

ETIKA BERBELANJA ONLINE DI ERA TEKNOLOGI INFORMASI

[Online Shopping Ethics in the Age of Information Technology]

Johanes Fernandes Andry¹⁾, Devi Yurisca Bernanda²⁾, Francka Sakti Lee³⁾, Denny⁴⁾, Ignatius Adrian Mastan⁵⁾, Yemima Monica Geasela⁶⁾

1,2,3,4,5,6,7) Program Studi Sistem Informasi/Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Bunda Mulia

Diterima 24 Juni 2021 / Disetujui 30 Juni 2021

ABSTRACT

The implementation of Community Service (PKM) activities in collaboration between the Child Friendly Integrated Public Space (RPTRA) Darma Suci and Department of Information Systems at Bunda Mulia University, Jakarta, with the theme Online Shopping Ethics in the Age of Information Technology with the sub-theme being an overview of e-business & e-commerce, types of e-commerce transactions, attitudes that buyers should have and online shopping trends during the pandemic. The target of this material is to be able to educate and provide understanding to participants on a form of electronic commerce (commonly called e-commerce) using electronic devices, either mobile phones or laptops. Most of the participants have already made e-commerce transactions, but many of the attitudes that buyers in online stores have to do that they don't know, such as how to make safe transactions, and find out the reputation of the seller are just being realized, and so on. receive great benefit from the material presented. Participants benefit greatly from the presentation of this training, it can be seen from their enthusiasm in asking questions with resource persons during the online presentation of the material. The questionnaire was given at the end of the presentation of the material, as feedback for the implementation of the event, the results obtained were positive both in terms of the results of the questionnaire questions for the material presented with an average score of 95.83%, as well as in terms of the results of the questions. questionnaire for resource persons with an average score of 97.5%.

Keywords: PKM, RPTRA, E-Commerce, Online

ABSTRAK

Terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kerjasama antara Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) Darma Suci dan Program Studi Sistem Informasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta, dengan tema Etika Berbelanja Online Di Era Teknologi Informasi dengan sub temanya adalah gambaran umum e-business & e-commerce, jenis transaksi e-commerce, sikap yang harus dimiliki oleh pembeli dan trend belanja online selama pandemi. Sasaran dari materi ini adalah dapat mengedukasi dan memberikan pemahaman kepada peserta suatu bentuk perdagangan elektronik (biasa disebut e-commerce) menggunakan perangkat elektronik, bisa *hand phone* ataupun *laptop*. Sebagian besar peserta sudah melakukan transaksi e-commerce, tapi sikap-sikap yang harus dilakukan oleh pembeli di toko online banyak yang belum mereka ketahui, seperti cara melakukan transaksi yang aman, dan mencari tahu reputasi penjual itu baru disadari, dan lain-lain menjadikan mereka menerima manfaat yang besar dari materi yang disampaikan. Peserta mendapatkan manfaat yang sangat besar dari pemaparan pelatihan ini, bisa dilihat dari antusiasnya mereka dalam tanya jawab dengan nara sumber saat berlangsungnya pemaparan materi secara *daring*. Kuesioner diberikan saat akhir pemaparan materi, sebagai umpan balik untuk atas terselenggaranya acara tersebut, hasil yang di dapatkan yaitu bersifat positif baik dari segi hasil pertanyaan kuesioner untuk materi yang disampaikan dengan hasil nilai rata-rata sebesar 95,83%, serta dari sisi hasil pertanyaan kuesioner untuk narasumber dengan hasil nilai rata-rata sebesar 97,5 %.

Kata Kunci: PKM, RPTRA, E-Commerce, Daring

*Korespondensi Penulis:

E-mail: jandry@bundamulia.ac.id

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu unsur pokok didalam Tri Dharma Perguruan Tinggi selain Pengajaran dan Penelitian. Oleh karenanya melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan sebuah kewajiban bagi seorang dosen. Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan bukti nyata bahwa sebagai insan akademisi, dosen dituntut untuk dapat mengembangkan dan mengabdikan ilmunya kepada masyarakat di lingkungan sekitarnya [1], [2].

