

## **Edukasi Peluang dan Tantangan E-Commerce di Era Ekonomi Digital Bagi Generasi Milenial**

**Sandi Tendean<sup>1</sup>, Andre Prasetya Willim<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Widya Dharma Pontianak, Indonesia

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Sandi Tendean

**E-mail:** [sandi\\_t@widyadharm.ac.id](mailto:sandi_t@widyadharm.ac.id)

### **Abstrak**

*Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai sektor, termasuk perdagangan. Salah satu bentuk transformasi paling signifikan yang muncul adalah e-commerce, yang secara drastis mempermudah interaksi antara konsumen dan penjual melalui platform daring. Seiring dengan adanya peluang perkembangan usaha melalui e-commerce, penting untuk memberikan edukasi kepada generasi milenial tentang peluang dan tantangan yang dihadapi dalam dunia e-commerce di era ekonomi digital, serta peran penting teknologi yang mendukung sektor ini. Kegiatan ini dilakukan dengan pendekatan edukatif partisipatif, melibatkan interaksi aktif antara pemateri dan peserta yang terdiri dari siswa-siswi SMA Katolik Santu Petrus Pontianak. Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme yang tinggi dari peserta, yang aktif terlibat dalam diskusi dan menyimak materi dengan baik. Hal ini mencerminkan kesuksesan program dalam membekali generasi milenial dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang dalam ekonomi digital.*

**Kata kunci** – E-commerce, Ekonomi Digital, Pendidikan Partisipatif, Teknologi Digital, Generasi Milenial

### **Abstract**

*Digital technology is developing at a very fast pace, which has profoundly changed several industries, including commerce. E-commerce is one of the most noteworthy advancements in this area since it greatly simplifies the communication between buyers and sellers through internet channels. Given the growth opportunities that e-commerce presents, it is essential to inform the millennial generation about the opportunities and challenges that exist within the e-commerce space within the framework of the digital economy, as well as the critical role that supporting technologies play in this industry. Students from SMA Katolik Santu Petrus Pontianak participated in this effort, which was carried out using a participatory educational strategy that encouraged active participation between the speakers and the audience. The participants in the program showed a high degree of interest, as seen by their active participation in discussions and their attentive engagement with the materials. This demonstrates how well the program has worked to give the millennial generation the information and abilities they need to take advantage of opportunities in the digital economy.*

**Keywords** - E-commerce, Digital Economy, Participatory Education, Digital Technology, Millennial Generation

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang berkembang dengan pesat di Indonesia telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai sektor, termasuk perdagangan. (Permana T. & Andriani P., 2021; Nasution, D. S., Muhammad M. A., & Lalu A. R., 20219) Salah satu bentuk transformasi paling signifikan yang muncul adalah *e-commerce*, yang secara drastis mempermudah interaksi antara konsumen dan penjual melalui platform daring. Jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia terus mengalami kenaikan sejak 2020. Pada 2023 tercatat sebanyak 58,63 juta pengguna, dan jumlah ini diproyeksikan akan melonjak hingga 99,1 juta pengguna pada 2029. (Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2024) Generasi milenial yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan digital, memainkan peran penting dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi ini, baik sebagai konsumen maupun penggerak bisnis.

Dalam konteks ekonomi digital, *e-commerce* menciptakan peluang yang sangat besar. Kemudahan akses ke pasar yang lebih luas, efisiensi biaya operasional, serta kemampuan menjangkau konsumen secara global tanpa batasan geografis merupakan beberapa keuntungan utama. (Rosmawarni, et al., 2024) Seiring dengan hadirnya peluang ini, penting juga untuk memberikan edukasi yang menyeluruh mengenai ekonomi digital dan teknologi yang mendukung *e-commerce*, (Astuti, et al., 2023) terutama kepada generasi milenial yang diharapkan menjadi pelopor dalam bisnis masa depan. Mereka perlu memahami aspek teknis, seperti penggunaan platform digital, dan aspek strategis, seperti pemasaran digital serta pengelolaan data.

Namun, di balik semua peluang ini, tantangan yang signifikan tetap ada. Persaingan yang semakin ketat antara pelaku bisnis, tren konsumen yang terus berubah dengan cepat, serta masalah keamanan data dan privasi adalah beberapa kendala utama yang perlu diatasi. Generasi milenial perlu memiliki keterampilan digital yang kuat dan kemampuan adaptasi yang tinggi untuk merespons perkembangan teknologi secara cepat dan efisien. Mengembangkan keahlian yang relevan sangatlah penting agar mereka dapat bersaing dan bertahan di tengah persaingan *e-commerce* yang semakin kompetitif.

