

IMPLEMENTASI PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL BAGI WARGA BELAJAR PAKET C DI PKBM GENERASI MANDIRI

Afrinda Rizky Fadilla, A. Ismail Lukman, Muhamad Alisalman

Universitas Mulawarman

Email: afrindarizkyfadilla27@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih mendalam pelaksanaan program pelatihan pemasaran digital dan faktor yang mempengaruhi keberhasilan proses pelatihan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan informan penelitian yaitu instruktur pelatihan, warga belajar paket C dan pengelola PKBM Generasi Mandiri. Analisis data dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital marketing dilaksanakan dengan tahapan persiapan dengan memberikan apersepsi untuk meningkatkan motivasi belajar peserta pelatihan atau warga belajar paket C. Selanjutnya pelaksanaan pelatihan dengan proses pembelajaran yang menggunakan metode ceramah untuk penyampaian materi dan praktek. Penggunaan metode praktek dilaksanakan untuk membekali peserta pelatihan pengalaman langsung keterampilan yang dilatihkan. Tahapan terakhir adalah evaluasi untuk menilai tingkat keterserapan materi pembelajaran.

Kata Kunci: Pelatihan, Pendidikan Nonformal, Pemasaran Digital

ABSTRACT

This study aims to examine more deeply the implementation of digital marketing training programs and the factors that influence the success of the training process. This research uses qualitative research approach and descriptive research type. Data collection in this study used interview techniques with research informants, namely training instructors, residents learning package C and PKBM Generasi Mandiri managers. Data analysis using data reduction, data presentation, and conclusions. Data validity checking techniques use source triangulation and triangulation techniques. The results showed that digital marketing training was carried out with preparatory stages by providing perceptions to increase the learning motivation of trainees or residents learning package C. Furthermore, the implementation of training with a learning process that uses the lecture method for the delivery of material and practice. The use of practical methods is carried out to equip trainees with direct experience of the skills trained. The last stage is evaluation to assess the level of absorption of learning material.

Keywords: Training, Nonformal Education, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini memungkinkan masyarakat menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari – hari. Sehingga teknologi merupakan satu kebutuhan yang harus dipenuhi. Masyarakat yang ada saat ini hidup di dalam teknologi termasuk teknologi digital di dalam memenuhi kebutuhannya. Kehidupan saat ini merupakan kehidupan modern yang menjadikan keperluan masyarakat dapat diselesaikan dengan praktis (Juliyani, 2021). Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjanjikan kemudahan bagi

semua masyarakat. Perkembangan teknologi digital dapat memudahkan masyarakat karena adanya jaringan internet yang saat ini mudah diakses dimanapun dan kapanpun.

Perkembangan teknologi yang ada saat ini berdampak pada sektor perdagangan yang modern. Contoh yang nyata saat ini masyarakat yang biasanya belanja di pasar secara langsung, bisa menggunakan aplikasi untuk belanja. Contoh ini menjadikan teknologi merupakan bagian yang harus dihadapi. Adanya teknologi digital yang semakin canggih masyarakat dapat menggunakan untuk

berbagai keperluan terutama dalam bidang pemasaran atau *marketing*. Pemasaran digital (*Digital Marketing*) merupakan pemasaran yang tergantung pada teknologi digital (Arumsari et al., 2022). *Digital Marketing* merupakan salah satu kecanggihan dalam pemasaran yang menggunakan jaringan internet (Jamiat & Supyansuri, 2020). Berdasarkan hal tersebut teknologi digital khususnya pada pemasaran digital atau *digital marketing* merupakan tantangan baru saat ini. Kemajuan teknologi yang ada saat ini dituntut untuk memiliki kecerdasan dan keterampilan bagi masyarakat (Asmal et al., 2022). Sehingga kecakapan atau keterampilan dalam menguasai pemasaran digital menjadi keterampilan yang harus dikuasai khususnya bagi masyarakat yang ada pada dunia bisnis. Masyarakat perlu disiapkan untuk dapat mengakses pemasaran digital.