Peningkatan mutu para dosen tidak hanya berada pada lingkungan Perguruan Tinggi saja, tetapi juga terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Visi dan misi Tri Darma Perguruan Tinggi terdiri dari 3 aspek yang wajib dijalankan para dosen, yaitu: Penelitian dan Pengembangan, Pendidikan dan Pengajaran, serta Pengabdian Kepada Masyarakat.

Pengabdian kepada masyarakat ini nantinya akan memberikan pemahaman keilmuan kepada Ibu-ibu dari Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) Dharma Suci, Jakarta, tentang bagaimana etika apa saja yang harus dimiliki dan diterapkan dalam berbelanja online. Selanjutnya ini akan memberikan eksistensi perguruan tinggi pada umumnya dan program studi Sistem Informasi (SI) pada khususnya ditentukan oleh kemampuannya memberi kontribusi pada masyarakat. Pengabdian kepada masyarakat ini memiliki esensi yang sangat penting bagi aspek tata guna laksana dari pengembangan ilmu pengetahuan [3].

Tujuan dan Sasaran Kegiatan

Tujuan dari kegiatan ini adalah

- a. Memfasilitasi dan memperluas peluang bagi dosen dan mahasiswa untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dalam rangka memenuhi tugas dan fungsinya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat
- b. Membangun kerjasama dan kemitraan dengan masyarakat sebagai perwujudan dari pengembangan kompetensi sosial para dosen

c. Memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi Ibu-Ibu RPTRA Dharma Suci tentang Etika Berbelanja *Online* di Era Teknologi Informasi.

Sasaran dari kegiatan ini adalah untuk mengedukasi peserta dari RPTRA tentang apa itu belanja *online* dan liku-likunya, sehingga dapat memahami suatu bentuk perdagangan menggunakan perangkat elektronik yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang atau jasa dari penjual melalui internet [4]. Belanja *online* juga dikenal dengan nama kegiatan sebagai *e-web-shop*, *e-shop*, e-toko, toko internet, *web-shop*, *web-store*, toko *online*, dan toko *virtual*. Didalam kegiatan berbelanja *online* diharapkan untuk terus memiliki etika atau sikap-sikap yang baik dan benar dikegiatan *online shopping* dalam laman apapun kita melakukan belanja *online*.

METODE

Kegiatan ini terselenggara berkat kerjasama antara RPTRA Dharma Suci dengan Program Studi Sistem Informasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta. Dalam proses penyelenggaraan kegiatan PKM ini, baik presentasi maupun contoh-contoh yang disampaikan oleh pembicara atau narasumber menggunakan aplikasi Microsoft PowerPoint dilakukan secara *online (virtual)* karena keadaan saat ini di mana sedang dilanda oleh pandemi yaitu COVID19 yang mengharuskan kegiatan untuk dilakukan secara *daring* (dalam jaringan). Berlangsungnya kegiatan ini dibantu dengan penggunaan media Google Meet.

Dalam proses penyampaian informasi kepada peserta dari RPTRA dimana dilakukan dengan presentasi oleh para narasumber yang kemudian proses mentransfer informasi, ide, emosi, dan lainnya dengan menggunakan simbol, kata, gambar, grafik, angka, dan sebagainya dari pembicara kepada para peserta kegiatan PKM dengan tujuan tertentu [5].

Metode penyampain materi dilakukan seperti diperlihatkan pada Gambar 1. Tahapn Kegiatan. Dari Gambar 1 dapat di jelaskan bahwa pembukaan kegiatan PKM ini di buka oleh Kepala Program Studi Sistem Informasi,

Universitas Bunda Mulia, Jakarta dan ramah tamah dengan koordinator peserta dari RPTA, selanjutnya diberikan materi dengan judul Etika Berbelanja *Online* di Era Teknologi Informasi yang di sampaikan oleh narasumber dari dosen-dosen Sistem Informasi, Universitas Bunda Mulia, yang terdiri dari sub temanya adalah gambaran umum tentang *e-commerce* dan *e-business*, Jenis transaksi *e-commerce*, sikap yang harus di miliki oleh pembeli, sekaligus oleh penjual dan tren belanja *online* selama masa pademi ini.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan
Sumber: Pelaksanaan PKM (2021)

