

Creative and Innovative Digital Economy Training to Increase Income of SMA Karya Utama Students

Esther Praja Anggriany Panggabean¹, Winda Sri Astuti Doloksaribu², Maisara Batubara³, Lidya Natalia Pasaribu⁴, Mas Intan Purba⁵, Kristi Endah Ndilosa Ginting⁶, Fariza Fitria⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Fakultas Ekonomi, Universitas Prima Indonesia

estherprajaanggrianypanggabean@unprimdn.ac.id



<https://doi.org/10.36526/gandrung.v5i2.3944>

Abstract: *The creative and innovative digital economy, fuelled by digital technology and the internet, offers numerous opportunities for individuals to increase their income. Shopee, a widely recognised e-commerce platform, effectively taps into this potential with its user-friendly services. SMA Karya Utama, a 22-student senior high school located at Jalan Pendidikan No. 23 Marindal Village, Patumbak District, has yet to fully comprehend the potential of e-commerce for entrepreneurship, as evidenced by the PKM team's survey. To bridge this gap, the PKM team aims to educate SMA Karya Utama students on the opportunities presented by the digital economy and how to utilise the Shopee app for sales. The PKM activity employed a variety of socialisation, demonstration, and practical methods to expose students to creative digital economy concepts and train them in the operational aspects of Shopee. The results of this activity included increased knowledge of the digital economy and practical skills in account creation, product uploading, store management, and marketing on Shopee. The training aimed to empower SMA Karya Utama students to increase their income, foster independence, and equip them to effectively face future economic challenges.*

Keyword: *Digital Economy, Shopee, SMA Karya Utama, Student Income*

Pendahuluan

Di era digital ini, peluang untuk meningkatkan pendapatan tidak hanya terbatas pada pekerjaan konvensional. Ekonomi digital yang kreatif dan inovatif, yang melibatkan penggunaan teknologi digital dan internet untuk aktivitas ekonomi, menawarkan berbagai kesempatan baru bagi individu dan bisnis untuk berkembang. Ekonomi digital memungkinkan terjadinya efisiensi operasional, akses ke pasar global, dan pengembangan model bisnis baru yang lebih fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan konsumen.

Ekonomi digital adalah aktivitas ekonomi yang didasarkan pada teknologi digital dan internet (Budiarta et al., 2020). Ekonomi digital mencakup segala sesuatu yang terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), mulai dari e-commerce, fintech, hingga aplikasi berbasis internet. E-commerce, atau perdagangan elektronik, adalah proses membeli, menjual dan memasarkan barang atau jasa melalui sistem elektronik (Akbar & Alam, 2020). E-commerce telah menjadi pengantar penting dalam

bisnis digital modern, memungkinkan transaksi yang lebih efisien dan jangkauan pasar yang lebih luas (Kusuma et al., 2024). Menurut Romindo et al. (2019), model bisnis dalam e-commerce ada 5 mencakup berbagai jenis transaksi, seperti Business-to-Business (B2B), di mana transaksi terjadi antara dua perusahaan; Business-to-Consumer (B2C), di mana perusahaan menjual produk langsung kepada konsumen; Consumer-to-Consumer (C2C), di mana individu menjual produk kepada individu lainnya; Business-to-Government (B2G), di mana perusahaan menjual produk atau jasa kepada sektor publik atau pemerintah; dan M-commerce (mobile commerce) merupakan pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui teknologi nirkabel. Perkembangan e-commerce tidak hanya terbatas pada transaksi jual-beli konvensional, tetapi juga mulai memanfaatkan teknologi artificial intelligence (AI) seperti yang diterapkan pada fitur paylater di aplikasi Shopee (Ramadhani et al., 2023).

