



PENGENALAN LITERASI DIGITAL MELALUI PENGGUNAAN APLIKASI E-COMMERCE DI PANTI ASUHAN 'AISYIYAH TUNAS HARAPAN PONTIANAK

Oleh

Arninda¹, Darusman², Ferdy Firmansyah³

^{1,2,3}Jurusan Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah

Pontianak

E-mail: 1arninda@unmuhpnk.ac.id

Article History:

Received: 01-01-2024

Revised: 25-01-2024

Accepted: 12-02-2024

Keywords:

Literasi Digital, E-Commerce,
Bisnis Online

Abstract: Anak-anak masa kini merupakan generasi Z yang lahir dan di besarkan di era serba digital dan beragam teknologi canggih. Di era digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi telah berdampak terhadap perkembangan anak, terutama anak usia dini. Berbagai macam gadget secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi karakteristik mereka menjadi mandiri, cerdas dan penuh imajinasi (ingenuity), serta entrepreneurialism. E-commerce merupakan bagian dari kemajuan teknologi digital yang sudah menjadi gaya hidup masa kini yang praktis dan solutif bagi masyarakat. Sehingga tidak perlu menghabiskan waktu untuk antri dan terkena macet. E-commerce juga menjadi tren industri online yang sangat populer karena menciptakan berbagai profesi baru. Pengabdian ini bertujuan untuk mengenalkan dan memberikan pengetahuan mengenai literasi digital kepada anak-anak di Panti Asuhan 'Aisyiyah Tunas Harapan Pontianak. Selain itu, juga memberikan gambaran tentang aplikasi e-commerce, agar anak-anak dapat memanfaatkan berbagai kemudahan belanja secara online, namun tetap memperhatikan berbagai aspek keamanan yang sangat penting bagi kenyamanan bertransaksi

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan teknologi yang semakin pesat, literasi mencakup pengetahuan dan kecakapan dalam menggunakan dan memanfaatkan media digital, seperti alat komunikasi, jaringan internet, kemajuan teknologi hingga keterampilan tertentu yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari (Dewi, 2022). Keterampilan yang dimaksud salah satunya adalah literasi digital. Literasi digital merupakan kemampuan dalam memahami komunikasi, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk menyampaikan konten atau informasi dengan keterampilan berpikir. Literasi digital memiliki peran dalam kegiatan perekonomian Indonesia yaitu dengan adanya aplikasi E-commerce.

E-commerce salah satu bentuk kemajuan teknologi yang bisa kita rasakan sekarang. E-commerce adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan transaksi online yang



berlangsung melalui internet atau jaringan elektronik lainnya. Namun, secara umum, e-commerce adalah sebuah aktivitas belanja online yang melibatkan jual beli produk fisik atau digital melalui Internet. Bahkan, e-commerce juga mencakup kegiatan seperti jual beli, perbankan, dan penyediaan jasa. Pengertian e-commerce menurut Laudon & Laudon adalah proses penjualan dan pembelian barang secara elektronik oleh konsumen, yang merupakan transaksi business-to-business dengan perantara komputer, yakni menggunakan jaringan komputer (Dharma *et al*, 2022)

E-commerce ini menawarkan banyak perubahan terkait proses perdagangan. Jika proses jual beli tradisional membutuhkan pertemuan tatap muka antara pembeli dan penjual, e-commerce tidak lagi membutuhkannya. Pembeli dapat berdagang di berbagai kota tanpa pertemuan dan berkomunikasi melalui internet. E-commerce menguntungkan pembeli dan juga penjual. Pembeli lebih hemat biaya dan waktu karena tidak perlu jauh-jauh mencari barang yang dibutuhkan

Selain kelebihan tersebut, ada juga kekurangannya saat memproses transaksi jual beli melalui Internet. Kerugiannya adalah pembeli tidak dapat melihat barang secara langsung dan memegang bahan dari mana barang tersebut dibuat. Misalnya, jika seorang pembeli ingin membeli pakaian, citra dan persepsi pembeli tentang pembelian tersebut dapat berbeda dengan produk yang dijual karena tidak dapat memegang dan menyentuh bahan yang digunakannya.

