
PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK MENDORONG GENERASI MUDA MENJADI WIRAUSAHA BARU PADA SISWA SMA NEGRI 105 DI KELAPA DUA WETAN, JAKARTA TIMUR

Sari Puspitarini¹

^{1,2,3}Universitas Mercu Buana

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana

*e-mail: sari.puspita@mercubuana.ac.id

ABSTRACT

Electronic commerce or E-commerce or in Indonesian Electronic Commerce is all buying and selling activities carried out through electronic media. Therefore E-commerce activities include distributing, selling, purchasing, marketing products (goods and services), by utilizing telecommunications networks such as the internet, television, or other computer networks. Although the means include television and telephone, E-commerce is now more common via the internet. State Senior High School 105 is one of the secondary schools that educates its students in carrying out school activities, so that they are programmed and directed according to its mission "Fostering Student Independence Through Planned and Continuous Entrepreneurship Habituation and Self-Development Activities". For this reason, in this community service activity, students are expected to be able to utilize technology through e-commerce to be able to encourage and help students to recognize their potential so that it can be developed optimally. So far, SMA Negeri 105 students have used e-commerce. However, the students felt that they did not have the courage and were not able to determine and seize opportunities to do entrepreneurship. Therefore we are motivated to share knowledge through counseling programs to these students regarding the use of E-Commerce to encourage the younger generation to become new entrepreneurs as a provision for students in planning their business in the future.

Keywords: *E-commerce; Entrepreneurship, Motivation*

ABSTRAK

Electronic commerce atau *E-commerce* atau dalam bahasa Indonesia Perdagangan secara elektronik adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Oleh karenanya aktivitas *e-commerce* meliputi penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. Meskipun sarananya meliputi televisi dan telepon, kini *E-commerce* lebih sering terjadi melalui internet. Sekolah Menengah Atas Negeri 105 merupakan salah satu sekolah menengah yang mendidik siswanya dalam melaksanakan penyelenggaraan kegiatan sekolah, agar terprogram dan terarah sesuai dengan misinya "Membina Kemandirian Peserta Didik Melalui Kegiatan Pembiasaan Kewirausahaan dan Pengembangan Diri yang Terencana dan Berkesinambungan". Untuk itulah dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan siswa mampu melakukan pemanfaatan teknologi melalui *e-commerce* mampu mendorong dan membantu siswa untuk mengenali potensi dirinya sehingga dapat dikembangkan secara optimal. Siswa SMA Negeri 105 selama ini telah memanfaatkan *e-commerce*. Namun para siswa di rasa belum memiliki keberanian dan belum mampu dalam menentukan dan menangkap peluang untuk melakukan wirausaha. Oleh karena itu kami termotivasi untuk membagi pengetahuan melalui program penyuluhan kepada siswa-siswa ini mengenai pemanfaatan *e-Commerce* untuk mendorong generasi muda menjadi wirausaha baru sebagai bekal para siswa dalam merencanakan bisnisnya di masa mendatang.

Kata Kunci: *E-commerce, Kewirausahaan, Motivasi*

1. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Industri *e-commerce* berkembang sangat pesat di Indonesia belakangan ini. Bahkan, negara kita berada di puncak 10 negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Pada tahun 2018 sendiri, *e-commerce* di Indonesia memiliki pertumbuhan 78%. Dinilai dari statistik tersebut, *e-commerce* tentunya akan sangat menguntungkan, baik bagi yang sudah memiliki bisnis maupun yang baru akan memulai. Perkembangan industri *e-commerce* di Indonesia sangatlah pesat. Dengan banyaknya pelaku bisnis online. Kini siapapun dapat memulai bisnis *e-commerce* dengan mudah. Setidaknya ada tiga sarana yang bisa digunakan untuk berjualan secara daring, yaitu *marketplace online* (seperti Tokopedia dan Bukalapak), website sendiri, dan media sosial. Sosial media atau *marketplace* memang merupakan etalase online yang mudah digunakan.