Shopee merupakan salah satu contoh bisnis e-commerce dengan model C2C yang kemudian beralih menjadi B2C semenjak meluncurkan fitur Shopee Mall. Shopee merupakan anak perusahaan dari Sea Limited yang berbasis di Singapura. Shopee telah memperluas kehadirannya ke beberapa negara di Asia Tenggara, antara lain Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Taiwan, Filipina, dan Indonesia. Shopee adalah salah satu platform yang paling populer di Indonesia bahkan di Asia Tenggara karena didukung oleh adaptasi lokal yang kuat, berbagai promosi menarik, serta fitur-fitur yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen di masing-masing negara. Shopee menawarkan berbagai fitur seperti iklan, flash sale, dan Shopee Live yang dapat membantu penjual meningkatkan visibilitas produk mereka dan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini, pengguna dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka secara signifikan.

Keberhasilan Shopee tidak hanya terletak pada fitur-fitur teknisnya, tetapi juga pada kemampuannya untuk membangun dan mempertahankan basis pelanggan yang loyal. Dalam membangun bisnis e-commerce, penting untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen (Panggabean et al., 2023). Hal ini mencakup kualitas produk, layanan pelanggan yang baik, dan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Selain itu, e-commerce tidak hanya tentang transaksi online, tetapi juga tentang menciptakan daya saing melalui pemanfaatan teknologi informasi yang efektif (Rintho, 2018). Shopee telah berhasil menerapkan prinsip-prinsip ini dalam platformnya, menciptakan ekosistem e-commerce yang komprehensif dan berdaya saing.

Salah satu kekuatan utama Shopee adalah aksesibilitasnya. Shopee dapat dijalankan oleh pengguna dari berbagai usia karena platform ini dirancang untuk menjadi ramah pengguna dan mudah diakses oleh semua orang, baik pemula maupun yang berpengalaman dalam e-commerce. Ini menjadikan Shopee platform yang inklusif dan bermanfaat bagi semua orang yang ingin memanfaatkan

peluang dalam ekonomi digital. Hal ini telah memungkinkan banyak anak muda sukses menjalankan usaha di platform e-commerce. Namun, sayangnya, banyak anak muda di daerah terpencil yang kurang memahami cara memulai dan menjalankan usaha di e-commerce, sehingga seringkali mengabaikan kesempatan atau peluang bisnis yang sebenarnya bisa mereka manfaatkan. Kesenjangan pengetahuan ini menjadi tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan partisipasi yang lebih luas dalam ekonomi digital.

SMA Karya Utama merupakan SMA swasta yang berlokasi Jalan Pendidikan No. 23 Marindal, Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang. SMA swasta ini didirikan pertama kali pada tahun 1987. SMA Karya Utama Marindal dikelola oleh kepala sekolah yaitu Bapak Anggiat Sahat Siringoringo SE, Ak. Sekolah ini memiliki total jumlah siswa siswi hanya 22 orang saja.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Anggiat Sahat Siringoringo SE, Ak., kegiatan siswa-siswa umumnya diisi dengan bersekolah, membantu orang tua di rumah, dan berkumpul bersama teman. Padahal, ada peluang usaha yang sangat menjanjikan yang bisa mereka jalankan dengan memanfaatkan platform e-commerce. Beliau berharap siswa-siswa SMA Karya Utama ini dapat memanfaatkan waktu luang mereka untuk menjadi pengusaha muda dengan menjalankan bisnis online di Shopee. Dari hanya membantu orang tua di rumah dan berkumpul dengan teman, mereka bisa beralih menjadi pengusaha muda yang sukses, menjual produk mereka kepada konsumen di seluruh Indonesia. Peluang ini bisa menjadi jalan bagi mereka untuk mencapai kemandirian finansial, meningkatkan kualitas hidup mereka, dan bahkan menginspirasi komunitas mereka untuk ikut serta dalam ekonomi digital. SMA Karya Utama, meskipun jauh dan terpencil, bisa menjadi contoh bagaimana pendidikan dan teknologi disatukan untuk menciptakan peluang besar bagi generasi muda. Namun, minimnya pengetahuan siswa siswi tentang ekonomi digital dan e-commerce membuat mereka kurang tertarik untuk menjalankan usaha di platform online.

Berdasarkan survei yang dilakukan di SMA Karya Utama, tim PKM bermaksud mengadakan pelatihan kepada siswa-siswi untuk meningkatkan pendapatan mereka dengan memanfaatkan platform e-commerce. Pelatihan ini dirancang untuk membekali para siswa dengan pengetahuan dasar tentang ekonomi digital yang kreatif dan inovatif, serta cara menggunakan aplikasi Shopee untuk berjualan online.

