

SOSIALISASI PEMANFAATAN INTERNET SEBAGAI MEDIA ENTERPRENEUR BAGI SISWA/SISWI SMAN 1 NARMADA

Socialization of The Use of The Internet As An Entrepreneurial Medium For Students Of SMAN 1 Narmada

Sri Endang Anjarwani^[1], Royana Afwani^[1], I Gede Pasek Suta Wijaya^[1], Andy Hidayat Jatmika^[1], Moh. Ali Albar^[1]

^[1]Dept Informatics Engineering, Mataram University
Jl. Majapahit 62, Mataram, Lombok NTB, INDONESIA
Email: [endang, royana, gpsutawijaya, andy, mohalialbar]@unram.ac.id

Abstrak

SMA Negeri 1 Narmada merupakan salah satu sekolah tertua di Kabupaten Lombok Barat yang terakreditasi A. Teknologi informasi yaitu internet menjadi primadona baru dalam komunikasi antar manusia, dalam penggunaannya, internet menawarkan banyak manfaat dan kemudahan sebagai sumber informasi, menyediakan banyak informasi yang dapat diakses dengan mudah dan cepat. Dalam bisnis maupun investasi menjadikan sumber penghasilan bagi masyarakat. Pengguna e-commerce di Indonesia semakin meningkat dengan adanya internet.

Berdasarkan nilai-nilai positif dari penggunaan internet terutama munculnya website e-commerce diharapkan para siswa siswi SMAN 1 Narmada dapat memiliki jiwa enterpreneur dimulai dari mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan tambahan pengetahuan tentang internet, baik dari sisi teknologi maupun cara pemanfaatannya, memperkenalkan beberapa fasilitas maupun konten yang terdapat dalam internet dan memberikan tambahan pengetahuan dalam pemanfaatan untuk berbisnis.

Berdasarkan hasil pemantauan pada saat sosialisasi dan mengamati siswa yang mengakses internet, maka tim pengabdian masyarakat menemukan beberapa indikator yang positif, antara lain bahwa kegiatan mengakses internet telah terfasilitasi dengan baik oleh pihak sekolah serta selama sosialisasi peserta mengikuti dengan sangat antusias. Hal ini terlihat dari ketekunan mengikuti acara sampai selesai, banyak pertanyaan peserta, dan respon peserta terhadap materi yang disampaikan, bahkan beberapa siswa langsung mempraktekan membuat toko online dengan smartphone mereka.

Keywords: *Internet, Enterpreneur, E-Commrerce, dan Teknologi Informasi*

1. PENDAHULUAN

SMA Negeri 1 Narmada Lombok Barat berdiri pada tahun 1984, merupakan salah satu sekolah tertua di Kabupaten Lombok Barat. SMAN 1 Narmada terakreditasi A dengan status mutu sekolahnya adalah SBI (Sekolah Bertaraf Internasional). SMAN 1 Narmada saat ini sudah memiliki layanan internet sendiri yang murah dan cepat bagi siswa dan guru. Internet merupakan jaringan komunikasi dan informasi global yang berkembang sangat pesat yang bisa menyambungkan satu pengguna dengan pengguna lainnya di seluruh dunia. Penyediaan fasilitas internet oleh sekolah diharapkan sebagai media bagi siswa untuk mengupdate informasi dan pengetahuan dari seluruh dunia.

Sebagai dampak dari perkembangan dunia teknologi informasi, internet menjadi primadona baru dalam komunikasi antar manusia. Sejak diperkenalkan secara umum pada tahun 1982, internet secara perlahan namun pasti merambah seluruh bagian dunia termasuk Indonesia. Saat ini perkembangan internet di Indonesia telah mengalami kemajuan yang sangat pesat, mulai dari kalangan bisnis, masyarakat umum, dan pencari berita menjadikan internet sebagai media informasi dan komunikasi yang dapat diakses secara mudah dan cepat.

Dalam penggunaannya, internet menawarkan banyak manfaat dan kemudahan. Sebagai sumber informasi, internet menyediakan banyak informasi yang dapat diakses dengan mudah dan cepat. Sebagai sumber penghasilan, bisnis maupun investasi dapat juga dilakukan secara online di internet. Diantaranya melalui website e-commerce yang sering dijumpai oleh netizen.