Perkembangan teknologi sangat memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan anak, terutama anak usia dini. Tidak jarang anak usia dini telah mampu menggunakan teknologi dan orang tua yg menghawatirkan imbas teknologi terhadap anak usia dini. Anak-anak masa kini merupakan generasi Z yang lahir dan dibesarkan di era serba digital dan beragam teknologi canggih. Generasi Z yang sejak kecil telah mengenal berbagai macam gadget, secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi karakteristik mereka menjadi mandiri, cerdas dan penuh imajinasi (*ingenuity*), serta *entrepreneurialism* (Firamadhina dan Krisnani, 2021)

Anak asuh panti asuhan 'aisyiyah tunas harapan pontianak yang mayoritas merupakan pelajar hanya dibekali pendidikan ilmu pelajaran yang ada di sekolah. Mereka belum mengetahui pentingnya memahami perkembangan teknologi terutama mengenai e-commerce. sehingga melalui seminar pengabdian, kami menjadi sarana yang tepat untuk memperkenalkan dunia e-commerce kepada anak-anak agar anak-anak dapat memanfaatkan berbagai kemudahan belanja secara online, namun tetap memperhatikan berbagai aspek keamanan yang sangat penting bagi kenyamanan bertransaksi.

METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan secara seminar (*offline*) di Panti Asuhan 'Aisyiyah Tunas Harapan Pontianak dengan memanfaatkan LCD Proyektor. Kegiatan dilakukan selama 1 hari dimulai pukul 15.30 hingga 17.00 WIB pada tanggal 16 Desember 2023.

Metode kegiatan yang dilakukan adalah dalam bentuk ceramah, diskusi dan tanya jawab. Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dalam tiga tahap. Pada tahap awal melakukan sosialisasi kegiatan kepada penanggung jawab Panti Asuhan 'Aisyiyah Tunas Harapan Pontianak. Tahap kedua adalah observasi dan koordinasi. Tahap akhir adalah pelaksanaan kegiatan pengabdian.



HASIL

Dalam proses pelaksanaan pengabdian, pelaksana melakukan pembekalan, menyiapkan peralatan yang dibutuhkan, dan menyiapkan materi-materi tambahan yang berkaitan dengan materi pengenalan e-commerce. Pelaksanaan Kegiatan pengabdian ini dibuat dalam 2 sesi, yaitu penyampaian materi dan tanya jawab. Pada sesi pertama adalah pembekalan tentang pengenalan e-commerce. Pada sesi ini dilakukan ceramah dan diskusi tentang apa itu pengertian literasi digital, manfaat literasi digital, tantangan literasi digital, pengertian e-commerce, bentuk dan produk bisnis e-commerce, aplikasi e-commerce serta kelebihan dan kelemahan e-commerce.

Pelaksana juga memaparkan satu persatu materi yang disampaikan. Dari pengertian literasi digital. Literasi digital adalah kemampuan dalam mengoperasikan perangkat teknologi, mencari dan menemukan informasi, serta mengevaluasi dan menggunakan informasi yang diperoleh. Manfaat dari literasi digital yang utama adalah mempercepat proses pengerjaan dalam suatu pekerjaan ataupun proyek, dapat memberikan kemudahan akses maupun penyebaran informasi melalui jaringan internet. Selain itu, dengan memanfaatkan literasi digital saat ini keamanan data tetap terjaga.

Literasi digital memiliki beberapa tantangan yang harus dihadapi, dimana tantangan ini bisa diatasi dengan menerapkan literasi digital dalam setiap penggunaan teknologi informasi. Tantangan yang paling kuat dari literasi digital adalah arus informasi yang banyak, artinya informasi yang kita terima harus kita pahami terlebih dahulu, apakah informasi yang diterima benar atau tidak. Selanjutnya tantangan dari literasi digital adalah konten negatif. Contohnya isu SARA, konten ponografi dan lainnya. Kemampuan individu dalam mengakses internet harus bisa memilah konten yang positif dan bermanfaat serta mana konten negatif.



Gambar 1. Penyampaian Materi Literasi Digital



Pelaksana juga menjelaskan pengertian e-commerce. E-commerce adalah Perdagangan elektronik. Maksudnya, segala bentuk perdagangan meliputi proses pemasaran barang sampai dengan distribusi yang dilakukan melalui jaringan elektronik atau online. Secara sederhana, E-commerce adalah bentuk perdagangan yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan internet. E-commerce bisa dilakukan melalui komputer, laptop, sampai smartphone.