Untuk materi gambaran umum *e-business & e-commerce*, tujuan yang mau dicapai dari narasumber memberikan penjelasan tentang materi ini adalah

- Menjelaskan *e-commerce*, ruang lingkup, manfaat, keterbatasan dan berbagai jenisnya Pelayanan ecommerce dan Pelayanan Konvensional [6].
- Memahami dasar-dasar cara kerja lelang *online* dan *barter online*
- Menjelaskan berbagai aplikasi utama *e-Commerce B2C*, termasuk industri jasa, serta berbagai isu yang dihadapi oleh *e-tailer*
- Membahas peran penting berbagai aktivitas iklan *online*
- Menjelaskan *e-Commerce* intrabisnis dan B2E
- Menjelaskan aktivitas *e-Government* dan *e-Commerce C2C*

Sub tema untuk Jenis Transaksi *e-Commerce* adalah menjelaskan

- Layanan pendukung *e-commerce* terutama untuk pembayaran dan logistik
- Dapat menjelaskan beberapa hal diantaranya adalah menjelaskan aplikasi di *e-commerce* berikut dengan transaksinya karena dengan adanya transaksi ini sering terjadi salah paham antara penjual dan pembeli akibat kelalaian pembeli dalam menentukan barang beliannya. Salah satunya karena pelanggan mengklik jenis barang sembarangan. Perlu di ingat bahwa, tidak semua gambar yang di lihat di website penjualan adalah satu-satunya barang yang mereka jual, begitu juga dengan proses memasukkan barang ke keranjang kamu pasti diharuskan memilih jenis barang yang diinginkan. Entah itu dengan nama, nomor, atau detail lainnya. Jangan malas menggeser slide gambar, untuk mengetahui apa nama barang-barang tersebut.

Tabel 1. Pertanyaan Kuesioner untuk Materi
Sumber: Pelaksanaan PKM (2021)

No	Pertanyaan
1	Manfaat materi bagi peserta
2	Relevansi materi dengan tujuan kegiatan
3	Ketepatan media atau sarana yang digunakan oleh narasumber
4	Proses atau kegiatan pelaksanaan
5	Penambahan pengetahuan /keterampilan yang dapat diaplikasikan

Tabel 2. Pertanyaan Kuesioner untuk Narasumber
Sumber: Pelaksanaan PKM (2021)

No	Pertanyaan
1	Kemampuan atau penugasan terhadap materi
2	Kemampuan dalam menyampaikan materi
3	Kemampuan menggunakan metode yang tepat dengan materi
4	Kemampuan dalam menjawab pertanyaan peserta
5	Kemampuan menciptakan suasana

yang mendukung kegiatan

Untuk sub tema sikap yang harus dimiliki oleh pembeli dan penjual dalam transaksi *e-commerce*. Untuk pembeli harus memahami hal berikut:

- Mengetahui terlebih dahulu reputasi penjual, Mengetahui reputasi penjual bisa dilakukan dengan meninjau beberapa aspek yaitu keamanan arus informasi pada situs web tersebut, keamanan data transaksi yang biasa terjamin oleh jasa payment gateway, dan testimoni dari pembeli.
- Waspada dengan penawaran melalui SMS, WA, dan telepon. Apakah pernah mendapatkan penawaran menarik yang dikirim melalui email, SMS, WA, atau telepon? Jika pernah, sebaiknya mengecek terlebih dahulu kebenaran promosi dengan mengunjungi situs resmi tersebut.

Materi trend belanja *Online* Selama Pandemi ini akan di sampaikan hal-hal apa saja yang dilakukan pada Tahun 2020 dan 2021 ini mengubah cara masyarakat menjalankan hidup sehari-hari, bekerja, dan juga berbelanja online. Dengan meningkatnya upaya masyarakat untuk memutus rantai penyebaran COVID-19 dengan beraktivitas dari rumah, disini terlihat lebih banyak masyarakat memilih berbelanja *online* untuk memenuhi berbagai kebutuhan esensialnya, Kondisi tersebut membuat pola belanja masyarakat juga berubah. Dengan mengandalkan belanja *daring*, gaya konsumsi masyarakat pun juga berubah.