Defnisi *e-commerce* menurut Harmayani et al. (2020) adalah penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, www, dan jaringan internet lainnya. *E-commerce* juga melibatkan transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, pertukaran data elektronik dan sistem pengumpulan data otomatis. Menurut Akbar & Alam (2020), *e-commerce* merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Transaksi bisnis yang terjadi di jaringan elektronik seperti internet. Setiap orang yang memiliki koneksi internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *e-commerce*. Sedangkan pengertian *e-commerce* menurut Riswandi (2019) adalah satu set dinamis ekonomi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan/jasa dan informasi yang di lakukan secara elektronik. Dari beberapa definisi *e-commerce* tersebut dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah sistem dalam melakukan jual beli barang maupun jasa melalui media elektronik yang memberikan kemudahan transaksi baik untuk penjual dan pembeli.

E-commerce juga merupakan suatu transaksi dagang yang dilakukan secara online antara pihak penyedia produk/barang (penjual) dengan pihak yang membutuhkan produk (pembeli). Masyarakat memanfaatkan sistem elektronik sebagai mediana seperti internet, komputer, handphone, web, blog dan lain sebagainya untuk mempromosikan atau memasarkan barang/jasanya. Dengan demikian adanya perdagangan elektronik dapat memudahkan para penjual dan pembeli untuk berkomunikasi pada saat melakukan transaksi jual beli secara online tanpa harus bertemu langsung. Jika didukung dengan prasarana yang memadai maka perdagangan elektronik merupakan alternatif dalam melakukan bisnis. Selain itu, *e-commerce* menjadi salah satu jalan untuk mengembangkan usaha-usaha kecil atau menengah dan salah satu cara untuk mengurangi angka pengangguran. Dengan berkurangnya angka pengangguran, maka semakin berkembangnya usaha kecil atau menengah, serta dapat menopang perekonomian masyarakat dimana dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat yang lebih baik dan sejahtera

Keberadaan generasi muda atau biasa juga disebut generasi milenial merupakan potensi besar dalam pengembangan ekonomi Indonesia. Generasi muda dapat memberikan harapan terhadap perkembangan ekonomi digital dimana ekonomi digital menggantungkan kepada inovasi dan kecerdikan melihat pasar baru yang belum ada sebelumnya. Generasi millennial merupakan generasi yang sangat fasih dalam dunia teknologi. Hal ini membuat mereka sulit dipisahkan dari perangkat teknologi seperti smartpone dan laptop, yang sudah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari. Hal ini menunjukkan anak-anak muda seharusnya bisa menangkap peluang inovasi digital dengan cermat. Keuntungan perdagangan elektronik atau *e-commerce* pada umumnya memberikan keuntungan bagi si penjual diantaranya adalah:

1. Dengan menggunakan kegiatan bisnis secara online, maka si penjual dapat menjangkau pelanggannya di seluruh dunia.
2. Memudahkan si penjual dalam memasarkan produknya melalui sistem elektronik.
3. Menghemat waktu, tempat dan biaya bagi si penjual dalam transaksi jual beli dengan konsumennya.

Oleh karena itu, pentingnya pengetahuan mengenai e-commerce dalam rencana usaha perlu di kembangkan untuk mendorong siswa sebagai bagian dari masyarakat yang memanfaatkan jaringan internet sebagai peluang usaha atau bisnis tertentu, dengan demikian siswa sebagai bagian dari masyarakat dapat menopang perekonomiannya.

Sekolah Menengah Atas Negeri 105 merupakan salah satu sekolah menengah yang mendidik siswanya dalam melaksanakan penyelenggaraan kegiatan sekolah, agar terprogram dan terarah sesuai dengan misinya “Membina Kemandirian Peserta Didik Melalui Kegiatan Pembiasaan Kewirausahaan dan Pengembangan Diri yang Terencana dan Berkesinambungan”. Siswa SMA Negeri 105 selama ini telah memanfaatkan e-commerce. Namun para siswa di rasa belum memiliki keberanian dan belum mampu dalam menentukan dan menangkap peluang untuk melakukan wirasausaha. Oleh karena itu kami termotivasi untuk membagi pengetahuan melalui program penyuluhan kepada siswa-siswa ini mengenai pemanfaatan *e-commerce* untuk mendorong generasi muda menjadi wirausaha baru sebagai bekal para siswa dalam merencanakan bisnisnya di masa mendatang

Berdasarkan analisis situasi tersebut maka perlu adanya suatu upaya untuk membantu siswa yang selama ini Siswa SMA Negeri 105 telah memanfaatkan *e-commerce* namun para siswa di rasa belum memiliki keberanian dan belum mampu dalam menentukan dan menangkap peluang untuk melakukan wirasausaha. Oleh karena itu kami termotivasi untuk membagi pengetahuan melalui program penyuluhan kepada siswa-siswa ini mengenai pemanfaatan *e-commerce* untuk mendorong generasi muda menjadi wirausaha baru sebagai bekal para siswa dalam merencanakan bisnisnya di masa mendatang.