Melihat berbagai tantangan dan peluang ini, diperlukan langkah nyata dalam memberikan pendidikan yang memadai bagi generasi milenial, terutama di kalangan siswa sekolah. Kegiatan ini bertujuan untuk memberi mereka pemahaman yang mendalam tentang ekonomi digital dan peran teknologi, khususnya di sektor *e-commerce*. Selain itu, kegiatan edukasi ini juga diharapkan dapat membekali peserta didik dengan keterampilan yang dibutuhkan agar mampu beradaptasi dengan cepat terhadap dinamika ekonomi digital yang terus berkembang.

## METODE

Pelaksanaan kegiatan ini dirancang menggunakan metode yang efektif untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada generasi milenial mengenai peluang dan tantangan yang dihadapi dalam dunia *e-commerce*. Dalam pelaksanaannya, para peserta didik menerima edukasi yang mencakup gambaran umum tentang ekonomi digital serta peran penting teknologi sebagai penggerak utama di balik transformasi ekonomi digital, dengan fokus khusus pada *e-commerce* sebagai salah satu sektor yang berkembang pesat.

### a. Waktu, Tempat, dan Peserta

Kegiatan edukasi ini dijadwalkan berlangsung pada tanggal 22 Maret 2024, dengan jumlah peserta sebanyak 51 siswa dari kelas 11 SMA Katolik Santu Petrus Pontianak. Para peserta berasal dari kelas 11F1, 11F3, 11F4, dan 11F5. Pelaksanaan kegiatan terbagi menjadi dua sesi: Sesi pertama dimulai pukul 12.40 WIB dan berakhir pukul 14.00 WIB, sedangkan sesi kedua berlangsung dari pukul 14.10 WIB hingga pukul 15.30 WIB. Seluruh kegiatan dilaksanakan di Gedung Constantini, Lantai 2, Ruang C.201, di SMA Katolik Santu Petrus Pontianak. Lokasi ini dipilih karena fasilitas yang memadai dan suasana yang kondusif untuk kegiatan pembelajaran.

b. Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan edukatif partisipatif, yang melibatkan interaksi aktif antara pemateri dan peserta. Seminar ini didukung oleh berbagai media pembelajaran, seperti presentasi visual, materi pendukung dari studi literatur, dan hasil penelitian terkini tentang *e-commerce* dan ekonomi digital. Pada awal sesi, peserta diberikan pemahaman mendasar tentang topik yang dibahas, seperti konsep ekonomi digital, peran teknologi dalam mendukung bisnis *e-commerce*, dan tantangan yang mungkin dihadapi. Setelah itu, diskusi interaktif diadakan untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang relevan dan dapat diimplementasikan oleh peserta dalam konteks kehidupan sehari-hari atau lingkungan sekolah mereka. Tujuan dari metode ini adalah agar peserta tidak hanya memperoleh wawasan teoritis tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan yang mereka dapatkan secara praktis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan edukasi ini dilaksanakan dalam bentuk seminar dan diskusi interaktif yang bertujuan untuk memberikan pemahaman komprehensif kepada peserta tentang berbagai aspek ekonomi digital dan *e-commerce*. Kegiatan ini dibagi menjadi dua sesi, di mana setiap sesi berfokus pada topik yang berbeda namun saling berkaitan.

Sesi pertama yang berlangsung dari pukul 12:40 hingga 14:00 WIB, memberikan pengantar tentang disrupsi digital dan bagaimana fenomena ini mengubah berbagai aspek ekonomi. Peserta juga diperkenalkan pada teknologi-teknologi utama yang menopang ekonomi digital, seperti kecerdasan buatan (AI), *big data*, dan *Internet of Things* (IoT). Selain itu, sesi ini membahas manfaat dan potensi besar ekonomi digital di Indonesia, yang diproyeksikan akan terus berkembang pesat, serta kontribusi *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Peserta juga diajak untuk memahami hal penting lainnya seperti tantangan-tantangan yang dihadapi Indonesia dalam mengembangkan ekonomi digital, termasuk infrastruktur teknologi, regulasi, dan literasi digital. Materi pada sesi pertama dirancang untuk memberikan fondasi yang kuat bagi peserta, agar mereka dapat memahami gambaran besar tentang bagaimana digitalisasi mengubah cara bisnis dijalankan.