Sesi tanya jawab dilakukan pada saat sesi materi yang dilakukan oleh narasumber yang memberikan pertanyaan dan mendapatkan jawaban dari peserta saat sesi pemberian materi, jadi tidak usah sampai pemberian materi selesai, sehingga terjadi interaksi yang cukup baik antara narasumber dengan peserta.

Kuesioner dilakukan oleh penyelenggara dalam hal ini prodi sistem informasi untuk mendapatkan masukan dari hasil pemberian PKM ini, pertanyaan untuk kuesioner bisa dilihat pada Tabel 1.

Pertanyaan Kuesioner untuk Materi dan Tabel 2. Pertanyaan Kuesioner untuk Narasumber.

Dengan menggunakan skala *likert* [7], [8]. untuk penilaian dari peserta terhadap narasumber diperlihatkan pada Tabel 3. Skala Penilaian.

Tabel 3. Skala Penilaian [7], [8]

Nilai	Hasil
1	Kurang
2	Cukup
3	Baik
4	Baik sekali

PEMBAHASAN

Metode Penyampaian

Penyampaian materi dilakukan secara daring menggunakan media internet karena saat ini masih pademi COVID-19 dan peserta dari RPTRA Darma Suci mengikuit dengan interaktif di dalam ruangan yang telah mereka sediakan.

Penyampaian Materi

Materi “Etika Berbelanja Online di Era Teknologi Informasi” dibagi menjadi beberapa sub tema yaitu:

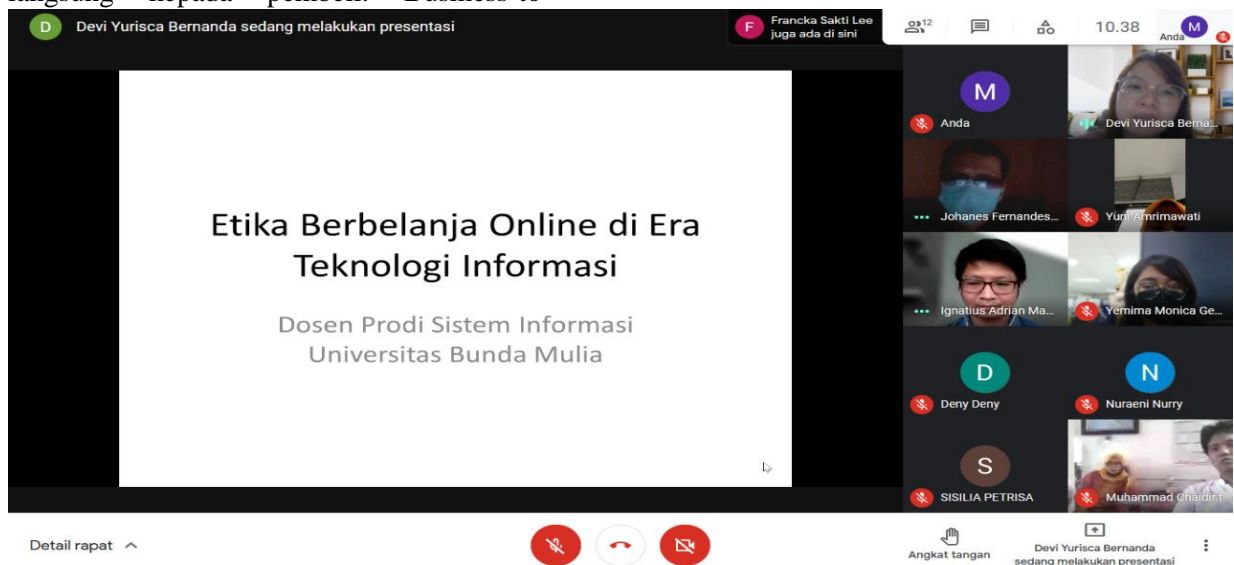
1. Gambaran Umum *E-Business & E-Commerce*
2. Jenis Transaksi *E-Commerce*
3. Sikap Yang Harus Dimiliki Oleh Pembeli
4. Trend Belanja *Online* Selama Pandemi

Pada Gambar 2 Tampilan Sesi Pembukaan Materi yang di lakukan.