1.2 Maksud dan Tujuan Kegiatan

Maksud dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengembangkan kemampuan dan memberdayakan masyarakat khususnya para siswa sekolah menengah tingkat atas dalam melakukan pemanfaatan teknologi melalui e-commerce agar mampu mendorong generasi muda menjadi wirausaha baru sebagai bekal para siswa dalam merencanakan bisnisnya di masa mendatang pada siswa-siswa SMA negeri 105 di Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur

1.3 Permasalahan Mitra

Berdasarkan uraian maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan dari rencana pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah bagaimana melakukan pemanfaatan teknologi melalui *e-commerce* yang tepat yang meliputi:

1. Bagaimana aktifitas dalam kegiatan *e-commerce*
2. Bagaimana pemanfaatan *e-commerce*
3. Bagaimana Menangkap peluang usaha yang ada pada *e-commerce*
4. Bagaimana Mendorong generasi muda menjadi wirausaha baru sebagai bekal para siswa dalam merencanakan bisnisnya di masa mendatang

1.4 Manfaat Kegiatan

Manfaat dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

- a. Meningkatkan pengetahuan mengenai *e-commerce* dalam kegiatan perdagangan
- b. Membantu program sesuai misi membina kemandirian peserta didik melalui kegiatan pembiasaan kewirausahaan dan pengembangan diri yang terencana dan berkesinambungan pada siswa-siswa SMA Negeri 105 di Jakarta Timur
- c. Memanfaatkan teknologi moderen dalam dalam menangkap peluang untuk memulai usaha pada siswa-siswa SMA Negeri 105 di Jakarta Timur

2. METODE

2.1 Metode Pelaksanaan

Program pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan kemampuan dan memberdayakan masyarakat khususnya para siswa sekolah menengah tingkat atas dalam melakukan pemanfaatan teknologi melalui *e-commerce* agar mampu mendorong generasi muda menjadi wirauusaha baru sebagai bekal para siswa dalam merencanakan bisnisnya di masa mendatang pada siswa-siswa SMA negeri 105 di Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan rincian sebagai berikut:

1. Pemberian materi mengenai pengertian e-commerce dan manfaatnya
2. Memberikan gambaran mengenai kegiatan dalam e-commerce untuk menggali ide-ide kreatif dan inovatif sehingga dapat menangkap peluang dan membuat rencana bisnis.

Dalam mengatasi permasalahan yang terjadi pada siswa mitra sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, maka dalam Program Kemitraan Masyarakat ini ditawarkan beberapa manfaat terkait dengan masalah pengetahuan, pemanfaatan teknologi moderen, menggali ide-ide kreatif dan inovatif, serta penentuan rencana bisnis yang dapat membantu dalam menyelesaikan masalah yang ada yaitu dengan melakukan metode penyuluhan serta bimbingan, kepada siswa SMA Negeri 105 di Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur.

Kegiatan Pelaksanaan Program pengabdian masyarakat ini terbagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap monitoring. Berikut adalah rincian tiap tahapan yang akan dilaksanakan:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan sebelum kegiatan dan disampaikan kepada kelompok mitra adalah :

- a. Penyusunan program kerja penyuluhan dan pendampingan
Penyusunan program penyuluhan dan program kerja pendampingan agar kegiatan yang dilaksanakan menjadi lebih teratur dan terarah. Program ini meliputi semua hal-hal yang bersifat teknis, manajerial dan penjadwalan (*time schedule*).
- b. Penyusunan modul.
Modul meliputi : Bahasan-bahasan atau topik-topik yang sesuai dengan materi yang akan di sampaikan.
- c. Persiapan sarana dan prasarana kegiatan.
Persiapan ini meliputi penyediaan sarana dan prasarana serta penyuluhan.
- d. Koordinasi lapangan.
Koordinasi lapangan akan dilakukan oleh tim antara lain tim di Kampus Kranggan- Bekasi.

2. Tahap Pelaksanaan

- a. Penyuluhan dengan Materi Pemanfaatan *e-commerce*
Penyuluhan bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan menjelaskan lebih rinci tentang Pemanfaatan e-commerce untuk mendorong generasi muda menjadi wirausaha baru .