Dewasa ini, pasar e-commerce menjadi tambang emas yang sangat menggoda bagi sebagian orang yang bisa melihat potensi ke depannya. Pertumbuhan ini didukung dengan data dari Menkominfo yang menyebutkan bahwa nilai transaksi e-commerce pada tahun 2013 mencapai angka Rp130 triliun [1] dan meningkat pada tahun

2022 mencapai Rp 489 Triliun [2] Ini merupakan angka yang sangat fantastis mengingat bahwa hanya sekitar 7% dari pengguna internet di Indonesia yang pernah belanja secara online, ini berdasarkan data dari McKinsey[3]. Dibandingkan dengan China yang sudah mencapai 30% [3], Indonesia memang masih tertinggal jauh, tapi perlu diingat bahwa jumlah ini tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02% [4], seiring dengan bertumbuhnya penggunaan *smartphone*, penetrasi internet di Indonesia, penggunaan kartu debit dan kredit, dan tingkat kepercayaan konsumen untuk berbelanja secara online. Jika kita melihat Indonesia sebagai Negara kepulauan yang sangat luas, *e-commerce* adalah pasar yang berpotensi tumbuh besar di Indonesia.

Disamping jumlah penggunaan internet yang semakin bertambah dan semakin berkembangnya jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia, jumlah pengangguran juga semakin bertambah. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah angkatan kerja di Indonesia mencapai 121,87 juta orang, yang meningkat dari Agustus tahun 2013 sebesar 120,17 juta orang. Tetapi peningkatan ini juga terjadi pada tingkat pengangguran terbuka Februari hingga Agustus 2014 sebesar 5,70% naik 5,94%. Sepanjang bulan Februari hingga Agustus 2014, jumlah pengangguran di Indonesia bertambah 0,09 juta orang dari 7,15 juta orang meningkat 7,24 juta orang [5]. Dengan jumlah ini, tingkat ini diprediksi akan bertambah karena pertumbuhan ekonomi yang melambat di 5,01%. Jumlah estimasi pekerja yang didukung oleh *e-commerce*, pada tahun 2022 berdasarkan data BPS mencapai 2,287 usaha daring yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia [6].

Disini peran Internet sangat diperlukan dalam mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Dengan internet, para siswa/mahasiswa dapat mengembangkan kreatifitasnya dan menjualnya melalui internet. Sehingga melalui media internet tersebut, dapat menimbulkan jiwa *entrepreneur* sehingga dapat digunakan dikemudian hari agar tidak para siswa/mahasiswa dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru dan dapat mengurangi pengangguran.

Dengan kondisi seperti di atas SMA Negeri 1 Narmada yang sudah memiliki layanan internet murah dan cepat perlu memberikan pemahaman tentang penggunaan internet sebagai media *entrepreneurship* melalui diskusi dan demonstrasi kepada siswa untuk dapat melakukan hal tersebut. Selain itu juga bisa dimasukkan kedalam Kurikulum yang dapat menyesuaikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta menumbuhkan jiwa *entrepreneur* yang dimiliki oleh setiap siswa.

1.1 Permasalahan

Berdasarkan nilai-nilai positif yang muncul akibat penggunaan internet terutama munculnya website *e-commerce* diatas diharapkan para siswa siswi SMUN 1 Narmada dapat memiliki jiwa *entrepreneur* dimulai dari mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Adapun materi yang dapat diberikan yaitu penggunaan internet untuk membuka toko secara online, manfaat apa saja yang bisa diperoleh dengan membuka toko *online*, resiko dan bahaya pembuatan toko *online* dan beberapa tips untuk melakukan jual beli secara *online*. Penggunaan internet untuk berjualan *online* berdampak positif untuk menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* seorang siswa

1.2 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari kegiatan ini adalah :

- Memberikan tambahan pengetahuan tentang internet, baik dari sisi teknologi maupun cara pemanfaatannya.
- Memperkenalkan beberapa fasilitas maupun konten yang terdapat dalam internet.
- Memberikan tambahan pengetahuan kepada guru dan siswa tentang internet yang dapat dimanfaatkan untuk berbisnis.