Inisiatif ini sejalan dengan tren global dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemberdayaan ekonomi. Meskipun fokus pelatihan adalah pada siswa SMA, prinsip-prinsip yang diajarkan memiliki relevansi luas, termasuk dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini penting mengingat banyak lulusan SMA yang nantinya mungkin akan terjun ke dunia wirausaha atau menjadi

bagian dari UMKM.

Penggunaan e-commerce dan pemasaran digital telah terbukti memiliki dampak positif pada kinerja keuangan dan keberlanjutan bisnis UMKM, terutama selama pandemi COVID-19 (Purba et al., 2021). Dalam menentukan strategi pemasaran digital, penting untuk memahami prinsip-prinsip pemasaran dasar seperti yang dijabarkan oleh Kotler & Armstrong (2018). Dengan membekali siswa-siswi SMA Karya Utama dengan pengetahuan ini sejak dini, diharapkan mereka akan lebih siap menghadapi tantangan ekonomi di masa depan, baik sebagai wirausahawan maupun sebagai bagian dari tenaga kerja dalam era digital.

Metode

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Jalan Pendidikan Nomor 23 Marindal, Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deliserdang, dan dilaksanakan pada tanggal 20 Mei 2024. Kegiatan ini merupakan bentuk sosialisasi dan pelatihan khusus untuk siswa-siswi SMA Karya Utama agar dapat memiliki pengetahuan tentang cara memanfaatkan teknologi digital, khususnya e-commerce, untuk berjualan dan meningkatkan pendapatan mereka.

Adapun tahap-tahap dari awal pelaksanaan kegiatan sampai pada akhir adalah:

1. Tahap Persiapan:
 - a) Melakukan survei ke tempat pelaksanaan pengabdian di SMA Karya Utama.
 - b) Mengajukan permohonan izin kepada pihak sekolah SMA Karya Utama.
 - c) Melakukan pengurusan administrasi (surat-menyurat).
 - d) Mempersiapkan bahan materi sosialisasi dan pelatihan.
2. Kegiatan Penyuluhan dan Pelatihan tentang Ekonomi Digital:
 - a) Pembukaan dan perkenalan dengan siswa-siswi dan pihak sekolah SMA Karya Utama.
 - b) Sosialisasi tentang ekonomi digital yang kreatif dan inovatif, disampaikan oleh Esther Praja Anggriany Panggabean, S.E, M.Si.
 - c) Melakukan pelatihan tentang penggunaan aplikasi Shopee untuk berjualan, termasuk cara membuat akun, mengunggah produk, menentukan harga, dan strategi pemasaran digital.
 - d) Sesi praktikum di mana siswa-siswi langsung mempraktekkan cara membuat toko online dan berjualan di Shopee.
 - d) Melakukan permainan edukatif bersama guru dan siswa-siswi SMA Karya Utama untuk memperkuat pemahaman tentang materi yang telah diberikan.

3. Penutupan
 - a) Penyerahan Plakat.
 - b) Foto Bersama.
 - c) Pembuatan laporan kegiatan pengabdian masyarakat.

Hasil dan Diskusi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah meningkatkan pengetahuan dan kemampuan siswa siswi SMA Karya Utama di Jalan Pendidikan Nomor 23 Marindal, kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara dalam memanfaatkan peluang bisnis yang ada di dunia digital untuk meningkatkan pendapatan mereka.. Demikian pula dengan melihat potensi dan peluang untuk meningkatkan pendapatan usaha mereka, permasalahan yang sering mereka hadapi dapat diselesaikan melalui kegiatan ini. Pengetahuan mengenai ekonomi digital, e-commerce dan penggunaan aplikasi Shopee untuk berjualan online dihasilkan dari rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pelatihan berupa praktek langsung teori yang disampaikan pada saat penyuluhan kepada siswa siswi SMA Karya Utama dengan didampingi oleh Tim Pengabdian Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia. Tahapan kegiatan pelatihan yang dilakukan adalah sebagai berikut

1. Menjelaskan pengertian Ekonomi Digital dan e-commerce. Tujuannya adalah agar siswa-siswi SMA Karya Utama telah memperoleh pengetahuan yang lebih baik tentang ekonomi digital, terutama dalam hal memanfaatkan teknologi untuk berjualan dan meningkatkan pendapatan.