Upaya memampukan masyarakat dapat dilaksanakan melalui jalan yang disebut dengan pendidikan. Pendidikan merupakan upaya dalam meningkatkan keterampilan masyarakat. Pendidikan merupakan upaya dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (Baniah et al., 2021; Lukman, 2021). Pendidikan merupakan dasar sebagai upaya untuk peningkatan kapasitas manusia (Murdani et al., 2022). Pendidikan sebagai upaya dalam peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat yang lebih baik (Astuti et al., 2022). Berdasarkan hal tersebut, penyiapan masyarakat akan kapasitas untuk mampu dalam pemasaran digital dapat dilaksanakan melalui pendidikan. Pada implementasinya, pendidikan tidak hanya dilaksanakan melalui pendidikan formal (Suhartini et al., 2022). Pendidikan nonformal merupakan jalan untuk peningkatan pendidikan bagi orang dewasa (Saraka, 2020). Sehingga orang dewasa yang akan meningkatkan pendidikan untuk peningkatan kecakapan pemasaran digital dapat dilaksanakan melalui pendidikan nonformal.

Pendidikan nonformal dilaksanakan dalam berbagai jenis program salah satunya adalah program pelatihan. Pelatihan merupakan jenis pendidikan nonformal yang bertujuan untuk meningkatkan kecakapan bagi masyarakat. Pelatihan dilaksanakan sebagai upaya dalam meningkatkan keahlian masyarakat (Ghufron & Saraka, 2021). Pelatihan dilaksanakan sebagai upaya dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat (Riyadi, 2020). Oleh karena itu, pelatihan sebagai jalan dalam peningkatan kapasitas masyarakat (Opitasari et al., 2022). Berdasarkan hal tersebut upaya dalam meningkatkan kapasitas dalam pemasaran digital dapat dilaksanakan melalui pelatihan.

Pusat Kegiatan Belajar Mandiri (PKBM) Generasi Mandiri di Kota Balikpapan telah berhasil dalam melaksanakan pelatihan pemasaran digital. Pelatihan pemasaran digital dilaksanakan dengan sasaran adalah peserta atau warga belajar pendidikan kesetaraan paket C. Warga belajar paket C ini telah memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana implementasi pelatihan yang dilaksanakan oleh PKBM Generasi Mandiri dalam rangka peningkatan kecakapan pemasaran digital bagi warga belajar paket C.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif karena sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengkaji secara mendalam bagaimana pelaksanaan pelatihan pemasaran digital serta faktor apa saja yang mendukung keberhasilan program pelatihan pemasaran digital di PKBM Generasi Mandiri Balikpapan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif berupa deskripsi data hasil penelitian di lapangan.

Pengumpulan data pada penelitian

ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa teknik wawancara, observasi, dan studi dokumen. Wawancara dilaksanakan dengan tanya jawab antara peneliti dengan informan penelitian. Informan pada penelitian ini adalah instruktur pelatihan, warga belajar paket C, dan pengelola PKBM Generasi Mandiri. Teknik observasi dilaksanakan dengan mengamati langsung proses pelatihan yang dilaksanakan. Serta studi dokumen berkaitan dengan dokumen yang berkaitan dengan pelatihan yang diteliti. Data yang diperoleh dari penelitian menjadi dua yaitu, sumber primer yang berasal dari data hasil wawancara. Sedangkan data sekunder pada penelitian ini berasal dari data hasil observasi dan studi dokumen.

Pada penelitian ini analisis data dilaksanakan dengan merujuk pada analisis data *Miles and Huberman* yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2010). Reduksi data dilaksanakan oleh peneliti dengan memilah data hasil penelitian karena data dari pengumpulan data merupakan data mentah. Selanjutnya penyajian data dengan menarasikan data dan penarikan kesimpulan untuk menyimpulkan temuan penelitian yang sebelumnya dikaji dengan referensi terkait dengan temuan penelitian. Pengecekan keabsahan data dilaksanakan melalui triangulasi sumber dengan membandingkan data hasil penelitian berdasarkan sumber yang berbeda pada penelitian ini membandingkan data dari informan satu ke informan lainnya. Triangulasi teknik membandingkan data hasil wawancara dengan data dari observasi dan studi dokumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Program Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Warga Belajar Paket C di PKBM Generasi Mandiri

Pelaksanaan pelatihan yang dilaksanakan di PKBM Mandiri adalah pelatihan kecakapan pemasaran digital. Program pelatihan ini dilaksanakan sebagai upaya dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan Warga Belajar Paket C dalam pemasaran digital. Dalam pelaksanaannya program pelatihan sendiri dilaksanakan dalam tahapan pembelajaran karena proses pelatihan sendiri merupakan proses dalam pendidikan nonformal.

