

MENINGKATKAN LITERASI KONSUMSI DIGITAL PELAJAR MELALUI SOSIALISASI E-COMMERCE

IMPROVING STUDENTS' DIGITAL CONSUMPTION LITERACY THROUGH E- COMMERCE SOCIALIZATION

¹Salsa Billah Fauzan, ²Sri Maemunah, ³Sayyid Al-bantani, ⁴Dea Pradana Aprianto

^{1,2,3,4}Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang Kota Serang

Jl. Raya Jakarta Km 5 No.6, Kalodran, Kec. Walantaka, Kota Serang, Banten 42183

email : ¹salsabillahfauzan@gmail.com ; ²srimaemunah49@gmail.com ; ³albantanisayyid05@gmail.com

⁴deaperdana044@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, termasuk pelajar. Namun, masih rendahnya pemahaman pelajar mengenai konsumsi digital yang cerdas dan aman menjadi permasalahan yang perlu segera diatasi. Mitra kegiatan ini adalah siswa SMK di wilayah Serang yang belum memiliki pemahaman memadai mengenai literasi konsumsi digital dan pemanfaatan e-commerce secara bijak. Tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan literasi konsumsi digital pelajar melalui kegiatan sosialisasi yang interaktif dan aplikatif mengenai penggunaan e-commerce. Metode pengabdian dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan kegiatan berupa pemaparan materi, diskusi, dan simulasi praktik penggunaan e-commerce. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep literasi konsumsi digital, kesadaran terhadap hak dan kewajiban konsumen, serta kemampuan mengidentifikasi praktik transaksi daring yang aman dan etis. Kesimpulan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif melalui sosialisasi mampu meningkatkan literasi konsumsi digital secara signifikan. Disarankan agar kegiatan serupa dapat dilakukan secara berkelanjutan dan diperluas cakupannya ke lebih banyak institusi pendidikan.

Kata Kunci : konsumsi digital, pelajar, e-commerce, sosialisasi

ABSTRACT

The advancement of digital technology has significantly transformed consumption patterns in society, including among students. However, the lack of understanding among students regarding smart and safe digital consumption remains a pressing issue. The target group of this community service activity was vocational high school (SMK) students in the Serang area who have not yet developed sufficient understanding of digital consumption literacy and the wise use of e-commerce. The objective of this program was to improve students' digital consumption literacy through interactive and practical socialization activities focused on the use of e-commerce. The method employed was a participatory approach involving presentations, discussions, and simulations of e-commerce usage. The results showed an increase in students' understanding of digital consumption literacy concepts, awareness of consumer rights and responsibilities, and the ability to identify safe and ethical online transaction practices. The conclusion drawn from this activity is that an educational approach through socialization can significantly enhance digital consumption literacy. It is recommended that similar initiatives be carried out continuously and expanded to reach more educational institutions.

Keywords : digital consumption, students, e-commerce, socialization

I. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) semakin meluas dan menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan pelajar. Literasi digital menjadi kemampuan yang sangat krusial untuk dimiliki oleh pelajar agar mereka dapat mengakses, memahami, mengevaluasi, serta menggunakan informasi secara tepat dan bijak dalam lingkungan digital (Yuliani & Adit, 2022). Literasi digital tidak hanya melibatkan kemampuan teknis menggunakan

perangkat digital, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis serta mengelola informasi yang diperoleh dari berbagai sumber digital (A'yuni, 2015).