Manfaat Kegiatan

Diharapkan dari kegiatan ini, maka :

- Bagi siswa selaku remaja dalam memanfaatkan internet dapat menumbuhkan jiwa *entrepreneur* yang berguna untuk tidak menimbulkan ketergantungan kepada orang lain. Namun dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri.
- Bagi guru selaku pendidik dan orang tua dapat mengetahui hal-hal yang berdampak positif untuk para siswa atau remaja dan anak menggunakan internet dan dapat mengembangkan menjadi media untuk mencari uang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengenalan Internet

Berbagai definisi dikemukakan oleh para ahli dan teknisi yang terlibat di dalam dunia internet, beberapa definisi harus berkembang sejalan dengan perubahan jaman dan berbagai aspek kehidupan. Tetapi untuk mempermudah pemahaman dan gambaran mengenai internet, berikut dikemukakan beberapa definisi internet.

Secara teknis, internet didefinisikan sebagai dua komputer atau lebih yang saling berhubungan membentuk jaringan komputer hingga meliputi jutaan komputer di dunia (internasional), yang saling berinteraksi dan bertukar informasi. Internet merupakan jaringan global yang terdiri dari berbagai komputer yang saling berhubungan dan bekerjasama dengan cara berbagai informasi dan data menggunakan protocol TCP/IP. Jadi pada dasarnya internet merupakan suatu jaringan yang menghubungkan beberapa PC di seluruh dunia dengan menggunakan protokol TCP/IP sebagai standar jaringan, sehingga PC atau jaringan yang tidak menggunakan TCP/IP sebagai standar tidak bisa melakukan koneksi ke internet.

Sementara dari sisi pandang ilmu pengetahuan, internet dapat dianalogikan sebagai sebuah perpustakaan besar yang didalamnya terdapat jutaan (bahkan milyaran) informasi atau data yang dapat berupa *text, image, video, audio*, grafik, animasi, dan lain-lain dalam bentuk media elektronik. Internet merupakan sebuah jaringan komunikasi dan informasi global. Banyak manfaat yang bisa didapat hanya bermodalkan kemampuan dan kemauan menggunakan Internet. Misalnya, berkorespondensi dengan rekan, relasi, sahabat dan handai taulan kitadi seluruh penjuru Indonesia bahkan dunia dengan mudah, murah dan cepat. Kita jugabisa leluasa mendapatkan data dan informasi untuk membantu tugas sekolah/kampus atau pekerjaan, mendapatkan informasi/berita nasional maupun manca negara, mencari pekerjaan ataupun beasiswa, mengumpulkan resep masakan hingga kiat berumah-tangga, memperluas jaringan pertemanan dan bisnis, bahkan termasuk menggali ilmu tentang kesehatan dan agama sekalipun (www.ictwatch.com).

Internet pertama kali dikembangkan oleh ARPANET (*Advanced Research Project Agency*) untuk keperluan militer pada tahun 1969. Pada konsepnya sebenarnya internet merupakan suatu jaringan, yang mana suatu paket informasi dapat dikirim dari suatu komputer ke komputer yang lain. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah pemindahan berbagai data penting apabila terjadi perang.

Untuk memasang Internet di rumah, modal / syarat yang paling sederhana adalah harus ada saluran telepon dan tentu saja komputer atau laptop. Komputer atau laptop tersebut harus dilengkapi dengan perangkat keras **modem dial-up** dan perangkat lunak **browser**. Fungsi modem adalah menghubungkan komputer ke *Internet Service Provider* (ISP) melalui kabel telepon. Fungsi browser adalah media untuk mencari, mengakses dan mengunduh (menyimpan ke dalam komputer) konten atau informasi di berbagai situs Internet.

Adapun ISP merupakan penyedia jasa saluran / sambungan ke Internet. Secara umum, mendaftarkan diri terlebih dahulu ke kantor layanan ISP terdekat..Daftar ISP se-Indonesia dapat diperoleh di situs Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (www.apjii.or.id).