A. Pelaksanaan Pengelolaan Program

Pelaksanaan program pelatihan merupakan kegiatan inti yang mana dalam pelaksanaannya meliputi persiapan pelatihan dan tahap pelaksanaan yang dilaksanakan dalam pelatihan *digital marketing*. Pelatihan dilaksanakan melalui proses pembelajaran yang melibatkan instruktur sebagai pendidik dan peserta didik atau warga belajar paket C. Proses persiapan yang dilaksanakan oleh instruktur pada pelatihan diawali dengan memberikan motivasi kepada peserta pelatihan bahwa peserta pelatihan memiliki potensi yang bisa dikembangkan melalui pelatihan. Proses awal ini dilaksanakan oleh instruktur pelatihan dengan memberikan motivasi belajar. Apersepsi dilaksanakan oleh pendidik untuk menarik perhatian peserta didik dan merangsang motivasi belajar pada peserta didik (Mariska et al., 2013; Satria & Kusumah, 2019). Proses ini dilaksanakan untuk menyiapkan peserta didik atau warga belajar dalam mengikuti kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan.

Pada tahapan selanjutnya pelaksanaan kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan penyampaian materi menggunakan ceramah. Instruktur pelatihan menyampaikan

materi terkait dengan pemasaran digital. Pada tahapan ini juga peserta pelatihan instruktur juga menggunakan metode praktek sehingga peserta atau warga belajar Paket C memiliki keterampilan dalam pemasaran digital. Melalui metode praktek peserta pelatihan akan memiliki pengalaman belajar langsung akan materi yang diajarkan (Ghufron & Saraka, 2021). Sehingga peserta pelatihan dapat berpartisipasi aktif dengan menggunakan metode praktek (Rappe & Wahyuni, 2021). Penggunaan metode praktek akan menjadikan peserta pelatihan langsung dapat mengangaplikasikan langsung keterampilan yang dilatihkan (Fitriani et al., 2019). Penggunaan metode praktek memudahkan peserta pelatihan memiliki kesempatan dalam mencoba langsung keterampilan yang dilatihkan. Sehingga penguasaan keterampilan akan benar – benar dikuasai oleh peserta pelatihan. Pada pelaksanaan pelatihan khususnya pelatihan pemasaran digital, instruktur pelatihan dapat melaksanakan pelatihan dengan menggunakan metode praktek dan ceramah.

B. Evaluasi Program Pelatihan Digital Marketing

Tahapan akhir pada pelaksanaan pelatihan adalah tahapan evaluasi atau penilaian hasil pembelajaran atau penilaian. Evaluasi dilaksanakan untuk menilai tingkat keterserapan materi pelatihan pada peserta pelatihan (Mustangin et al., 2021). Evaluasi adalah proses terstruktur untuk dapat menentukan atau mengambil keputusan, sehingga mengetahui sejauh mana tujuan pembelajaran telah dicapai oleh peserta didik (Normayani et al., 2022). Evaluasi merupakan tahapan penting dalam pelaksanaan pembelajaran khususnya pelaksanaan pelatihan.

Evaluasi pelatihan *digital marketing* tidak dilakukan dalam bentuk ujian melainkan dari pengamatan yang dilakukan oleh instruktur melalui unjuk kerja yang dilakukan

warga belajar selama proses pembelajaran. Instruktur program pelatihan mengevaluasi program pada saat ujian praktek yang dilaksanakan oleh peserta pelatihan atau warga belajar paket C. Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan program pelatihan kewirausahaan *digital marketing* pada peserta program kesetaraan paket C di PKBM Generasi Mandiri Kota Balikpapan

Faktor Pendukung Keberhasilan Program Pelatihan Pemasaran Digital Marketing di PKBM Generasi Mandiri