Pada materi yang pertama narasumber menyampaikan hal-hal penting berupa gambaran umum tentang Perdagangan elektronik (*e-commerce* atau yang biasa disebut dengan *EC*). Proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. Serta informasi tentang *E-business*, dimana Defnisi lebih luas untuk *EC*, meliputi pembelian dan penjualan barang serta jasa, dan juga pelayanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis, pelaksanaan *e-learning*, dan pelaksanaan transaksi elektronik dalam perusahaan. Cara-cara baru dan inovatif untuk menggunakan internet, komputer dan teknologi komunikasi untuk berhubungan dengan pemasok dan melayani pelanggan

secara lebih baik. Penjual dan pembeli tidak perlu bertatap muka, tetapi pelanggan diseluruh dunia bisa berkunjung ketoko tersebut baik siang atau malam dan berharap menerima perhatian secara pribadi. Penyampaian tentang e-commerce murni dan parsial dimana bisa dibedakan dari sisi payment atau pembayaran, Delivery atau pengiriman dan produk atau jasa yang ditawarkan. Pada materi yang kedua tentang jenis transaksi e-commerce disampaikan tentang model transaksi yang dilakukan yakni bisa berupa B2B, B2C, B2B2C, G2G, C2C dll. Penjelasannya Business-to-Consumers: Perusahaan menjual produk atau jasa secara langsung kepada pembeli. Business-to-

Business: Dalam transaksi B2B, baik penjual maupun pembeli adalah organisasi bisnis. Government-to-business: Unit-unit pemerintah dapat melakukan bisnis dengan berbagai unit pemerintah lainnya serta dengan berbagai perusahaan. Consumer-to-Consumer: Dalam hal ini, seseorang menjual produk atau jasa secara langsung kepada orang lain (pelanggan ke pelanggan). Customer -to-Business. Konsumen memberi tahu kebutuhan atas suatu produk atau jasa tertentu, dan para pemasok bersaing untuk menyediakan produk atau jasa tersebut ke konsumen.



Gambar 2 Tampilan Sesi Pembukaan Materi
 Sumber: Pelaksanaan PKM (2021)

Untuk materi yang ketiga dengan sub tema Sikap Yang Harus Dimiliki Oleh Pembeli, disampaikan beberapa hal yang penting yakni:

1. Ketahui terlebih dahulu reputasi penjual, salah satu ciri situs dengan sistem keamanan yang tinggi adalah memiliki tanda berupa gembok di address bar atau kolom alamat situs web. Selain itu, sudah menggunakan jaringan privat berupa HTTPS (*Hypertext Transfer Protocol Secure*). Protokol komunikasi internet yang melindungi kerahasiaan informasi pengguna. Tujuannya untuk meminimalisir penyadapan, menjaga agar integritas data yang memungkinkan data tidak dapat dimodifikasi, dan authentication yang memastikan bahwa

hanya pengguna dan situs yang ada di koneksi tersebut. Khusus bagi pengguna kartu kredit, beberapa situs penyedia layanan barang dan jasa telah menggandeng payment gateway demi melindungi seluruh transaksi. Seperti Traveloka, yang telah bekerja sama dengan *CyberSource*, anak perusahaan Visa Inc. Data kartu kredit pelanggan dijamin rahasia dan aman. Ini karena setiap kali digunakan, data tersebut dienkripsi dan terisolir dalam bentuk token di server *CyberSource*. Untuk meyakinkan pembeli, Traveloka bahkan memberikan jaminan 100% uang kembali apabila terjadi transaksi yang tidak dikenali.