- b. Kegiatan ini dihadiri oleh perwakilan dari pihak sekolah, tim pengabdian kepada masyarakat meliputi dosen dan mahasiswa Universitas Mercu Buana juga guru, dan siswa yang akan mengikuti program.

KERJASAMA KEGIATAN.

Pelaksanaan kegiatan bimbingan penyuluhan dan pembekalan bagi siswa dilakukan secara daring melalui Google meet dengan jaringan internet. Setelah pelaksanaan penyuluhan tersebut akan terus dilakukan pendampingan yang dirancang akan dilaksanakan selama 3 bulan sehingga nantinya para peserta didik dapat benar-benar dapat diarahkan pada kegiatan-kegiatan yang positif.

PESERTA.

Peserta penyuluhan dan pendampingan adalah para siswa SMA Negeri 105 di Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur. dan juga mahasiswa yang ikut berpartisipasi sebagai peserta dengan jumlah sebanyak 58 peserta.

INSTRUKTUR.

Narasumber (Instruktur) dalam penyuluhan adalah :

1. Sari Puspitarini, SE., MM (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB)
2. Andriyani, SE., MM (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB)
3. Bambang Tetukoaji, SE., MM (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB)
4. Andriansyah Bachtilla Putra, SE., MM (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB)

PROSES KEGIATAN

1. Pembukaan:

Kegiatan dimulai dengan acara seremonial: dibuka secara resmi oleh staf wakil dari kelurahan Kelapa Dua Wetan Jakarta Timur, serta sambutan dari Sekertaris Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Peserta diminta untuk mengisi formulir pendaftaran dan absensi kehadiran.

2. Penyampaian materi pelatihan oleh instruktur

- a. Sari Puspitarini, SE., MM (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana)
Materi : Pemanfaatan E-Commerce Untuk Mendorong Generasi Muda Menjadi Wirausaha Baru
- b. Andriyani (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana)
- c. Bambang Tetukoaji (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana)
- d. Andriansyah Bachtilla (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana)

3. Penutup

Sebelum penutup, instruktur menutup seluruh rangkaian acara dengan berdoa, lalu mengajak peserta didik untuk lebih menyadari dan paham akan materi-materi yang telah diberikan dan menjauhkan diri dari hal-hal negatif.

4. Tahap Evaluasi

Tahap monitoring dan evaluasi. Monitoring dilakukan secara intensif oleh tim pelaksana setiap kegiatan berlangsung untuk memastikan agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Evaluasi dilakukan sejalan dengan monitoring, sehingga jika ada kendala akan segera diselesaikan. Evaluasi dilakukan setiap tahap kegiatan, adapun rancangan evaluasi memuat uraian bagaimana dan kapan evaluasi akan dilakukan, kriteria, indikator pencapaian

tujuan, dan tolok ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan yang dilakukan. Memberikan penyuluhan dan bimbingan kepada mitra agar tetap terus menyadari pentingnya pemanfaatan e-commerce untuk mendorong generasi muda menjadi wirausaha baru sehingga dapat dijadikan dasar acuan dalam mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif sehingga dapat menangkap peluang bisnis.

Tolok ukur yang di gunakan untuk mengukur keberhasilan pelatihan, diukur dari sikap dan reaksi positif peserta yang mengikuti webinar pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu para siswa SMA Negeri 105 di Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur. dan juga mahasiswa yang ikut berpartisipasi pada kegiatan tersebut.

Sebagai hasil dari pelaksanaan kegiatan tersebut, yaitu sikap antusias dan ketertarikan para peserta selama mengikuti kegiatan tersebut dan pemahaman tentang pemanfaatan e-commerce dengan memanfaatkan jaringan internet yang selanjutnya di jadikan sebagai bekal bagi para peserta untuk menangkap peluang usaha dan merencanakan bisnisnya di masa mendatang.