Bentuk bisnis e-commerce yang ada di Indonesia ada 5 yaitu pertama, *Classified* atau Daftar Iklan Baris. Daftar iklan baris merupakan bisnis e-commerce yang paling sederhana dari bentuk e-commerce yang lainnya. Sistem bisnis ini yakni penyedia jasa iklan baris bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Jadi penyedia jasa tidak terlibat langsung dalam proses jual beli.



Gambar 2. Penyampain Materi E-Commerce

Marketplace C2C, model marketplace C2C atau Customer to Customer hampir sama dengan daftar iklan bisnis. Bedanya, pada model ini pelaku bisnis e-commerce tidak hanya mempromosikan produk penjual saja tetapi juga memberikan layanan transaksi keuangan secara online. Layanan ini disebut dengan layanan *escrow* atau rekening pihak ketiga dengan tujuan menjamin keamanan transaksi.

Shopping Mall, shopping mall ini mirip dengan sistem marketplace, tetapi pihak yang berjualan di e-commerce bentuk ini adalah brand yang besar dan ternama atau memenuhi persyaratan tertentu karena sistem ini akan melakukan verifikasi terlebih dahulu dengan ketat. Sementara nantinya pelaku bisnis e-commerce akan mengambil keuntungan dari komisi penjual.

Toko Online B2C, model bisnis ini juga termasuk sederhana, di mana pihak e-commerce menjual produk dagangannya sendiri secara online. Dengan kata lain seperti online shop yang kita kenal. Karena dilakukan sendiri, maka pelaku usaha akan mendapatkan keuntungan penjualannya secara penuh dan juga memiliki kebebasan.

Toko Online Sosial Media, toko online di sosial media merupakan hal yang sangat umum



di Indonesia. Tiktok, Facebook dan Instagram merupakan sosial media yang paling banyak digunakan untuk menjual produk secara online. Cara membuat toko online di sosial media juga sangat mudah. Peluangnya pun sangat besar, karena hampir semua masyarakat sampai anak-anak kini memiliki sosial media.

Produk paling laris di bisnis e-commerce antara lain gadget, fashion dan produk Kesehatan. Gadget menjadi barang penting yang selalu dibutuhkan banyak orang saat ini, karena hampir setiap orang hampir tidak bisa hidup tanpa gadget. Perubahan tren fashion yang cepat dan banyaknya jenis fashion yang bisa dipilih, membuat produk fashion ini selalu dinamis dan secara terus menerus dibutuhkan oleh banyak konsumen. Produk kesehatan yang laris manis dijual di lapak e-commerce misalnya ramuan tradisional, madu, dan semua jenis pengobatan berbahan herbal alami.

Selanjutnya dijelaskan alur/proses belanja Online dari pemesanan, pembayaran, pengiriman dan penerimaan barang. Dalam sesi ini pembicara langsung memberikan contoh salah satu aplikasi yang paling banyak di minati masyarakat sampai anak-anak yaitu Tokopedia dan shopee yang sampai saat ini masih menduduki peringkat pertama dan kedua aplikasi paling populer di Indonesia. Tokopedia 140.414.500 (*Visits/Month*) dan Shopee 90.705.300 (*Visits/Month*).

Terakhir dijelaskan kelebihan dan kelemahan e-commerce di Indonesia serta apa dampaknya terhadap anak-anak usia dini. Kelebihan e-commerce antara lain harga lebih murah dari toko online, voucher diskon, transaksi bisa dilakukan 24 jam serta komunikasi secara online dengan penjual. Selain itu salah satu kelebihan dari penggunaan e-commerce adalah bisa meningkatkan transaksi antar wilayah. Proses jual beli yang dulu hanya bisa dilakukan untuk lingkungan dekat, kini dapat dilakukan secara lebih luas. Hal ini karena transaksi jual beli dilakukan secara online sehingga tidak memiliki batasan waktu dan jarak.

Kekurangan e-commerce antara lain keamanan sistem, internet, barang tidak sesuai, persaingan tidak sehat antar penjual. Dalam transaksi melalui e-commerce masih sering terjadi penipuan dan transaksi palsu yang bisa merugikan konsumen. Selain itu dalam melakukan transaksi e-commerce pasti memerlukan internet, yang pasti harus memiliki jaringan yang stabil dan mengeluarkan biaya untuk membeli kuota internet. Kekurangan lainnya saat melakukan transaksi jual beli secara online adalah barang yang dikirim tidak sesuai dengan yang dipesan dan kebanyakan penjual bersaing harga, konsumen pasti memilih harga yang lebih murah dengan kualitas yang bagus.