Gambar 1. Sosialisasi Tentang Ekonomi Digital yang Kreatif dan Inovatif, disampaikan oleh Esther Praja Anggriany Panggabean, S.E, M.Si.

2. Melakukan pelatihan tentang penggunaan aplikasi Shopee untuk berjualan, termasuk cara membuat akun, mengunggah produk, menentukan harga, dan strategi pemasaran digital.
3. Melakukan praktikum di mana siswa-siswi yang didampingi oleh tim pengabdian kepada masyarakat langsung mempraktekkan cara membuat toko online dan berjualan di Shopee. Melalui sesi praktikum, siswa-siswi telah belajar bagaimana membuat akun, mengunggah produk, menentukan harga, dan menerapkan strategi pemasaran digital menggunakan aplikasi Shopee..



Gambar 2. Kegiatan Praktikum tentang Penggunaan Aplikasi Shopee oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat

4. Melakukan permainan edukatif bersama guru dan siswa-siswi SMA Karya Utama untuk memperkuat pemahaman tentang materi yang telah diberikan. Kegiatan ini untuk menguji seberapa jauh pemahaman siswa siswi mengenai materi pelatihan yang sudah diberikan.

Sebelum pelatihan, siswa-siswi SMA Karya Utama memiliki pemahaman yang sangat terbatas tentang ekonomi digital dan peluang yang ditawarkannya. Berdasarkan survei awal yang dilakukan tim PKM, terungkap bahwa sebagian besar siswa kurang tertarik untuk menjalankan usaha di platform online karena minimnya pengetahuan mereka tentang ekonomi digital dan e-commerce. Aktivitas mereka umumnya terbatas pada bersekolah, membantu orang tua di rumah, dan berkumpul bersama teman, tanpa memanfaatkan peluang ekonomi digital yang ada.

Setelah mengikuti pelatihan, terjadi perubahan signifikan dalam pemahaman dan sikap siswa-siswi terhadap ekonomi digital dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Peningkatan pengetahuan: Siswa-siswi memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep ekonomi digital, e-commerce, dan potensinya untuk meningkatkan pendapatan.
2. Keterampilan praktis: Mereka berhasil mempelajari cara membuat akun Shopee, mengunggah produk, menentukan harga, dan menerapkan strategi pemasaran digital dasar.

3. **Antusiasme:** Setelah pelatihan, siswa-siswi menunjukkan antusiasme yang tinggi untuk memulai usaha online menggunakan aplikasi Shopee. Beberapa dari mereka mulai mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif untuk produk yang akan dijual.
4. **Kesadaran peluang:** Mereka menjadi lebih sadar akan peluang yang ditawarkan oleh ekonomi digital untuk mencapai kemandirian finansial dan meningkatkan kualitas hidup mereka.
5. **Perubahan mindset:** Dari hanya membantu orang tua di rumah dan berkumpul dengan teman, mereka mulai mempertimbangkan untuk menjadi pengusaha muda yang memanfaatkan teknologi digital.
6. **Pemahaman strategi:** Siswa-siswi memperoleh pengetahuan dasar tentang strategi pemasaran digital dan pengelolaan toko online.

Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil mengubah pemahaman dan perspektif siswa-siswi SMA Karya Utama tentang ekonomi digital dari yang awalnya minim menjadi lebih komprehensif dan praktis, membuka peluang bagi mereka untuk berpartisipasi aktif dalam ekonomi digital yang kreatif dan inovatif.



Gambar 3. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat bersama Kepala Sekolah SMA Karya Utama dan Siswa-siswi Peserta Pelatihan.