Dengan perkembangan e-commerce yang pesat, muncul kecenderungan pola konsumsi yang berubah, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa. E-commerce menawarkan kemudahan akses, berbagai pilihan produk, serta promosi menarik yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pelajar. Studi menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan transaksi, pengaruh teman sebaya, tren sosial, serta promosi dan diskon menjadi pendorong utama peningkatan perilaku konsumtif akibat penggunaan e-commerce (Somsom dkk., 2024). Kondisi ini mendorong perlunya peningkatan literasi konsumsi digital agar pelajar dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Sosialisasi mengenai e-commerce dapat menjadi salah satu upaya strategis untuk meningkatkan literasi konsumsi digital pelajar. Melalui sosialisasi, pelajar dapat memahami konsep dasar e-commerce, manfaat, serta risiko yang mungkin timbul dari perilaku konsumtif yang tidak terkendali (Setiawan dkk., 2024). Dengan demikian, literasi konsumsi digital dapat memperkuat pemahaman pelajar untuk menggunakan teknologi dan platform digital secara bertanggung jawab serta meningkatkan kesadaran terhadap pengelolaan keuangan yang sehat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi konsumsi digital pelajar melalui sosialisasi e-commerce, dengan harapan dapat mengurangi kebiasaan konsumtif yang tidak sehat di kalangan pelajar SMK Informatika Kota Serang.

II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di salah satu sekolah menengah kejuruan (SMK) yang berada di Kota Serang, Provinsi Banten. Waktu pelaksanaan berlangsung selama satu hari, yaitu pada tanggal 2 Mei 2025. Kegiatan ini dilakukan secara luring di lab sekolah dengan melibatkan 21 siswa dari kelas X dan XI sebagai subjek pengabdian. Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode sosialisasi. Sosialisasi dilakukan dalam bentuk penyuluhan yang menyampaikan materi mengenai konsep dasar literasi konsumsi digital, manfaat dan risiko penggunaan e-commerce, serta cara menjadi konsumen digital yang cerdas dan bertanggung jawab. Instrumen yang digunakan dalam kegiatan ini antara lain media presentasi (PowerPoint) dan kuesioner yang disusun untuk mengukur tingkat pemahaman

siswa sesudah kegiatan berlangsung. Prosedur pelaksanaan dimulai dari tahap persiapan (koordinasi dengan sekolah, penyusunan materi, dan pembuatan instrumen), pelaksanaan kegiatan (penyuluhan dan pelatihan), hingga evaluasi akhir untuk mengetahui keberhasilan kegiatan. Seluruh kegiatan dilakukan dengan pendekatan partisipatif, di mana siswa tidak hanya menerima materi tetapi juga aktif berdiskusi dan bertanya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi interaktif mengenai literasi konsumsi digital melalui e-commerce yang melibatkan 21 siswa kelas X dan XI dari SMKS Informatika Kota Serang. Sosialisasi dirancang dengan pendekatan edukatif dan partisipatif yang terdiri atas pemaparan materi dan studi kasus. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman dasar kepada pelajar tentang bagaimana menjadi konsumen digital yang cerdas, kritis, dan bertanggung jawab. Untuk mengetahui sejauh mana kegiatan ini memberikan dampak terhadap peserta, dilakukan penyebaran kuesioner evaluasi di akhir kegiatan. Kuesioner terdiri atas 6 item pertanyaan. Adapun aspek-aspek yang dinilai dan persentase siswa yang menjawab “sangat setuju” dan “setuju” terlihat gambar 1 sebagai berikut:

aspek yang dinilai	presentase siswa yang menjawab "sangat setuju" dan "setuju"
pemahaman materi	100%
dampak negatif belanja online berlebihan	100%
kesadaran perilaku konsumtif	76,2%
keinginan siswa untuk lebih bijak dalam berbelanja online	95,2%
keinginan siswa melakukan praktik pencatatan pengeluaran sendiri	90,5%
kebermanfaatan terhadap materi yang disampaikan	100%