2.2 Hasil Yang Diperoleh Setelah Pengabdian

Setelah mengikuti kegiatan pengabdian ini para peserta diharapkan mempunyai pemahaman dan peningkatan pengetahuan mengenai strategi yang akan di jalankan terkait pemanfaatan e-commerce untuk mendorong generasi muda menjadi wirausaha baru sehingga dapat dijadikan dasar acuan dalam mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif dalam menangkap peluang bisnis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan Pengabdian masyarakat ini berbentuk Bimbingan belajar dan penyuluhan bagi siswa kelas XII Sekolah Menengah Atas yang dilaksanakan pada tanggal 20 Februari 2021 Pukul 10.00 – 12.00 dengan hasil sebagai berikut:

1. Jumlah peserta bimbingan ditargetkan 25 orang adalah siswa sekolah menengah atas kelas XII, namun setelah dilakukan pendaftaran sebelum pelaksanaan kegiatan terdata 36 siswa dan para mahasiswa yang menyatakan bersedia mengikuti bimbingan ini sehingga total peserta seluruhnya berjumlah 58 orang. Hal ini menunjukkan minat dan antusias yang tinggi dari para peserta untuk mengikuti kegiatan ini.
2. Selama bimbingan dan pemaparan materi diberikan penjelasan dan contoh-contoh kasus untuk memperluas wawasan dan pengetahuan siswa
3. Setelah pelaksanaan bimbingan, peserta lebih memahami dan menyadari pentingnya memanfaatkan e-commerce sehingga dapat dijadikan dasar acuan dalam mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif sehingga dapat menangkap peluang bisnis.

3.2 Pembahasan dalam Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pada kegiatan yang telah kami lakukan dengan target yang kami pilih yaitu masyarakat /peserta usia sekolah khususnya kelas XII di lingkungan siswa SMA Negeri 105 Jakarta Timur Kelurahan Kelapa Dua Wetan. Dipilihnya kegiatan penyuluhan dan bimbingan sebagai kegiatan utama dalam pengabdian kepada masyarakat ini dikarenakan dapat menghasilkan manfaat:

a. Sarana pembelajaran

Para peserta lebih terbantu dengan adanya bimbingan materi yang diberikan sehingga menjadi sarana pembelajaran tambahan bagi peserta.

b. Pemanfaatan teknologi

Para siswa dapat mengetahui manfaat teknologi digital lebih jauh dan menjadi kebutuhan serta gaya hidup baru untuk mengembangkan usaha juga sebagai peluang usaha yang baik di era digital saat ini.

c. Sarana Motivasi

Para siswa yang mengikuti bimbingan ini merasa termotivasi dari materi-materi yang disampaikan.

Selanjutnya setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat selesai peserta di persilahkan untuk mengisi kuisisioner yang telah di siapkan panitia. Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bisa menanggapi instrumen kuesioner yang telah di sediakan oleh panitia dengan memilih menggunakan jawaban YA dan TIDAK. Dari keseluruhan peserta yang berjumlah 58 orang hanya 53 orang aja ang mengisi instrumen kuisisioner hal ini di sebabkan beberapa peserta telah keluar dari ruang tatap muka virtual saat kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung yang di sebabkan karena kendala perangkat maupun sinyal internet. Berikut merupakan hasil evaluasi terkait pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilaksanakan:

Tabel 1. Hasil Kuisisioner Tanggapan Peserta

Instrumen Kuisisioner	Ya	Tidak	Responden
Apakah materi webinar membuka wawasan pemikiran ?	53 Orang (100%)	0 Orang (0%)	53 orang
Apakah materi webinar menambah ilmu pengetahuan ?	53 orang (100%)	0 Orang (0%)	53 orang
Apakah waktu pelaksanaan webinar perlu diperpanjang ?	23 orang (43%)	30 orang (57 %)	53 orang

Dari data tanggapan peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada tabel 1 di atas bisa disimpulkan bahwa dari keseluruhan peserta yang memberikan tanggapan 100% menyatakan YA atau setuju bahwa materi webinar yang di sampaikan membuka wawasan pemikiran para peserta. Selain itu 100% peserta juga menyatakan YA atau setuju bahwa materi webinar yang di sampaikan menambah ilmu pengetahuan peserta. Selanjutnya 43% peserta menyatakan bahwa waktu pelaksanaan webinar perlu di perpanjang, sementara 57% peserta menyatakan bahwa waktu pelaksanaan webinar tidak perlu di tambah atau tidak perlu di perpanjang.

