

CARA BIJAK PEMANFAATAN E-COMMERCE DI KALANGAN GEN Z PADA PERKEMBANGAN KEUANGAN DIGITAL

Erma yawanti¹;Akuntansi, Universitas Pamulang PSDKU Serang
Evi Julianty²;Akuntansi, Universitas Pamulang PSDKU Serang
Tasya Ertyani;Akuntansi, Universitas Pamulang PSDKU Serang
Tatu Mulyanti⁴;Akuntansi, Universitas Pamulang PSDKU Serang
Dwi Fitrianiingsih.S.E.M.Ak, Universitas Pamulang PSDKU Serang
Putri Wulandari.S.E.M.Ak, Universitas Pamulang PSDKU Serang

ermaywnti18@gmail.com, juliantievi22@gmail.com, tasyaertyani@gmail.com Tatumulyanti10@gmail.com dwifitrianiingsih00110@gmail.com
putriwulandari534@gmail.com

Abstract

E-commerce merupakan salah satu platform yang sedang populer di kalangan Gen Z saat ini karena sangat penting bagi mereka untuk memenuhi gaya hidup mereka. E-commerce menawarkan sarana untuk membeli berbagai kebutuhan, mulai dari barang sehari-hari hingga jasa. Dan sebagai kemajuan teknologi di era modern ini tentu akan berdampak pada banyak orang termasuk Gen Z. Dalam era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi yang dihasilkan oleh e-commerce tentu akan berdampak pada banyak orang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan metode ini, tujuan peneliti adalah untuk mengumpulkan data menyeluruh tentang seberapa banyak siswa SMKN 1 Rangkasbitung yang menggunakan e-commerce. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah agar tim mitigasi memahami literasi mata uang digital. Cara penggunaan e-commerce di komunitas Z merupakan pendidikan finansial yang membantu generasi Z memahami pengelolaan uang, anggaran, dan biaya transaksi online. Selanjutnya, dengan menggunakan teknologi dengan cara yang bertanggung jawab, untuk memanfaatkan sepenuhnya e-commerce. Yang dapat memfasilitasi kombinasi pengetahuan dapat memfasilitasiteknologi, uang, privasi, dan dinamika sosial. Membantu generasi Z menjadi konsumen yang bertanggung jawab, kombinasinya sadar pengetahuan tentang teknologi, uang, privasi, dan dinamika sosial, membantu Generasi Z menjadi konsumen yang bertanggung jawab dan sadar.

Kata kunci; Generasi z, e-commerce

Abstrak

E-commerce is one of the most popular platforms among Gen Z today as it is essential for them to fulfill their lifestyle. E-commerce offers a means to purchase a variety of needs, ranging from daily goods to services, and as a technological advancement in this modern era, it will certainly have an impact on many people, including Gen Z. This study uses the current era of globalization, the technological advancements generated by e-commerce will certainly have an impact on many people. In the current era of globalization, the technological advancements generated by e-commerce will certainly have an impact on many people. This research employs a quantitative approach. Utilizing this method, the researcher's goal was to collect comprehensive data on how many students of SMKN 1 Rangkasbitung used e-commerce. The purpose of this PKM activity is for the mitigation team to understand digital currency literacy. The way to use e-commerce in the Z community is through financial education, which helps generation Z understand money management, budgeting, and online transaction costs. Furthermore, by using technology in a responsible way, it is possible to fully utilize e-commerce, which can facilitate the combination of knowledge can facilitate the combination of technology, money, privacy, and social dynamics, helping Generation Z become responsible and conscious consumers.

Keyword; generasi z e commerce

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis banyaknya keuntungan yang ditawarkan e-commerce, situs web yang memfasilitasi e-commerce sudah menjadi contoh bisnis yang mengalami kemajuan di sektor bisnis. Di antaranya adalah fakta bahwa bisnis dapat melakukan kegiatan transaksi selama sehari penuh dan pelanggan tidak perlu mengunjungi toko secara fisik untuk memilih produk yang ingin mereka beli. pelanggan tidak harus mengunjungi toko secara fisik untuk memilih produk yang ingin mereka beli, dan pelaku usaha dapat melakukan transaksi selama sehari penuh. 24 jam. Mereka yang memanfaatkan internet untuk transaksi bisnis disebut sebagai pengguna perdagangan elektronik (e-commerce).