Sedangkan, beberapa layanan populer di internet yang menggunakan protokol di atas, ialah email/surat elektronik, Usenet, Newsgroup, perkongsian file (File Sharing), WWW (World Wide Web), Gopher, akses sesi (Session Access), WAIS, finger, IRC, MUD, dan MUSH. Di antara semua ini, email/surat elektronik dan World Wide Web lebih kerap digunakan, dan lebih banyak servis yang dibangun berdasarkan, seperti milis (Mailing List) dan Weblog. Internet memungkinkan adanya servis terkini (*real-time service*), seperti web radio, dan webcast, yang dapat diakses di seluruh dunia. Selain itu, melalui internet dimungkinkan untuk berkomunikasi secara langsung antara dua pengguna atau lebih melalui program pengirim pesan instan seperti Camfrog, Yahoo! Messenger, MSN Messenger dan Windows Live Messenger.

2.2 Dampak Internet dan E Commerce

Bertambahnya jumlah pengguna akses internet tersebut memang sangat wajar sekali, saat ini internet bukan hanya digunakan sebagai sarana komunikasi atau pun sarana mencari informasi saja, tetapi juga telah digunakan sebagai sarana untuk mencari uang. Sarana mencari uang tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan web *e-commerce*. Menurut Laudon & Laudon (1998), E-Commerce adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis.

E-Commerce atau yang biasa disebut juga dengan istilah Ecom atau Emmerce atau EC merupakan pertukaran bisnis yang rutin dengan menggunakan transmisi *Electronic Data Interchange* (EDI), *email, electronic bulletin boards*, mesin faksimili, dan *Electronic Funds Transfer* yang berkenaan dengan transaksi-transaksi belanja di *Internet shopping*. Stock online dan surat obligasi, unduh dan penjualan software, dokumen, grafik, musik, dan lain-lainnya, serta transaksi *Business to Business* (B2B). Sedangkan definisi *E-Commerce* menurut David Baum (1999, pp. 36-34) yaitu *E-Commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik[7].

Kegiatan *E-Commerce* mencakup banyak hal, untuk membedakannya *E-Commerce* dibedakan menjadi 2 berdasarkan karakteristiknya :

a. Business to Business, karakteristiknya :

1. *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama.
 2. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
 3. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
 4. Model yang umum digunakan adalah peer to peer, di mana processing intelligence dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.
- b. *Business to Consumer*, karakteristiknya:
1. Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarluaskan secara umum pula.
 2. Servis yang digunakan juga bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh orang banyak.
 3. Servis yang digunakan berdasarkan permintaan.
 4. Sering dilakukan sistem pendekatan client-server.

Dari segi tujuan, suatu perusahaan yang menggunakan sistem *E-Commerce* dapat lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan keuntungannya. Sedangkan manfaat dalam menggunakan *E-Commerce* dalam suatu perusahaan sebagai sistem transaksi adalah:

- a. Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar).
Transaksi on-line yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer dan tidak terbatas jarak dan waktu.
- b. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*).
Transaksi *E-Commerce* adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti *showroom*, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi.
- c. Melebarkan jangkauan (*global reach*).
Transaksi *online* yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.
- d. Meningkatkan *customer loyalty*.
Ini disebabkan karena sistem transaksi *E-Commerce* menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan.
- e. Meningkatkan *supply management*.
Transaksi *E-Commerce* menyebabkan pengefisienan biaya operasional pada perusahaan terutama pada jumlah karyawan dan jumlah stok barang yang tersedia sehingga untuk lebih menyempurnakan pengefisienan biaya tersebut maka sistem *supply management* yang baik harus ditingkatkan.
- f. Memperpendek waktu produksi.
Pada suatu perusahaan yang terdiri dari berbagai divisi atau sebuah distributor di mana dalam pemesanan bahan baku atau produk yang akan dijual apabila kehabisan barang dapat memesannya setiap waktu karena online serta akan lebih cepat dan teratur karena semuanya secara langsung terprogram dalam komputer.