2. Cara lain untuk mengetahui keamanan transaksi perusahaan penyedia

barang atau jasa melalui online adalah dengan melihat testimoni pembeli. Salah satu caranya melalui media sosial, seperti *Twitter*. Cukup ketik akun atau hashtag situs, maka akan mendapatkan hasil pencarian berupa testimoni pembeli ketika bertransaksi di situs tersebut. Dengan begitu, akan diketahui apakah perusahaan tersebut memiliki kredibilitas yang dapat diandalkan atau tidak. Dapat mengetahui segala informasi seputar perusahaan tersebut, termasuk bagaimana cara transaksi yang bisa dilakukan di situs resmi brand yang menawarkan. Dengan begitu, bisa terhindar dari penipuan yang mengatasnamakan brand populer dan menawarkan pembelian barang atau jasa lewat SMS, layanan WA, hingga telepon. Misalnya saja Traveloka yang menyediakan halaman khusus di *website*-nya untuk informasi-informasi tersebut. Informasi seputar perusahaan, mulai dari cara pemesanan hingga jalur komunikasi resmi yang bisa dihubungi. Pembeli juga bisa mengetahui bahwa agen perjalanan online ini hanya melayani transaksi secara *online*, baik melalui *website* juga aplikasi *mobile*-nya.

3. Oleh karena itu, sebelum melakukan pembayaran harus mengecek kembali apakah barang dan jasa yang dipesan sudah sesuai. Pastikan juga telah memasukkan seluruh data, termasuk alamat email dan nomor telepon yang benar. Terakhir, perhatikan berapa jumlah biaya yang harus dibayar hingga tiga digit terakhir pada harga. Tiga digit ini merupakan kode unik transaksi dan diperlukan oleh situs online tersebut untuk proses verifikasi.

4. Ikuti petunjuk pembayaran yang tersedia di situs web, setelah melihat detail pemesanan, langkah selanjutnya adalah memilih metode pembayaran yang sesuai dengan preferensi. Ragam metode pembayaran yang biasa disediakan meliputi transfer *via* ATM, *internet banking*, atau kartu kredit. Bila memilih metode *transfer*, jangan lupa perhatikan nama dan nomor rekening yang dituju. Hindari transfer dana ke nomor rekening yang tidak sesuai dengan nama pada petunjuk pembayaran. Misal, saat melakukan pembelian tiket pesawat dan voucher hotel melalui Traveloka, pastikan dana yang Anda transfer ditujukan ke

rekening atas nama PT. Trinusa Travelindo. Jika ragu dengan petunjuk pembayaran yang sudah diberikan, jangan sungkan bertanya kepada customer service resmi situs tersebut.

5. Simpan bukti transaksi sebagai "senjata" Anda bila terjadi hal yang tak menyenangkan. Simpan bukti transaksi untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan nantinya. Baik bukti pembayaran berupa resi *transfer*, atau *screen capture* bukti pembayaran bila melakukan transaksi *online* melalui *laptop* atau *smartphone*. Apabila nantinya terjadi kesalahan, bisa menunjukkan bukti-bukti tersebut untuk memperkuat laporan yang dibuat.

Lima langkah di atas dapat diterapkan saat hendak berbelanja *online*. sehingga dapat terhindar dari kerugian yang mungkin terjadi akibat kesalahan sendiri atau pun penipu yang mengatasnamakan brand populer dengan mengaplikasikan langkah-langkah tersebut. Jika ingin membeli tiket pesawat dan voucher hotel, pastikan pesan melalui situs resmi dan aplikasi yang terpercaya serta dapat diandalkan.

Pada Gambar 3 Presentasi Manfaat Menjual di Web memperlihatkan peluang dan kemampuan untuk memperluas jangkauan global, untuk itu etika Jualan Online yang harus dilakukan adalah

1. Selalu Bersikap Ramah Kepada Pembeli

Saat berjualan online kamu akan menemukan tipe karakter konsumen yang pastinya berbeda-beda. Oleh sebab itu, harus selalu bersikap ramah kepada konsumen untuk mendapatkan kesan pertama yang baik. Tidak hanya kesan pertama, mempertahankan image sebagai toko online yang baik dan ramah harus selalu dipertahankan karena keramahan adalah salah satu hal yang dapat membuat pembeli kembali lagi untuk membeli.