E-commerce, yang melibatkan penggunaan internet dan World Wide Web untuk menawarkan barang dan jasa kepada pelanggan, dapat terjadi antara bisnis dan konsumen (doolin, et al., 2005). Di Indonesia, penggunaan e-commerce telah berkembang (dailysocial dan veritrans. 2012). Transaksi bisnis berbasis internet sudah dianggap signifikan. Meningkatnya jumlah pemilik bisnis yang menggunakan e-commerce dalam organisasi mereka adalah bukti dari hal ini. E-commerce diperlukan untuk meningkatkan dan memoderasi persaingan bisnis dan penjualan produk. seiring dengan berkembangnya dunia bisnis. Kegiatan jual beli dan pemasaran menjadi lebih efektif ketika e-commerce digunakan, karena menunjukkan kesederhanaan transaksi, menurunkan biaya, dan mempercepat proses transaksi. Karena tidak ada pemasukan ulang yang memungkinkan terjadinya kesalahan manusia, kualitas transfer data juga lebih unggul daripada proses manual.

seiring dengan perkembangan teknologi yakni semakin cepat dan maju, pemilik bisnis harus bersaing dengan hal ini. Penawaran di situs web e-commerce tidak hanya berupa pembayaran sederhana (premium). Penawaran situs web gratis juga dapat ditemukan di internet tanpa pembayaran apa pun. Tampaknya masih banyak pebisnis yang belum menyadari potensi website gratis ini untuk mengembangkan usaha mereka. Opencart adalah salah satu situs web e-commerce gratis.

Opencart adalah program open source gratis yang digunakan untuk membuat toko online dan situs web e-commerce. Program ini juga digunakan untuk membuat aplikasi lain di bawah kategori yang sama seperti joomla, magento, dan opencart. Alasan opencart digunakan dalam penelitian untuk pembuatan website e-commerce adalah karena opencart memiliki banyak kelebihan, termasuk user interface yang menarik dan banyaknya modul gratis yang bisa ditambahkan ke dalam website yang akan dibangun. Selain itu, terdapat pengembang dari Indonesia dan subforum Indonesia yang membantu pengguna untuk mempelajari opencart.

Sekolah dan perguruan tinggi harus menjadi pemain utama dalam sistem pendidikan formal dengan memasukkan e-commerce ke dalam kurikulum mereka. Hasilnya, generasi Z akan dijamin memiliki pengetahuan teknologi yang dibutuhkan dan pemahaman konseptual yang menekankan pentingnya uang pribadi yang tidak dikelola dengan baik (Syathiri et al., 2023).

Namun, institusi pendidikan bukanlah satu-satunya yang bertanggung jawab untuk mendidik masyarakat. Orang tua dan wali juga bertanggung jawab untuk membantu membekali generasi Z dengan literasi keuangan yang baik. Sangat penting untuk melakukan percakapan tentang topik-topik seperti investasi, pengelolaan uang, dan pedoman penggunaan internet yang aman. Selain itu, wali dan orang tua dapat menjadi panutan yang positif dengan mempraktikkan pengelolaan uang yang bijaksana dan aman dalam interaksi sehari-hari (Nani et al., 2021).

Penulis berupaya untuk mengorganisir literasi untuk mencegah menghasilkan generasi muda yang seperti itu (Safitri et al., 2022). Fokus utama dari program PKM ini adalah para siswa SMKN 1 Rangkasbitung, yang ditemukan memiliki masalah dalam hal literasi:

Sejumlah besar siswa terus terlibat dalam belanja online yang berlebihan.

Masih banyak siswa yang bersikap apatis, dan pengeluaran mereka yang berlebihan hanya akan memperkuat pola pikir mereka yang boros.

Kesiapan siswa yang tidak memadai untuk menangani dampak dari kemajuan teknologi dalam perbankan digital.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan standar mitra pendampingan dalam penggunaan e-commerce dalam pertumbuhan keuangan digital, diperlukan program dan kegiatan yang berkaitan dengan perilaku ini. Oleh karena itu, kegiatan ini dapat mengedukasi dan menanamkan pengetahuan serta pemahaman tentang literasi keuangan digital.

METODE PELAKSANAAN



Gambar 1. Tim PKM Universitas Pamulang PSDKU Serang, dan Siswa/i SMK Negeri 1 Rangkas Bitung

Secara umum, siswa-siswi SMKN 1 Rangkasbitung berpartisipasi dalam program pengabdian masyarakat di PSDKU Universitas Pamulang Serang untuk memfasilitasi pengembangan akun e-commerce ini. Hal ini dilakukan dengan cara berinteraksi dengan masyarakat, khususnya murid-murid SMKN 1 Rangkasbitung, dan memperkenalkan literasi keuangan kepada generasi Z, tidak hanya sekedar

membuat akun e-commerce untuk berdagang dan berbelanja.