Dari segi ancaman, *e-commerce* juga memiliki ancaman yang harus diketahui. Ancaman tersebut merupakan kemungkinan-kemungkinan munculnya kejadian yang dapat membahayakan asset-aset yang berharga. Ada beberapa bentuk ancaman yang mungkin terjadi:

- a. *System Penetration*
Orang-orang yang tidak berhak melakukan akses ke sistem komputer dapat dan diperbolehkan melakukan segala sesuatu sesuai dengan keinginannya.
- b. *Authorization Violation*
Pelanggaran atau penyalahgunaan wewenang legal yang dimiliki seseorang yang berhak mengakses sebuah sistem.
- c. *Planting*
Memasukkan sesuatu ke dalam sebuah sistem yang dianggap legal tetapi belum tentu legal di masa yang akan datang.
- d. *Communications Monitoring*
Seseorang dapat memantau semua informasi rahasia dengan melakukan monitoring komunikasi sederhana di sebuah tempat pada jaringan komunikasi.
- e. *Communications Tampering*
Segala hal yang membahayakan kerahasiaan informasi seseorang tanpa melakukan penetrasi, seperti mengubah informasi transaksi di tengah jalan atau membuat sistem server palsu yang dapat menipu banyak orang untuk memberikan informasi rahasia mereka secara sukarela.
- f. *Denial of service*

Menghalangi seseorang dalam mengakses informasi, sumber, dan fasilitas-fasilitas lainnya.

g. *Repudiation*

Penolakan terhadap sebuah aktivitas transaksi atau sebuah komunikasi baik secara sengaja maupun tidak disengaja.

Pemanfaatan website *e-commerce* diatas diharapkan dapat menumbuhkan jiwa *enterpreneur* pada siswa siswi sekolah yang bersangkutan.

2.3 *Entrepreneur*

Pengertian *entrepreneur* disini adalah orang yang melakukan aktivitas wirausaha dicirikan dengan pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia *entrepreneur* didefinisikan [8]:

"Sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menyusun cara baru dalam berproduksi, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya."

Seorang *entrepreneur* harus memiliki kemampuan untuk berfikir kreatif serta imajinatif ketika ada sebuah peluang usaha dan bisnis baru. Namun disamping itu seorang *entrepreneur* harus dapat memberdayakan dirinya untuk kebaikan sekitarnya, bukan orang yang memanfaatkan sekitarnya untuk kepentingan dirinya. *Entrepreneur* mempunyai kelebihan yang dimiliki. Kelebihan Menjadi seorang *entrepreneur* yaitu :

- a. Memiliki kesempatan untuk dapat mewujudkan cita-cita.
- b. Memiliki kesempatan untuk menciptakan perubahan.
- c. Agar mencapai potensi penuh yang belum pernah dikembangkan oleh diri sendiri.
- d. Agar mendapatkan keuntungan yang dapat mencegah pengangguran.
- e. Memberikan kontribusi kepada masyarakat dan mendapatkan pengakuan untuk usaha yang telah dibuat.
- f. Agar dapat melakukan apa yang disukai (hobi) dan dapat memanfaatkan hasilnya untuk kebaikan.

3. METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

3.1 Metode Pendekatan

Untuk dapat menanamkan jiwa *enterpreneur* yang dilakukan dengan menggunakan media internet diperlukan pembahasan yang diberikan agar internet dapat digunakan secara aman, nyaman, dan bertanggung jawab. Selain itu peran guru di sekolah sangat membantu dalam penggunaan internet dan pengawasan orang tua selama di luar sekolah. Untuk itu diperlukan adanya pencerahan mengenai bagaimana menumbuhkan jiwa *enterpreneurship* dengan menggunakan media internet dalam bentuk sosialisasi.

Kegiatan dalam sosialisasi mencakup pengenalan teknologi informasi dan komunikasi secara ringkas, memberi pengetahuan tentang dampak positif internet yang sangat banyak di berbagai sektor kehidupan masyarakat yaitu baik untuk e-bisnis, e-banking, e-government, e-health maupun e-education dan lain sebagainya, peningkatan efisiensi apabila menggunakan internet dan hubungannya dengan akuntabilitas, serta menjelaskan bagaimana penggunaan website *e-commerce* untuk mendukung mencari penghasilan misalnya dengan melakukan jualan online dan membangun sebuah toko secara online.

3.2 Pemecahan Masalah

Berdasarkan kerangka pemecahan masalah yang telah dirumuskan, maka kegiatan sosialisasi dan bimbingan dilaksanakan dengan tahapan persiapan, metode dan pelaksanaan kegiatan.