Gambar 1. Hasil kuesioner

Gambar 1 berikut adalah hasil dari kuesioner yang dibagikan kepada siswa setelah sosialisasi. Dari data yang diperoleh, dapat dilihat bahwa pemahaman siswa terhadap materi mencapai angka maksimal (100%). Hal ini menunjukkan bahwa metode penyampaian yang digunakan berhasil menjangkau dan dipahami oleh seluruh peserta. Materi yang disampaikan dinilai relevan dan sesuai dengan realitas yang mereka hadapi sebagai pelajar yang akrab dengan teknologi dan belanja daring. Hal serupa juga tampak pada pemahaman mereka terhadap dampak negatif dari belanja online berlebihan. Seluruh siswa (100%) menyatakan sepakat bahwa belanja daring yang tidak terkontrol bisa berdampak buruk, seperti menurunnya kemampuan menabung, terbentuknya gaya hidup konsumtif, dan munculnya kecemasan finansial. Kesadaran terhadap dampak ini menjadi modal awal yang baik untuk mengubah pola perilaku konsumsi mereka. Namun, perlu diperhatikan bahwa kesadaran terhadap perilaku konsumtif pribadi hanya berada di angka 76,2%. Artinya, meskipun siswa memahami dampaknya, tidak semuanya menyadari bahwa mereka sendiri mungkin telah menjadi bagian dari kebiasaan tersebut. Perbedaan antara pemahaman kognitif dan kesadaran diri ini menandakan bahwa proses perubahan perilaku memerlukan pendekatan yang lebih mendalam dan reflektif. Terlihat pada gambar 2 berikut



Gambar 2. Tim PKM

Ini menjadi catatan penting bahwa peningkatan kesadaran perlu dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan, misalnya melalui pendampingan, penguatan contoh konkret, atau pelatihan lanjutan. Keinginan siswa untuk mulai berbelanja secara lebih bijak menunjukkan hasil yang sangat positif (95,2%), menandakan bahwa intervensi berupa sosialisasi ini berhasil menumbuhkan niat untuk mengubah kebiasaan. Ini menjadi indikasi bahwa siswa tidak hanya memahami secara teoritis, tetapi juga bersedia untuk

menerapkan prinsip bijak dalam kehidupan sehari-hari, seperti mempertimbangkan kebutuhan vs. keinginan dan membatasi pembelian impulsif. Lebih lanjut, sebanyak 90,5% siswa mengungkapkan keinginan untuk mulai mencatat pengeluaran pribadi. Poin ini menunjukkan bahwa siswa tidak hanya menyerap materi, tetapi juga bersedia menerapkan keterampilan praktis berupa pencatatan keuangan pribadi. Ini menjadi sinyal positif bahwa literasi finansial sederhana mulai tertanam dalam diri siswa. Praktik pencatatan keuangan sederhana ini dapat menjadi langkah awal dalam membentuk kebiasaan finansial yang sehat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022), literasi keuangan pelajar yang baik akan membantu mereka membangun sikap disiplin dan perencanaan keuangan sejak dini, terlihat gambar 3