Kesimpulan

Beberapa kesimpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMA Karya Utama di Jalan Pendidikan Nomor 23 Marindal, Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara adalah sebagai berikut :

1. Siswa-siswi SMA Karya Utama memperoleh pengetahuan yang lebih baik tentang ekonomi digital dan e-commerce, khususnya dalam konteks memanfaatkan teknologi untuk berjualan online dan meningkatkan pendapatan.

2. Melalui pelatihan dan sesi praktikum, siswa-siswi berhasil mempelajari cara membuat akun Shopee, mengunggah produk, menentukan harga, dan menerapkan strategi pemasaran digital menggunakan aplikasi Shopee.
3. Setelah pelatihan, siswa-siswi menunjukkan antusiasme yang tinggi untuk memulai usaha online menggunakan aplikasi Shopee. Beberapa dari mereka mulai mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif untuk produk yang akan dijual.
4. Tim PKM mengidentifikasi beberapa hambatan yang perlu diatasi, seperti kurangnya koneksi internet yang stabil dan kesulitan dalam memilih produk yang menarik untuk dijual.
5. Evaluasi pelatihan menyoroti pentingnya memberikan dukungan lanjutan dan pelatihan yang lebih mendalam dalam strategi pemasaran digital yang lebih canggih serta pengelolaan bisnis online yang efektif.
6. Pendekatan kolaboratif antara tim PKM, guru, dan siswa-siswi peserta pelatihan merupakan faktor penting dalam keberhasilan kegiatan ini.
7. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi pengembangan kewirausahaan digital siswa-siswi SMA Karya Utama dan peningkatan pendapatan mereka di masa depan.
8. Kegiatan ini membantu mengalihkan kegiatan siswa-siswi dari hanya membantu orang tua di rumah dan berkumpul dengan teman, menjadi kegiatan yang lebih produktif dan berpotensi meningkatkan kemandirian finansial mereka.

Daftar Referensi

- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-commerce: Dasar teori dalam bisnis digital*. Yayasan Kita Menulis
- Anye Ramadhani, Tasya Safiranita Ramli, Ranti Fauza Mayana. (2023). *Pemanfaatan artificial intelligence pada fitur paylater aplikasi shopee dalam bidang e-commerce dikaitkan Dengan Data Pribadi Konsumen Berdasarkan Hukum Positif Indonesia*. *Comserva (Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat)*. 3 (4). 1538-1551
- Budiarta, K., & dkk. (2020). *Ekonomi dan bisnis digital*. Yayasan Kita Menulis
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi ke-12)*. Salemba Empat
- Kusuma, R. C. S. D., Faradilla, C., Augustinah, F., Haryati, T., Imelda Seseli, E. M., Panggabean, E. P. A., Ubjaan, J., Sembiring, R., Sarwani, Bagenda, C., Witi, F. L., Khudori, A. N., Grace, E., Fauziah, Albab, U., Lesnussa, J. U., Girsang, R. M., & Rosharita. (2024). *E-commerce: Suatu pengantar bisnis digital*. Eureka Media Aksara

- Panggabean, E. P. A., Doloksaribu, W. S. A., & Batubara, M. (2023). *Antecedents of consumer loyalty in pt. rentokil initial medan indonesia*. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 4(1), 93–97.
- Purba, M. I., Simanjuntak, D. C. Y., Malau, Y. N., Sholihat, W., & Ahmadi, E. A. (2021). *The effect of digital marketing and e-commerce on financial performance and business sustainability of MSMEs during COVID-19 pandemic in Indonesia*. International Journal of Data and Network Science, 5(3), 275-282.
- Rintho, R. R. (2018). *E-commerce: Menciptakan daya saing melalui teknologi informasi*. Deepublish.
- Romindo, Muttaqin, Didin, H. S., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Abdullah, D., Harahap, S. N., Matondang, N., Pardomuan, R. T. S., Sianturi, E., Hidayat, R., Simamora, T. S. M., Jamaludin, Sugianto, Sibagariang, S., Nuraini, N., Damanik, D., Mesran, Jamaludin, S. R., ... Puspabhuana, A. (2019). *E-commerce: Implementasi, strategi & inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.