3.2.1 Persiapan Kegiatan

Untuk dapat melaksanakan kegiatan ini, tim terlebih dahulu berkirim surat untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Berikutnya berkoordinasi untuk mendapatkan ijin kegiatan dimaksud dan menentukan waktu serta metode kegiatan. Kemudian tim menghubungi pihak SMAN 1 Narmada untuk menentukan jadwal pelaksanaan sosialisasi. Setelah berdiskusi dan dikomunikasikan dengan kepala sekolah dan Wakil Kepala Sekolah, maka ditetapkan waktu pelaksanaan kegiatan yaitu pada hari Sabtu tanggal 7 Nopember 2015. Persiapan lainnya adalah diskusi dengan tim pengabdian untuk menentukan tugas tim dan membuat bahan presentasi.

3.2.2 Metode kegiatan

Kegiatan dilaksanakan dengan memberikan sosialisasi dan diskusi tentang sosialisasi pemanfaatan internet sebagai media *enterpreneur* bagi siswa/siswi sman 1 narmada. Adapun peralatan yang diperlukan:

- a. Beberapa perangkat komputer yang terhubung dengan internet;

- b. LCD projector; dan
- c. Materi sosialisasi berupa profil Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Mataram
- d. Materi Portal TokoPedia sebagai tempat jual beli online, dan langkah-langkah pembuatannya sebagai pemilik toko.

3.2.3 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan sosialisasi berlangsung pada pada hari Sabtu tanggal 7 Nopember 2015 bertempat SMAN 1 Narmada di Jl. Suranadi 51, Lombok Barat. Sebelum memulai sosialisasi tim terlebih dahulu berdiskusi dengan Kepala Sekolah SMAN 1 Narmadatentang berbagai hal yang berhubungan dengan teknologi informasi yang digunakan oleh pihak sekolah. Setelah itu sosialisasi dilaksanakan yang diikuti oleh guru dan siswa sebanyak 40 siswa, kelas XI MSI 2.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Kegiatan

Sosialisasi dimulai dengan pemaparan sekilas tentang Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Mataram kemudian materi tentang Teknologi Informasi, Portal TokoPedia sebagai tempat jual beli online, dan langkah-langkah pembuatannya sebagai pemilik took. Peserta sangat antusias mengikuti sosialisasi terlihat dari ketekunan mengikuti presentasi dan banyaknya pertanyaan yang dilontarkan, baik mengenai teknologi informasi Portal TokoPedia sebagai tempat jual beli online, langkah-langkah pembuatannya sebagai pemilik toko maupun yang terkait dengan perkuliahan di Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Mataram.



Gambar 1. Pembukaan kegiatan dan Penyampaian Sosialisasi Program Studi Teknik Informatika



Gambar 2. Penyampaian Materi Sosialisasi enterpreneur dengan menggunakan portal tokopedia dan Pemanfaatan Internet Sebagai Media Enterpreneur



Gambar 3. Suasana diskusi Materi enterpreuneur dengan menggunakan portal tokopedia

4.2 Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan ini adalah para remaja, khususnya siswa SMAN 1 Narmada sebagai pengguna internet dan beberapa guru (sekaligus selaku orang tua di rumah) dalam mendidik, membimbing, dan mengawasi siswa di sekolah dan putra putrinya di rumah dalam memanfaatkan internet.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil pemantauan pada saat sosialisasi dan mengamati siswa lain yang sedang mengakses internet, maka tim pengabdian masyarakat menemukan beberapa indikator yang positif, antara lain bahwa kegiatan mengakses internet telah terfasilitasi dengan baik oleh pihak sekolah serta selama sosialisasi peserta mengikuti dengan sangat antusias. Hal ini terlihat antara lain dari ketekunan mengikuti acara sampai selesai, banyak pertanyaan peserta, dan respon peserta terhadap materi yang disampaikan, bahkan ada beberapa siswa yang langsung mempraktekan membuat *took* online dengan perangkat *smartphone* mereka.

Di samping itu, yang paling penting adalah adanya respon yang positif dari pihak pimpinan sekolah untuk menjalin kerjasama dan komunikasi untuk tindak lanjut kegiatan serupa atau bahkan kegiatan lainnya. Demikian pula minat siswa dan guru untuk siswanya bisa masuk Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Mataram sangat tinggi. Oleh karena itu, tim berpendapat bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini telah memperlihatkan hasil yang memuaskan.