Langkah-langkah yang akan diambil untuk memperkenalkan literasi keuangan kepada Generasi Z diuraikan secara mendalam di bagian tahap pelatihan ini:

1. H. Mukmin, M.Pd. selaku kepala sekolah SMKN 1 Rangkasbitung, yakni untuk memulai kegiatan PKM pada tanggal 20 Oktober 2023.
2. Melakukan observasi masih menjadi bagian dari proses persiapan PKM, dan hal ini meliputi mencari tahu apakah siswa dari SMKN 1 Rangkasbitung bersedia untuk berpartisipasi. dan pemilihan lokasi di wilayah mitra untuk sosialisasi literasi keuangan digital.
3. Putri Wulandari SE, M.Ak, Dwi Fitrianiingsih SE, M.Ak, Erma Yawanti, Evi Julaenti, Tasya Ertiyani, dan Tatu Mulyanti merupakan tim PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat).

Menanamkan nilai literasi keuangan digital kepada Generasi Z. Membeli atau menjual suatu produk melalui toko online seperti tik-tok, shoope, Tokopedia, lazzada, Instagram, Facebook, dan lain sebagainya merupakan contoh penggunaan sumber belajar e-commerce.

Adapun tujuan dari bagian pengetahuan e-commerce ini adalah untuk memberikan pencerahan kepada para siswa-yang telah diberi pengarahan pada bab sebelumnya-tentang pentingnya e-commerce bagi prospek masa depan Generasi Z. Terakhir, untuk memfasilitasi transaksi ekonomi, khususnya pembelian dan penjualan barang secara online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) PSDKU Universitas Pamulang Serang, kami melakukan pengabdian ini semoga dapat membantu memajukan keuangan digital dalam penggunaan e-

commerce oleh generasi Z agar kelak dapat menjadi masyarakat yang berkualitas. Siswa dan siswi di SMKN 1 Rangkasbitung, salah satu institusi pendidikan di kabupaten Lebak, menjadi target sasaran kami. Melalui kegiatan ini dan kontribusi komunitas kami, kami berupaya untuk mengedukasi dan memberikan pencerahan kepada para pelajar di SMKN 1 Rangkasbitung, sehingga mereka dapat menggunakan keuangan digital - khususnya e-commerce - dengan lebih bijak.

Tiga sesi program pendampingan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan pada tanggal 20 Oktober 2023 dengan tujuan untuk mendampingi para siswa dan siswi SMKN 1 Rangkasbitung ini dirasa sangat baik. Ibu Putri Wulandari, SE, M.AK. memberikan materi untuk mengawali sesi pertama. Ibu Erma Yawanti memberikan materi sesi kedua, dan Ibu Dwi Fitrianiingsih, SE, M.Ak. memberikan materi sesi ketiga. Hal ini dikarenakan materi yang diberikan dianggap penting dan menarik untuk didalami, sehingga banyak mahasiswa yang mengikuti sosialisasi ini, atau dengan kata lain, hal ini menunjukkan antusiasme yang tinggi dari para mahasiswa.



Gambar.2. penyerahan sertifikat tanda terimakasih kepada SMKN 1 rangkasbitung Selain itu, pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh selama proses edukasi mengenai pemanfaatan E-commerce secara bijaksana untuk meningkatkan keuangan digital juga dinilai sangat baik. Hal ini terlihat dari tahap kegiatan akhir yakni penilaian terhadap kegiatan yang mencakup kuis yang diberikan oleh anggota

kelompok PKM mengenai topik yang telah dibahas sebelumnya kepada siswa SMKN 1 Rangkasbitung dan persentase siswa yang menjawab dengan benar pertanyaan-pertanyaan dalam kuis tersebut.

Tidak hanya penggunaan e-commerce dalam meningkatkan keuangan digital yang diperkenalkan dalam kurikulum PKM ini, tetapi juga menjelaskan bagaimana hal tersebut dapat bisa



Gambar.3. sosialisasi Bersama siswa-siswi SMKN 1 rangkasbitung.



Gambar.4. sesi tanya jawab mengenai pengenalan literasi keuangan pada generasi z

mengelola diri kita sendiri untuk menghindari pola pikir yang boros dan menggunakan keuangan digital secara efektif dalam E-commerce dan aplikasi keuangan lainnya. Hal ini diperlukan mengingat sifat dunia saat ini yang

serba canggih dan kebutuhan kita untuk melekat teknologi. Kita harus lebih berhati-hati, bijaksana, dan selektif saat menggunakan e-commerce, karena memiliki banyak dampak negatif dan menguntungkan bagi kita, seperti berikut ini:

Berbelanja Menjadi Mudah: Berkat e-commerce, pelanggan dapat berbelanja Kapan dan ke mana pun mereka inginkan tanpa harus keluar rumah.

Efektivitas biaya: Berbagai macam barang ditawarkan melalui platform e-commerce, memberikan pelanggan opsi tambahan saat melakukan pembelian barang dan jasa, yang dapat menghemat biaya.

Globalisasi: Orang-orang tidak lagi dibatasi oleh geografi dalam mengakses barang dan jasa berkat e-commerce.