Sesi kedua yang berlangsung dari pukul 14:10 hingga 15:30 WIB, lebih mendalam membahas teknologi yang mendukung *e-commerce*. Peserta diberikan pemahaman tentang infrastruktur teknologi penting yang menjadi tulang punggung bagi operasional *e-commerce*, seperti jaringan internet yang andal, *cloud computing*, dan platform *e-commerce*. Selain itu, sesi ini membahas secara rinci proses transaksi digital, mulai dari cara kerja sistem manajemen inventori hingga mekanisme pengiriman barang. Sistem pembayaran digital, seperti dompet elektronik (*e-wallet*) dan *payment gateway*, juga dibahas sebagai elemen kunci dalam mendukung kelancaran transaksi *e-commerce*. Materi juga mencakup berbagai faktor lain yang memengaruhi kesuksesan *e-commerce*, termasuk keamanan siber, strategi pemasaran digital, dan pengalaman pelanggan yang dioptimalkan. Materi pada sesi kedua memberikan pandangan mendalam tentang elemen-elemen teknis yang diperlukan untuk mengoperasikan bisnis *e-commerce* yang sukses.



**Gambar 1.**  
Kondisi Saat Penyampaian Materi Berlangsung



**Gambar 2.**  
Foto Bersama Usai Kegiatan

Selain sesi pemberian materi, kegiatan ini juga melibatkan diskusi interaktif dengan peserta. Diskusi ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman mereka tentang materi yang telah disampaikan, sekaligus memfasilitasi ruang bagi peserta untuk menyampaikan pertanyaan, berbagi pengalaman, dan mengembangkan gagasan baru. Dengan demikian, diskusi ini juga berfungsi untuk mendorong kreativitas peserta dalam melihat peluang baru yang muncul dari perkembangan *e-commerce*. Peserta didorong untuk menemukan potensi inovatif dalam memanfaatkan teknologi digital guna mengembangkan ide bisnis atau solusi yang relevan dengan kebutuhan pasar di era digital ini.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan edukasi tentang peluang dan tantangan *e-commerce* di era ekonomi digital bagi generasi milenial berhasil dilaksanakan dengan baik dan mencapai tujuannya. Para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan, tidak hanya dengan menyimak materi yang disampaikan, tetapi juga melalui partisipasi aktif dalam diskusi interaktif. Hal ini mencerminkan

adanya minat besar terhadap perkembangan teknologi digital dan potensi *e-commerce* sebagai bagian dari masa depan ekonomi. Melalui dua sesi yang telah dirancang, peserta mendapatkan wawasan komprehensif tentang peran penting teknologi digital dalam menggerakkan ekonomi modern, serta tantangan yang perlu diatasi untuk memanfaatkan peluang ini secara maksimal. Diskusi yang melibatkan peserta juga berhasil membuka ruang untuk mengajukan pertanyaan kritis dan berbagi ide, yang semakin memperkuat pemahaman mengenai topik yang dibahas.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak SMA Katolik Santu Petrus Pontianak, terutama Ibu Wahju Indah, S.E., M.E. selaku Koordinator MGMP Studi Sosial yang telah memprakarsai dan memfasilitasi serta mensukseskan kegiatan ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aprilia, N. D., Surryanto D. W., & Herlina JR. S.. (2021). Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertahanan*. 7(2). 245-259.
- Astuti, T., Abdurrozzaq H., H. S., Sri H., Imam P. G., Mochammad I. A., Muhammad S., Dyah N. I., & Baso I.. (2023). *Perkembangan Ekonomi Dan Konsep Ekonomi Digital*. Tanjungmekar: CV Saba Jaya Publisher.
- Nasution, D. S., Muhammad M. A., & Lalu A. R.. (2019). *Ekonomi Digital*. Mataram : Universitas Islam Negeri Mataram.
- Permana, T., & Andriani P.. (2021). Studi Ekonomi Digital Indonesia. *Jurnal Simki Economic*. 4(2). 161-170.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan. (2024). *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023*. Diakses dari: <https://satudata.kemendag.go.id/ringkasan/produk/perdagangan-digital-e-commerce-indonesia-periode-2023>
- Rosmawarni, Neni, Fauziah, Muhammad B. R., Amaliah K., Yunita F. A., Herly N., Ari W., Budi H., M Arief R., Indri A., & Siti M.. (2024). *E-Commerce*. Yogyakarta: Penamuda Media.