4.4 Faktor Pendukung

Beberapa faktor pendukung keberhasilan kegiatan ini, antara lain;

- Motivasi dan kerja keras tim untuk melaksanakan kegiatan dengan baik.
- Dukungan dari pihak Program Studi Teknik Informatika maupun Fakultas Teknik Universitas Mataram dalam hal penyediaan dana dan materi pendukung.
- Kerjasama yang baik dengan pihak SMAN 1 Narmada, yang telah terjalin dengan baik dan dukungan dari pimpinan sekolah.
- Antusiasme dan partisipasi aktif seluruh peserta sosialisasi dalam mengikuti pemaparan dan diskusi yang dipandu oleh tim pengabdian kepada masyarakat.

4.5 Pelaksanaan Evaluasi

Evaluasi kegiatan telah dilaksanakan pada saat pelaksanaan kegiatan untuk melihat respon pimpinan sekolah dan partisipasi peserta. Pengamatan juga dilakukan dengan meninjau langsung akses internet (melalui *wireless* atau *wifi*) untuk memantau siswa yang sedang mengakses internet. Sedang untuk melihat perubahan pola penggunaan internet pada siswa dilakukan melalui tanya jawab dan berkomunikasi dengan pembina kesiswaan maupun guru pembina IT.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan dan evaluasi yang telah dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat berjalan dengan baik dan telah memperlihatkan indikator keberhasilan
2. Beberapa indikator keberhasilan yang dicapai antara lain komunikasi yang baik antara pihak sekolah dan tim pengabdian, antusiasme peserta sosialisasi untuk memiliki *took* online, dan motivasi yang ditunjukkan oleh peserta dan non-peserta untuk mempelajari IT dan menggali sumber-sumber informasi melalui internet.

5.2 Saran

Untuk optimalisasi hasil pengabdian, maka perlu diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Perlu tindak lanjut yang lebih serius, baik dari pihak sekolah maupun pihak universitas untuk memformulasi bentuk kerjasama yang formal dan lebih serius, agar kegiatan ini tidak hanya dilaksanakan secara insidental
2. Agar hasil dari kegiatan ini dapat dievaluasi secara intensif, maka diperlukan partisipasi aktif peserta maupun guru pembina untuk berkomunikasi dengan tim, melalui media telepon, email, atau kunjungan lapangan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan tim ucapkan banyak terimakasih kepada ketua program studi teknik infomratika yang telah mendukung kegiatan pengabdian kepada msasyarakat dan kepada pihak Kepala Sekolah SMAN 1 Narmada yang berkenan meneriam tim pengabdian dengan baik dan kesediaan memberikan ijin kegiatan ini hingga dapat terlaksana dengan lancar serta antusiame dari siswa selama mengikti kegiatan sosialisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] KomInfo. “Data Pengguna Internet Indonesia”. 23 April 2015.
http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker#.VThpdJN6N-4
- [2] TribunJateng.com. “Transaksi ECommerce 2022 Mencapai Rp 489 Triliun, Tahun Ini Diprediksi Naik 12 Persen”, 24 Pebruari 2023, <https://jateng.tribunnews.com/2023/01/23/transaksi-ecommerce-2022-mencapai-rp-489-triliun-tahun-ini-diprediksi-naik-12-persen>.
- [3] StartUp Bisnis. “Data Statistik Pertumbuhan Pangsa Pasar E-Commerce di Indonesia”. 23 April 2015.
<http://startupbisnis.com/data-statistik-mengenai-pertumbuhan-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini/>
- [4] Dimas Bayu , Data Pengguna Internet Indonesia, 24 Pebruari 2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>.
- [5] Nasional. “Data Pengangguran Indonesia”. 23 April 2015. <http://nasional.kontan.co.id/news/724-juta-orang-indonesia-adalah-pengangguran/>
- [6] Dimas Bayu, Persentase usaha E-commerce di Indonesia, DataIndoseia.id, 24 Pebruari 2023
- [7] Purbo, Onno W., Arif. W, Aang. Mengenal E-Commerce, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001.
- [8] Farid Nasrullah. “Entrepreneur”. 23 April 2015. <http://cahayaentrepreneur.blogspot.com/2012/10/pengertian-entrepreneur.html>