Jumlah peserta yang hadir sebanyak 25 orang. Peserta terdiri dari siswa jenjang SD/MI, SLTP/Tsanawiyah, SMA/Aliyah dan Pengasuh yang dari awal hingga akhir kegiatan sangat bersemangat dan antusias. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan secara umum terlaksana dengan baik, peserta dan penanggung jawab Panti Asuhan 'Aisyiyah Tunas Harapan Pontianak berharap kegiatan ini terus berkelanjutan ke depannya dengan tema lain yang lebih spesifik dalam peningkatan keterampilan peserta sebagai siswa.



Gambar 3. Foto Bersama Anak-Anak Panti Asuhan 'Aisyiyah Tunas Harapan

Hasil pengabdian ini memberikan pandangan yang lebih baik tentang tingkat keterampilan digital anak-anak di panti asuhan. Harapan peneliti adalah dengan adanya dorongan untuk mengembangkan program literasi digital yang dapat meningkatkan keterampilan mereka, termasuk pemahaman tentang penggunaan aplikasi e-commerce maka perlu adanya upaya untuk meningkatkan akses anak-anak di panti asuhan terhadap perangkat dan konektivitas internet. Dengan demikian, mereka dapat lebih aktif terlibat dalam kegiatan literasi digital. Pengenalan literasi digital seharusnya melahirkan bentuk pola berpikir pengguna digital bukan hanya terbatas pada kemampuan menggunakan bermacam sumber digital dengan efektif (Khasanah & Herina, 2020).

KESIMPULAN

Pengenalan e-commerce sangat diperlukan untuk pengembangan anak asuh yang belum mengetahui keamanan serta fitu dan manfaatnya. Sehingga anak-anak dapat memanfaatkan berbagai kemudahan belanja secara online, namun tetap memperhatikan berbagai aspek keamanan yang sangat penting bagi kenyamanan bertransaksi. Pengetahuan tentang e-commerce juga bisa mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi tanpa harus antri dan datang ke tempatnya. Jadi dengan perkembangan teknologi yang memberikan pengaruh



besar terhadap perkembangan anak, terutama anak asuh di Panti Asuhan 'Aisyiyah Tunas Harapan Pontianak dapat diantisipasi agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi belanja online. Serta bisa memanfaatkan salah satu aplikasi e-commerce sebagai tempat untuk memulai usaha kecil dan menghasilkan.

PENGAKUAN/AKNOWLEDGEMENT

Pengabdian kepada Masyarakat ini terlaksana berkat dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dekan FEB UM Pontianak, Ketua Prodi Bisnis Digital UM Pontianak, Dosen Prodi Bisnis Digital UM Pontianak yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam melaksanakan kegiatan PkM ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ketua Panti Asuhan 'Aisyiyah Tunas Harapan Kota Pontianak beserta seluruh anak asuh yang telah memberikan waktu dan kesempatan serta dukungannya dalam melakukan kegiatan PKM.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Anisa, N. (2022). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Dropship Online Businesss Berbasis ECommerce. Prodi Ekonomi Syariah Tahun 2018 (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- [2] Dharma, B. et al. (2022). Penerapan E-Commerce Terhadap Kinerja dan Pelaku Bisnis dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*. 2(2):4055-4061.
- [3] Firamadhina, F.I.R. & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Social Work Journal*. 10(2):199-208.
- [4] Khasanah, U., & Herina. (2020). Membangun Karakter Siswa melalui Literasi Digital dalam Menghadapi Pendidikan Abad 21 (Revolusi Industri 4.0). *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*.
- [5] Limilia, P., & Aristi, N. (2019). Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*. 8(2): 205-222.
- [6] Nurjanah, E., Rusmana, A., & Yanto, A. (2017). Hubungan Literasi Digital Dengan Kualitas Penggunaan E-Resources. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*. 3(2):117-140.
- [7] Sasmito, Y. W. D., & Prestianto, B. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital dan Penerapan E-Commerce Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi dan Perpajakan (JEMAP)*, 4(1):145-162.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN