A. (2018). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Shopee.Co.Id (Study Pada Mahasiswa Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis UNISMA). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 7(7), 46–56.
- Ayu, F. M (2022). Pemberdayaan Literasi Digital bagi Pelaku UMKM Kelurahan Bahagia , Babelan , Bekasi. *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–10.
- Banuari, N. (2023). *Bisnis Dasar Dan Etika Dalam Berbisnis*. MTU Press.
- Baskara, I. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Digital Umkm Desa Keramas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200–205.
- Dede, D. (2022). Daya Saing : Literasi Digital dan Transformasi Digital. *Journal of Finance and Business Digital (JFBD)*, 1(3), 237–250.
- Firmansyah, D. (2022). Kinerja Kewirausahaan : Literasi Ekonomi , Literasi Digital dan Peran Mediasi Inovasi. *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)*, 1(5), 745–762.
- Habib, B. (2022). Pengaruh literasi keuangan , literasi digital , digital marketing , brand image dan word of mouth terhadap minat generasi z pada bank syariah. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 4971–4982.
- Kimbal, L. (2021). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kec. Passi Timur, Bolaang Mongondow Sulawesi Utara. *Equilibrium*, 2(3), 45–57.
- Lestar, E. (2022). Prediksi Financial Behaviour Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi Pada Organisasi Keagamaan Muhammadiyah di Indonesia. *Journal of Accounting Science*, 6(1), 84–101. <https://doi.org/10.21070/jas.v6i1.1597>
- Pertiwia, L. (2020). Purchase Intention On Indonesia Male's Skin Care By Social Media Marketing Effect Towards Brand Image And Brand Trust. *Management Science Letters*, 10, 2139–2146. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.023>
- Pranajaya, T. (2021). Edukasi Literasi Digital : Pendampingan Transformasi Digital Pelaku Umkm Sukabumi Pakidulan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7), 1599–1606.
- Rachmina, V. (2022). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Literasi E-Marketing Pada Petani. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 10(1), 169–179.
- Ritakumalasari, N., & Susanti, A. (2021). Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Locus of Control, Dan Parental Income Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1440–1450. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1440-1450>
- Said, J. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation*, 2(1), 18–27. <https://doi.org/10.31960/ijoeei.v2i1.1038>
- Saptono, M. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM (Studi pada UMKM SEKTOR Food and Beverage di Jakarta Selatan) Muhamad. *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 35–48.
- Tarisa, P. (2022). Adopsi Dan Implementasi Kecakapan Literasi Informasi Dan Literasi Digital Untuk Akselerasi Umkm Di Indonesia. *FIHRIS: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(2), 177–199.
- Wibowo, Y. G. (2021). Analisa Literasi Digital Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Makanan Islami Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 127–134. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.5072>