2. Membalas Semua Pertanyaan yang Diajukan Pembeli. Terkadang konsumen online akan lebih sering bertanya untuk memastikan barang yang akan dia beli memiliki kualitas yang bagus atau tidak. Kamu sebagai penjual harus membalas semua pertanyaan yang diajukan oleh konsumen agar mereka merasa lebih yakin dengan produk yang dijual. Dengan begitu, mereka

tidak akan ragu untuk lagi untuk membeli di tokomu.

3. Selalu Menyapa dengan Panggilan yang Sopan. Untuk awal yang baik saat dimulainya komunikasi biasanya untuk memanggil konsumen dengan panggilan bapak atau Ibu. Tetapi tergantung juga dari target konsumenmu, panggilan bisa berdasarkan dari usia dan gender. Sebagai komunikasi awal kamu harus memanggil mereka dengan sebutan yang sopan sehingga konsumen merasa lebih dihormati.

4. Tidak Menyalahgunakan Data Pembeli. Dalam proses jual beli online, konsumen otomatis akan memberikan alamat atau nomor telepon secara lengkap karena data tersebut diperlukan untuk transaksi dan

pengiriman barang yang telah dipesan. Walaupun telah diketahui data yang bersifat pribadi itu, penjual tidak berhak untuk menggunakannya diluar kepentingan transaksi. Itu karena privasi konsumen harus selalu dijaga secara rahasia.



Gambar 3 Presentasi Manfaat Menjual di Web
Sumber: Pelaksanaan PKM (2021)

5. Jujur dalam Menuliskan Deskripsi Barang Kejujuran merupakan hal yang penting dalam memulai usaha apapun. Jika kamu tidak jujur sudah pasti usaha kamu tidak akan maju. Salah satu kejujuran yang harus diperhatikan adalah saat kamu menaruh deskripsi penjelasan seputar barang yang kamu jual. Kamu harus memberikan penjelasan yang benar tentang produk. Jika sampai kamu memberikan keterangan palsu, maka konsumen tidak akan percaya pada tokomu.

6. Packing Barang dengan Rapi. Sebagai penutup atau balasan terima kasih kepada konsumen karena telah membeli barang jualan, jangan lupa untuk membungkus barang dengan rapi dan baik agar barang sampai ditujuan dengan selamat dan hal itu menambah kesan baik usahamu di mata konsumen.

Untuk materi terakhir yaitu Trend Belanja Online Selama Pandemi, disampaikan meningkatnya permintaan produk kategori perlengkapan rumah hingga

makanan dan minuman, terjadi peningkatan pembelian kebutuhan esensial dan perlengkapan rumah, mitra brand dan penjual di kategori perlengkapan rumah, makanan dan minuman, serta kebutuhan ibu dan bayi. Untuk itu, selain memastikan ketersediaan stok barang, Shopee (salah satu *e-commerce* besar) juga berupaya untuk menjaga harga produk untuk berada di taraf wajar dan sesuai dengan kondisi pasar. Dengan adanya pandemik virus corona ini juga mengakibatkan peningkatan permintaan sebesar hampir tiga kali lipat, untuk produk hand sanitizer dan masker kain, selama satu bulan pertama penerapan imbauan physical distancing dari pemerintah. Setelah kegiatan penyampaian materi telah selesai dilakukan, maka setiap peserta yang mengikuti kegiatan diberikan kuesioner yang harus diisi. Kuesioner dilakukan sebagai suatu penilaian yang digunakan untuk melihat *feed back* yang diberikan dari para peserta.