Proses pelatihan akan berhasil karena ada faktor yang mendukung keberhasilan program yang pelatihan itu sendiri. Hal ini juga terjadi pada pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan pada PKBM Generasi Mandiri. Faktor pendukung program pelatihan pemasaran yaitu adanya sarana dan prasarana sebagai fasilitas pelatihan yang memadai. Faktor pendukung dari sarana dan prasarana yaitu disediakannya fasilitas yang cukup memadai seperti di sediakannya ruangan kelas, LCD, laptop dan jaringan internet. Proses pembelajaran dipengaruhi oleh adanya fasilitas pembelajaran (Mustangin et al., 2022). Proses pembelajaran atau proses pelatihan akan berjalan lancar jika fasilitas belajar memadai.

Pengajaran atau cara mengajar instruktur dalam pelaksanaan pelatihan *digital marketing* sangat mendukung dalam pelatihan ini dengan instruktur yang profesional. Sehingga peserta pelatihan merasa nyaman saat proses pelatihan dilaksanakan. Pendidik merupakan komponen utama dalam sistem pendidikan, peran dan tanggung jawab pendidik merupakan hal terpenting untuk memastikan bahwa sistem pembelajaran yang dirancang telah berjalan optimal (Suryaningi & Ramadhan, 2021). Pendidik yang berkualitas merupakan faktor pendukung keberhasilan program pendidikan karena pendidik berkualitas mampu merumuskan metode pengajaran yang sesuai untuk peserta

didiknya (Wahyuni, 2021). Proses pembelajaran atau pelatihan di PKBM Generasi Mandiri berjalan dengan lancar karena adanya instruktur yang berkualitas dan bertanggung jawab dalam melaksanakan pelatihan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pelaksanaan program pelatihan kewirausahaan *digital marketing* pada peserta paket c di PKBM Generasi Mandiri Balikpapan dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program pelatihan kewirausahaan *digital marketing* terdiri tahap proses pelaksanaan yang terdiri dari 2 (dua) tahapan yaitu pemberian motivasi dan proses pembelajaran dan tahap evaluasi yang dilakukan tidak dalam bentuk ujian melainkan dari pengamatan hanya dalam bentuk pemberian informasi dari instruktur. Faktor Pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan yaitu sarana dan prasarana dan instruktur yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92–101. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Asmal, A., Masruhim, M. A., & Suryaningsi, S. (2022). Pengembangan Media Pembelajaran Matematika Dengan Jam Sudut Pizza di Kelas IV SDN 009 Samarinda Ulu. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(6), 1273–1284.
- Astuti, D. I., Saraka, S., Winarti, H. T., Lukman, A. I., & Mustangin, M. (2022). Analisis Pemberdayaan Perempuan Berbasis Keterampilan Budidaya Tanaman Hidroponik. *Masyarakat Madani*, 7(2), 52–64.
- Baniah, E. N. S., Riyadi, & Singal, A. R. (2021). Analisis Penyelenggaraan Pelatihan Keterampilan Menjahit Busana Wanita Bagi Peserta Pelatihan di LKP Rachma Kota Samarinda. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 75–80. <https://doi.org/10.30872/lis.v2i2.938>
- Fitriani, R. D., Hendrawijaya, A. T., & Ariefianto, L. (2019). Peran Metode Praktek Dalam Penguasaan Keterampilan Berbahasa Inggris Peserta Pelatihan Di Lkp Andi'S English Course Buduan Kabupaten Situbondo. *Learning Community: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 3(1), 49–53. <https://doi.org/10.19184/jlc.v3i1.13573>
- Ghufron, M., & Saraka, S. (2021). Proses Pelatihan Keahlian Kayu Bagi Karang Taruna Oleh CSR Pertamina Terminal Fuel Samarinda. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 75–80.
- Jamiat, N., & Supyansuri, C. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 21–41. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i1.406>
- Juliyani, M. (2021). Dampak Positif dan Negatif Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Mahasiswa PPKn STKIP Labuhanbatu. *Civitas (Jurnal Pembelajaran Dan Ilmu Civic)*, 7(2), 41–44. <https://doi.org/10.36987/civitas.v7i2.3535>
- Lukman, A. I. (2021). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pendidikan Nonformal di PKBM Tiara Dezzy Samarinda. *DIKLUS: Jurnal Pendidikan*