Penghematan Waktu: Karena pelanggan tidak perlu mengunjungi banyak toko fisik, e-commerce mempercepat proses pembelian.

E-commerce dapat berdampak positif bagi kita, namun juga dapat berdampak negatif, terutama bagi Gen Z, yang menggunakannya secara tidak tepat:

a. **Ketidakpastian Pembelian:** Karena ada begitu banyak barang dan jasa yang tersedia, e-commerce dapat menyebabkan konsumen melakukan pembelian yang tidak perlu.

b. **Ketergantungan pada Layanan Teknologi:** Karena e-commerce sangat bergantung pada layanan teknologi yang andal dan aman, ada risiko bahwa layanan ini dapat menjadi tidak stabil atau terhambat, yang dapat mengakibatkan siklus pembelian online dan pengeluaran uang yang tidak ada habisnya.

Oleh karena itu, ada banyak cara bagi kita untuk menggunakan e-commerce dengan lebih bijak, seperti membuat daftar belanja yang hanya berisi barang-barang yang benar-benar kita butuhkan,

bukan apa yang kita inginkan. Berhati-hatilah saat memilih produk untuk memastikan keamanannya dan jangan sampai kita membeli produk yang salah.

KESIMPULAN

Program PKM “Cara Bijak Menggunakan E-commerce di Kalangan Generasi Z dalam Pengembangan Keuangan Digital” menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut: pertama, para siswa SMKN 1 Rangkasbitung sangat antusias dalam mengikuti kegiatan PKM, khususnya yang berkaitan dengan literasi keuangan digital. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah peserta yang cukup banyak (33 orang), yang berarti program ini juga berkontribusi pada penyebaran pengetahuan yang luas di masyarakat.

Kedua, setelah proses pengajaran, informasi tentang bagaimana menggunakan e-commerce untuk meningkatkan keuangan digital juga dirasa sangat ideal. Hal ini terlihat pada tahap kegiatan akhir yang berupa evaluasi kegiatan dengan kuis yang diberikan oleh anggota kelompok PKM mengenai topik yang telah dibahas sebelumnya dengan para siswa SMKN 1 Rangkasbitung dan persentase siswa yang dapat menjawab dengan benar pertanyaan-pertanyaan dalam kuis tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan kegiatan PKM yang berjudul “Pemanfaatan E-commerce di Kalangan Gen Z dalam Pengembangan Keuangan Digital.” Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Sekolah SMKN 1 Rangkasbitung., H. Mukmin, M.Pd. dan para pendidik terkait, khususnya Ibu Neneng Rachmawati, M.Pd. selaku guru Akuntansi SMK Negeri 1 Rangkasbitung yang telah memberikan waktu dan tempat kepada kami

untuk menyelesaikan tugas ini dengan baik. Tim PKM PSDKU Universitas Pamulang Serang, siswa-siswi SMK Negeri 1 Rangkas Bitung yang sangat bersemangat dalam mengikuti kegiatan ini, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan semua pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memfasilitasi seluruh kegiatan tri dharma perguruan tinggi-termasuk pengabdian kepada masyarakat ini-diucapkan terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Fitrianiingsih, Cecep Warman, Eka Febrianata, and Indra Sulistiana. 2023. "OPTIMALISASI PLATFORM DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA TANJUNG LESUNG." *JURNAL NAULI Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(2).
- Dwi Fitrianiingsih, Roza Mulyadi, Enok Nurhayati, and Yeni Januarsi. 2023. "Strategi Aawal Pendirian Koprasi Dan Ppelatihan Manajemen Koperasi Di Desa Ciherang Kecamatan Picung Kabupaten Pandeglang." *Alamtana Pengabdian Masyarakat UNW Mataram* 4(1).
- Erlangga Hardianto, Afrian Ardiansyah, and Happy Jonathan. 2022. "Penggunaan E-Commerce Di Kalangan Mahasiswa Berdampak Pada Perilaku Konsumtif Dan Hedonisme." *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* 1.
- Nasution, Eri Yanti, Prawidya Hariani, Lailan Safina Hasibuan, and Wita Pradita. 2020. "Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia." *Jesya* 3(2): 506–19.
- Nawawi, Hizbul Hadi. 2020. "Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Mahasiswa." *Emik* 3(2): 189–205.
- Yuniasanti, Reny, and Wanda Asri Nurwahyuni. 2023. "Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi Z." *Psychopolytan: Jurnal Psikologi* 6(2): 60–69.
- Yusrina Handayani, and Sitta Saraya. 2022. "CARA BIJAK MENGGUNAKAN SMART PHONE BAGI GENERASI MILENIAL." *Krida Cendekia* 1(10).
- Zerimah Afgani Hasibuan, and Nurbaiti Nurbaiti. 2023. "Perubahan Gaya Hidup Pengguna E-Commerce Dalam Daya Beli Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* 2(1).