Tabel 4. Hasil Pertanyaan Kuesioner untuk Materi

Sumber: Pelaksanaan PKM (2021)

No	Materi					Mean	%
	1	2	3	4	5		
1	4	4	4	4	4	4	100
2	4	4	4	4	4	4	100
3	3	3	3	3	3	3	75
4	4	4	4	4	4	4	100
5	4	4	4	4	4	4	100
6	4	4	4	4	4	4	100
Total						3,83	95,83

Feed back ini digunakan untuk melihat keberhasilan dan kualitas terkait dengan materi presentasi dan workshop yang diberikan dengan isi indikator dibagi menjadi dua poin dari feedback tersebut yang dapat dilihat pada Tabel 4. Hasil Pertanyaan Kuesioner untuk Materi dan Tabel 5. Hasil Pertanyaan Kuesioner untuk Narasumber

Tabel 5. Hasil Pertanyaan Kuesioner untuk Narasumber

Sumber: Pelaksanaan PKM (2021)

No	Materi					Mean	%
	1	2	3	4	5		
1	4	4	4	4	4	4	100
2	4	4	4	4	4	4	100
3	4	4	3	3	3	3,4	85
4	4	4	4	4	4	4	100
5	4	4	4	4	4	4	100
6	4	4	4	4	4	4	100
Total						3,9	97,5

SIMPULAN

Hasil PKM yang disampaikan oleh narasumber dari program studi Sistem Informasi kepada peserta dari RPTRA yaitu sebagian besar dari mereka, beberapa kali sudah melakukan transaksi *e-commerce*, tapi sikap-sikap yang harus dilakukan oleh pembeli di toko *online* banyak yang belum mereka ketahui, seperti cara melakukan transaksi yang aman, dan mencari tahu reputasi penjual itu baru disadari, dan lain-lain menjadikan mereka menerima manfaat yang besar dari materi yang disampaikan.

Karena manfaat yang didapat mereka rasakan, maka hasil umpan balik dari para peserta yang bersifat positif baik dari segi hasil Pertanyaan Kuesioner untuk Materi yang disampaikan dengan hasil nilai rata-rata sebesar 95,83%, serta dari sisi Hasil Pertanyaan Kuesioner untuk Narasumber dengan hasil nilai rata-rata sebesar 97,5 %.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Andriani and M. Afidah, "Evaluasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Dosen Universitas Lancang Kuning," *JUPIIS J. Pendidik. Ilmu-ilmu Sos.*, vol. 12, no. 1, pp. 271–278, 2020.
- [2] Y. M. Geasela, F. S. Lee, D. Y. Bernanda, Agustina, Andrian, "Pemanfaatan Aplikasi Pengolah Presentasi Dalam Mendukung Pembelajaran Di SMA Tarsisius 1 Jakarta," *Jurnal Pengabdian dan*

- Kewirausahaan Vol. 5, No. 1 : pp. 28-35,2021.
- [3] O. Azhari, K. Christianto, D. Y. Bernanda, J. F. Andry, “Aplikasi Android (Scan Eventku) Untuk Mendukung Pembelajaran Registrasi Event,” *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan* Vol. 3, No. 2 : pp. 108-115,2019.
 - [4] Marlina, Y. P. Santoso, Kelvin, J. F. Andry, “Analisis Pengaruh Website Fashion Macada Mia House Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Webqual 4.0,” *Jurnal TEKNOINFO*, Vol. 13, No. 2, pp. 63-70, 2019.
 - [5] D. Hernawati and M. Amin, “Analisis Self Efficacy Mahasiswa Melalui Kemampuan Presentasi di Kelas,” *Educ. Hum. Dev. J.*, vol. 2, no. 1, pp. 26–33, 2017.
 - [6] J. F. Andry, “Analisa Perbandingan Penerapan E-Commerce Terhadap Transaksi Penjualan Konvensional Menggunakan Metode Simple Moving Average,” *Jurnal teknologi Informasi*, Vol. 11, No.1, pp. 19-26, 2015.
 - [7] Maryuliana, I. M. I Subroto, S. F. C. Haviana, “Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert,” *Jurnal Transistor Elektro dan Informatika (TRANSISTOR EI)*, Vol. 1, No. 2, pp. 1-12, 2016.
 - [8] S. Syofian, T. Setiyaningsih, N. Syamsiah, T. Informatika, F. Teknik, and U. D. Persada, “Otomatisasi metode penelitian skala likert berbasis web,” *Prosiding Semnastek*, pp. 1–8, 2015.