- Luar Sekolah, 5(2), 180–190.
<https://doi.org/10.21831/diklus.v5i2.43669>
- Mariska, M., Kurniawan, Setyadi, E., & Fatmaryanti, Siska, D. (2013). Efektivitas Pemberian Apersepsi dan Motivasi dalam Meningkatkan Pemahaman Konsep Siswa pada Pokok Bahasan Gaya SMP Negeri 13 Purworejo. *Radiasi: Jurnal Berkala Pendidikan Fisika*, 3(2), 160–165.
- Murdani, W. K., Mustangin, M., Lukman, A. I., & Singal, A. R. (2022). Studi Penyebab Putus Sekolah Warga Belajar Program Kesetaraan Paket C Di PKBM Kedondong Samarinda. *Kompetensi*, 15(1), 66–73.
<https://doi.org/10.36277/kompetensi.v15i1.68>
- Mustangin, Akbar, M. F., & Sari, W. N. (2021). Analisis Pelaksanaan Program Pendidikan Nonformal Bagi Anak Jalanan. *International Journal of Community Service Learning*, 5(3), 234–241. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v5i3>
- Mustangin, M., Winarti, H. T., Lukman, A. I., Akbar, M. F., & Iqbal, M. (2022). Analysis of Factors Influencing the Success in Implementing Non- Formal Education Programs for MSMEs Actors in Rumah BUMN Samarinda. *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 9(1), 14–25.
<https://doi.org/10.21831/jppm.v9i1.47115>
- Normayani, N., Suryaningsi, S., & Warman, W. (2022). Teacher Self-Confidence in Evaluating Online Learning at Junior High School 39 Samarinda. *Unmul Civic Education Journal*, 5(1), 76–89.
<https://doi.org/10.30872/v5i1.1276>
- Opitasari, O., Ridwan, R., & Lukman, A. I. (2022). Peran Instruktur Dalam Proses Pembelajaran Kursus Mengemudi Di Lembaga Kursus Dan Pelatihan (Lkp) Borneo Samarinda. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 90–97.
<https://jurnal.fkip.unmul.ac.id/index.php/l/article/view/1165>
- Rappe, E. F., & Wahyuni, S. (2021). Analisis Proses Pelatihan Pemanfaatan Sampah Plastik Menjadi Kerajinan Tangan Guna Meningkatkan Kreativitas Masyarakat oleh CSR Pertamina Fuel Samarinda. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 69–74.
- Riyadi, R. (2020). Hubungan antara Hasil Pelatihan dengan Tingkat Penerapan Teknologi Padi Sawah. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 1–11.
<https://doi.org/10.30872/l.v1i1.254>
- Saraka, S. (2020). Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Pendidikan Non-Formal di Kampung Inggris Kediri. *Lingua*, 17(1), 79–94.
<https://doi.org/10.30957/lingua.v17i1.629>
- Satria, I., & Kusumah, R. G. T. (2019). Analisis Keterkaitan Motivasi Dan Apersepsi Terhadap Hasil Belajar IPS. *Indonesian Journal of Social Science Education (IJSSE)*, 1(1), 114–123.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bandung (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suhartini, S., Mustangin, M., Lukman, A. I., & Winarti, H. T. (2022). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga dalam Pengolahan Keripik Ikan Bawis pada Industri Rumahan Abadi Rasa. *Progress in Social Development*, 3(2), 87–93.
<https://doi.org/10.30872/psd.v3i2.42>
- Suryaningsi, S., & Ramadhan, A. A. (2021). Good Citizen: the Responsibility of Teachers To Shape the Character of Man 1 Samarinda Students During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(2), 117–124.
<https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawal>

aindonesia.v1i2.488

Wahyuni, S. (2021). Peran Pamong Belajar: Studi Naturalistik terhadap Pamong Belajar dalam Melaksanakan Layanan Program Pendidikan Non Formal. *Pepatudzu: Media Pendidikan Dan*

Sosial Kemasyarakatan, 17(2), 102–114.
<https://doi.org/10.35329/fkip.v17i2.1841>