Selain pertanyaan kuisisioner diatas, panitia juga memberikan pertanyaan kuisisioner lainnya yang dapat di jawab oleh peserta sesuai dengan keinginan dan pendapat masing-masing peserta. Pertanyaan tersebut adalah “Materi apakah yang anda inginkan untuk webinar selanjutnya”. Dari pertanyaan tersebut hasil jawaban disimpulkan melalui 4 (empat) pengelompokan jawaban yang sejenis sehingga hasil evaluasi jawaban masing-masing peserta adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Kuisioner Jawaban Pendapat Peserta

Pertanyaan	Hasil	%
Materi mengenai Teknologi Digital, Daring dan Market Place	14 orang	26%
Materi mengenai Bisnis, Investasi dan Keuangan	22 Orang	42%
Materi mengenai Motivasi, pengembangan diri dan Kreativitas	11 Orang	21%
Materi mengenai apa saja	6 Orang	11%
Jumlah Responden	53	100%

Berdasarkan tabel 2 didapat hasil jawaban bahwa sebanyak 14 orang peserta atau sebesar 26% peserta menginginkan materi mengenai teknologi digital, daring dan *market place* untuk kegiatan webinar selanjutnya. Kemudian sebanyak 22 orang atau sebesar 42% peserta menginginkan materi mengenai bisnis, investasi dan keuangan untuk kegiatan webinar selanjutnya. Dan sebanyak 11 orang peserta atau sebesar 21% peserta menginginkan materi mengenai mottovasi, pengembangan diri dan kreativitas untuk kegiatan webinar selanjutnya. Sedangkan sebanyak 6 orang atau sebesar 11% peserta menyerahkan kepada panitia mengenai materi apa saja yang akan di berikan pada kegiatan webinar selanjutnya. Dari hasil tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar peserta sangat antusias untuk menambah wawasan dan ilmu mengenai teknologi yang berkembang pesat untuk mengembangkan bisnis dan investasi serta ingin terus berupaya untuk meningkatkan kreativitas.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dari bab-bab sebelumnya maka dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peserta dalam hal ini adalah siswa kelas XII SMA Negeri 105 Jakarta Timur di Kelurahan Kelapa Dua Wetan sangat antusias dan tertarik dalam menggali serta memperluas wawasan mengenai *e-commerce*. untuk mengembangkan usaha dan sebagai peluang usaha yang baik di era digital saat ini.
2. Dapat disimpulkan juga telah terjadi peningkatan pengetahuan peserta dalam memahami materi-materi yang diberikan dikarenakan penyampaian diberikan dalam situasi santai melalui daring.
3. Mampu membantu dalam siswa peserta usia sekolah dalam meningkatkan prestasi belajarnya. agar tetap terus menyadari pentingnya pemanfaatan *e-commerce* untuk mendorong generasi muda menjadi wirausaha baru sehingga dapat dijadikan dasar acuan dalam mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif sehingga dapat menangkap peluang bisnis..

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Rasa terimakasih kami sampaikan kepada Pimpinan dan segenap staf serta siswa-siswa SMA Negeri 105 di Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur sebagai partner dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Tak lupa, kami juga menyampaikan terimakasih kepada Dekan, Kepala Program Studi dan Sekertaris Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, segenap bapak-ibu dosen dan mahasiswa Universitas Mercu Buana Jatisampurna - Bekasi yang telah ikut terjun membantu dan mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Serta tak lupa ucapan terima kasih juga

kami sampaikan kepada bapak-ibu guru pendamping siswa-siswa peserta kegiatan ini sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana

REFERENSI

- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital. Yayasan Kita Menulis.
- Harmayani, et al. (2020). E-commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Riswandi, Dedi. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal CONETICA: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Bisnis. Vol 1 no. 1 Mei 2019. E-ISSN 2776-6403, P-ISSN: 2685-1016

Sumber Internet

- <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4100090/e-commerce-ini-dorong-generasi-milenial-jadi-wirausaha-baru>
- <https://sman105jkt.sch.id/services/visi-dan-misi/>
- <https://pressrelease.kontan.co.id/release/generasi-milenial-dan-perkembangan-e-commerce>
- <https://www.gdilab.com/read/513/generasi-millennial-tangkap-peluang-bisnis-di-era-digital/>
- https://kominfo.go.id/content/detail/16078/kominfo-ajak-mahasiswa-kembangkan-kewirausahaan-digital/0/berita_satker
- <https://money.kompas.com/read/2020/10/30/171231526/wamendag-ajak-generasi-muda-kembangkan-kreativitas-sebagai-wirausaha-milenial?page=all>
- <https://birokratmenulis.org/peluang-pemanfaatan-teknologi-informasi-generasi-milenial-untuk-indonesia-masa-depan/>