Gambar 3. pemaparan materi

Terakhir, tentang kebermanfaatan materi menunjukkan poin 100%. Seluruh responden menilai bahwa materi yang disampaikan bermanfaat bagi mereka. Ini memperlihatkan bahwa topik literasi konsumsi digital dan e-commerce sangat relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari sebagai generasi digital-native. Manfaat ini meliputi peningkatan pengetahuan, kesadaran risiko, hingga kemampuan membuat keputusan yang lebih rasional saat bertransaksi online. Secara keseluruhan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi ini berhasil memberikan dampak positif terhadap siswa, baik dari aspek kognitif (pemahaman konsep), afektif (kesadaran dan sikap), maupun psikomotorik (keinginan untuk menerapkan pencatatan keuangan). Namun demikian, terdapat satu aspek yaitu kesadaran perilaku konsumtif, yang masih memerlukan perhatian lebih lanjut. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk mengubah kebiasaan konsumtif memerlukan proses yang lebih panjang dibandingkan sekadar transfer informasi.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan sosialisasi mengenai pengaruh penggunaan e-commerce terhadap kebiasaan konsumtif pelajar di SMKS Informatika Kota Serang, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan ini memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan literasi konsumsi digital siswa. Seluruh siswa (100%) menyatakan memahami materi yang disampaikan dan merasa bahwa materi tersebut sangat bermanfaat bagi kehidupan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan dalam penyampaian materi, yang melibatkan diskusi dan contoh nyata, berhasil membangun pemahaman yang jelas tentang topik yang diajarkan.
2. Sebagian besar siswa juga menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap dampak negatif dari belanja online berlebihan, dengan 100% siswa menyatakan bahwa mereka memahami risiko dari perilaku konsumtif yang tidak terkendali.
3. Selain itu, 95,2% siswa mengungkapkan keinginan untuk lebih bijak dalam berbelanja online dan 90,5% siswa berniat untuk mulai mencatat pengeluaran pribadi mereka secara mandiri. Keinginan ini menandakan perubahan positif dalam pola pikir dan sikap siswa terhadap pengelolaan keuangan.
4. Namun demikian, meskipun tingkat pemahaman terhadap dampak negatif belanja online sudah tinggi, kesadaran siswa terhadap perilaku konsumtif yang masih mencapai 76,2% menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk meningkatkan kesadaran tersebut. Beberapa siswa masih perlu lebih banyak mendapatkan pembelajaran dan refleksi untuk sepenuhnya mengubah kebiasaan konsumtif mereka.
5. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan literasi konsumsi digital di kalangan siswa dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan e-commerce yang bertanggung jawab.

B. SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan sosialisasi dan analisis terhadap perubahan pemahaman siswa mengenai literasi konsumsi digital, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi tindak lanjut dari program ini.

1. Disarankan agar pihak sekolah, khususnya guru, melakukan penguatan materi melalui pembelajaran lanjutan yang bersifat aplikatif, seperti diskusi terbimbing dan studi kasus nyata terkait perilaku konsumtif dan penggunaan e-commerce. Hal ini bertujuan untuk menanamkan pemahaman yang lebih mendalam dan mengasah kemampuan berpikir kritis siswa dalam menghadapi situasi konsumsi digital di kehidupan sehari-hari.
2. Sekolah dapat merancang program pemantauan rutin terhadap perilaku keuangan siswa, misalnya melalui kegiatan mencatat pengeluaran pribadi secara berkala, yang dievaluasi dan didiskusikan bersama wali kelas atau guru Bimbingan Konseling. Program ini dapat membantu siswa membentuk kebiasaan konsumsi yang lebih bijak dan terkontrol.
3. Keterlibatan orang tua sangat penting dalam mendampingi anak-anaknya ketika berada di rumah, terutama dalam mengontrol akses terhadap platform digital dan membimbing mereka dalam membuat keputusan konsumsi secara bijaksana. Oleh karena itu, sinergi antara sekolah dan orang tua perlu ditingkatkan melalui komunikasi dan koordinasi yang berkelanjutan.
4. Kegiatan sosialisasi mengenai literasi konsumsi digital dan pemanfaatan e-commerce secara bijak sebaiknya tidak hanya dilakukan di satu sekolah saja, melainkan diperluas ke berbagai institusi pendidikan lain, khususnya yang berada di wilayah dengan akses digital yang tinggi namun memiliki tingkat literasi digital yang masih rendah. Perluasan kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak yang lebih luas dalam membentuk generasi pelajar yang cerdas secara digital dan bertanggung jawab dalam perilaku konsumsinya.
5. Penggunaan instrumen digital seperti kuis interaktif, video edukasi, maupun simulasi belanja daring dapat memperkaya pengalaman belajar siswa di masa mendatang. Media pembelajaran digital yang menarik dan partisipatif tidak hanya akan meningkatkan pemahaman, tetapi juga menjadikan proses belajar lebih menyenangkan dan relevan dengan konteks kehidupan digital para pelajar saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada pihak sekolah yang telah menjadi mitra kegiatan ini serta memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan program sosialisasi. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada para guru dan

siswa yang telah aktif berpartisipasi dan memberikan masukan konstruktif selama kegiatan berlangsung. Kami juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, Pak Rahadian Amrullah., S.Pd., M.Ak dan Pak Fadli Nuryasin., S.E., M.Ak, yang telah memberikan arahan, masukan, dan dukungan akademik secara konsisten selama proses perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan ini. Bimbingan beliau sangat berarti dalam menjaga kualitas serta arah kegiatan agar tetap relevan dan berdampak.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, 2015; Aisyah Zahra, 2023; Angelica Suseno Et Al., 2025; Arum Inawati & Muhammad Muslih, N.D.; Ismawan & Pamungkas, 2023; Pramudita Et Al., 2024; Rohmah Et Al., 2024; Setiawan Et Al., 2024; Somsom Et Al., 2024; Yuliani & Adit, 2022)A'yuni, Q. Q. (2015). *Literasi Digital Remaja Di Kota Surabaya: Studi Deskriptif Tentang Tingkat Kompetensi Literasi Digital Pada Remaja SMP, SMA Dan Mahasiswa Di Kota Surabaya*. <https://Repository.Unair.Ac.Id/>
- Aisyah Zahra, W. (2023). *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Peran Literasi Keuangan Dan Penggunaan E-Commerce Dalam Mendorong Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z (Studi Literature Review)*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14567735>
- Angelica Suseno, S., Renata Limapiyadi, A., Ester Irawan, F., & Linawati, N. (2025). *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Literasi Sistem Pembayaran Digital Sebagai Strategi Pencegahan Konsumerisme Di Kalangan Pelajar SMA*.
- Arum Inawati, W., & Muhammad Muslih, Dan. (N.D.). *Edukasi Literasi Keuangan Guna Mengurangi Perilaku Konsumtif Smk Santana 2 Cibat, Kab.Garut*.
- Ismawan, M. B., & Pamungkas, H. P. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Online Shop. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1).
- Pramudita, E. A., Fitria, N. Y., Anisa, N., Zamzami, M. A., Rivaldy, F., Maulana, A. R. Z., Wisnawa, K. S. C., Hidayat, M. F., Putri, F. L., Saraswati, I. A. P., & Renaldi, Y. S. (2024). Peningkatan Kecakapan Literasi Digital Melalui Sosialisasi Interaktif Kepada Peserta Didik SMPN 1 Depok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia*, 2(4), 419–426. <https://doi.org/10.54082/jpmii.502>
- Rohmah, F. T., Silviahana, F., Titasyfa, A., Ibrahim, Z., Hidayat, W., Syariah, P., Dan, E., Islam, B., & Banten, H. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Remaja The Influence Of Lifestyle And Consumptive Behavior On Online Shopping On Teenagers*. <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic>
- Setiawan, N., Subhi, R., & Herlina, Y. (2024). Sosialisasi Penggunaan E-Commerce Dalam Mengembangkan Bisnis Di Era Digital Terhadap Siswa-Siswi Ma Annur Pagar Jati Bengkulu Tengah. In *Jurnal Dehasen Mengabdi* (Vol. 3, Issue 2).
- Somsom, S., Alamanda, R., Maharani, D., Ruhamafillah, S., Cholif Choiratul Jannah, I.,

- & Puspa Arum, D. (2024). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital. *Multidiciplinary Scientifict Journal*, 2(11).
- Yuliani, & Adit. (2022). Hubungan Kemampuan Literasi Digital Dengan Hasil Belajar Siswa Kelas Tinggi Di MIS Miftahussurur Tegalgubug. *Digital Library UIN Sunan Gunung Jati*. [https://Digilib.Uinsgd.Ac.Id/54259/4/4_Bab 1](https://Digilib.Uinsgd.Ac.Id/54259/4/4_Bab%201)