

ABDIMAS UNIVERSAL

<http://abdimasuniversal.uniba-bpn.ac.id/index.php/abdimasuniversal>

DOI: <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v3i2.120>

Received: 25-05-2021

Accepted: 22-10-2021

Pengembangan Keterampilan Guru Melalui Pelatihan Pengelolaan Media Pemasaran Berbasis Digital

Laser Narindro^{1*}; Rully Mardjono¹; Dimmas Mulya¹; Elfira Febriani Harahap²

¹Jurusan Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri, Universitas Trisakti

²Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri, Universitas Trisakti

¹laser.narindro@trisakti.ac.id

Abstrak

Untuk mencetak Tenaga Kerja Siap Pakai (TKSP) untuk Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI) di era industri 4.0 mengharuskan lembaga pendidikan seperti Sekolah dapat memenuhi capaian kurikulum berbasis wirausaha melalui program Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) yang telah ditargetkan oleh Pemerintah untuk mendukung menciptakan lulusan yang memiliki jiwa, pengetahuan dan keterampilan dalam hal pemasaran produk menggunakan media digital. Untuk mendukung hal tersebut maka salah satu upayanya adalah melalui pelatihan pembuatan aplikasi pemasaran berbasis web dan strategi digital marketing untuk Guru agar dapat menggunakan tools CMS berupa aplikasi *wordpress* dan strategi pemasaran menggunakan *tools Google Adsense* guna memberikan pemahaman dan keterampilan yang dibutuhkan. Adapun tujuan dari pelatihan keterampilan ini adalah agar membantu para Guru untuk dapat memiliki inovasi dalam kegiatan belajar mengajar dan membuat acuan materi ajar yang diberikan kepada peserta didik di kelas. Mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 40 Jakarta. Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah ceramah dalam pemberian materi dan pelatihan keterampilan untuk Guru. Adapun sebesar 20,8% responden cukup mengerti, 50% responden mengerti dan 29,2% responden sangat mengerti terhadap materi yang diberikan pada saat pelatihan keterampilan yang diberikan.

Kata Kunci: Guru, *wordpress*, *ecommerce*, *digital marketing* dan SMK

Abstract

*To make labor for the Business and Industrial Sectoral in the industrial era 4.0 requires educational institutions such as schools to fulfill entrepreneurial-based curriculum achievements through the Entrepreneurial Maker School program which has been targeted by the Government to support creating graduates who has the soul, knowledge and skills in marketing products using digital media. To support this, one of the efforts is through training on making web-based marketing applications and digital marketing strategies for this teacher for using CMS tools in the form of *wordpress* applications and marketing strategies using *Google Adsense* tools to provide the needed understanding and skills. The purpose of this skills training is to help teachers be able to have innovations in teaching and learning activities and make reference to teaching materials that are given to students in class. This community service activity partner is the 40 Jakarta State Vocational High School. The methods used are lectures in providing materials and skills training for teachers. As for 20.8% of respondents quite understand, 50% of respondents understand and 29.2% of respondents really understand the material provided during the skills training provided.*

Keywords: Teacher, *wordpress*, *ecommerce*, *digital marketing* and vocational high school

1. Pendahuluan

Kegiatan belajar mengajar pada lembaga pendidikan dalam hal ini adalah sekolah merupakan kegiatan yang melibatkan interaksi dua arah yang melibatkan komunikasi antara tenaga pendidik dengan peserta didik. Pada kegiatan belajar mengajar dimana terdapat proses penyampaian pesan berupa materi pembelajaran antara pengirim (tenaga pendidik) kepada penerima (peserta didik). Dalam kegiatan belajar mengajar, pemilihan media pembelajaran yang tepat untuk mendukung kegiatan tersebut, sangat dibutuhkan karena materi dan hasil pembelajaran harus terukur dan akurat serta efisien dari segi biaya dan waktu. Hal tersebut, menyebabkan peranan media

pembelajaran menjadi dibutuhkan karena tanpa media pembelajaran tidak dapat berjalan secara optimal.

Dari data yang diperoleh dari LPMP Provinsi DKI Jakarta (2019), menyatakan bahwa rapor mutu pendidikan dari satuan pendidikan yang terdapat pada lingkungan Provinsi DKI Jakarta, untuk capaian mutu pendidikan dinilai berdasarkan 8 SNP. Standar yang terdapat pada SNP yaitu :1) Standar Kompetensi Lulusan; 2) Standar Isi; 3) Standar Proses; 4) Standar Penilaian Pendidikan; 5) Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan; 6) Standar Sarana dan Prasarana Pendidikan; 7) Standar Pengelolaan Pendidikan; dan 8) Standar Pembiayaan. Adapun capaian mutu pendidikan untuk satuan pendidikan yang terdiri dari per indikator

serta sub indikator dari setiap standar. Kategori capaian mutu pendidikan tersebut dapat dilihat melalui tabel 1.

Tabel 1. Indeks Capaian Mutu Sekolah

Nilai	Keterangan	Kategori	Capaian (%)
0.00 – 2.04	Mengarah SNP 1	★	0.00%-29.14%
2.05 – 3.70	Mengarah SNP 2	★★	29.15%-52.86%
3.71 – 5.06	Mengarah SNP 3	★★★	52.87%-72.29%
5.07 – 6.66	Mengarah SNP 4	★★★★	72.30%-95.14%
6.67 – 7.00	Memenuhi SNP	★★★★★	95.15%-100%

Sumber: LPMP Provinsi DKI Jakarta (2019)

Untuk kategori capaian SNP pada sekolah dilambangkan dengan notasi bintang sesuai dengan level capaian penilaian SNP. Adapun capaian rapor mutu pendidikan untuk semua jenjang pendidikan yang berada pada lingkungan Provinsi DKI Jakarta dari tahun 2016 hingga tahun 2018 dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Indeks Capaian Mutu Sekolah Tahun 2016 Hingga Tahun 2018

Jenjang Pendidikan	Capaian Rapor Mutu Tahun		
	2016	2017	2018
SD	4.87	5.47	5.59
SMP	4.55	5.27	5.51
SMA	4.91	5.27	5.54
SMK	4.42	5.27	5.42

Sumber: LPMP Provinsi DKI Jakarta (2019)

Dari laporan perta mutu pendidikan yang dikeluarkan oleh LPMP Provinsi DKI Jakarta menyampaikan bahwa capaian Standar Tenaga Pendidik dan Kependidikan memperoleh capaian penilaian mutu pendidikan yang rendah ke dua jika dibandingkan capaian mutu pada standar lainnya dengan nilai rerata 4,17 dan dalam kategori bintang 3. Untuk melihat capaian mutu pendidikan pada jenjang pendidikan SMK pada wilayah Jakarta dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Capaian Mutu Sekolah Per Standar Untuk Jenjang SMK

No.	Nama Standar	Penilaian pada tahun 2018		Kinerja
		Skor	Kategori	
1	Standar Kompetensi Lulusan	6,35	★★★★★	
2	Standar Isi	5,70	★★★★★	
3	Standar Proses	6,13	★★★★★	
4	Standar Penilaian Pendidikan	5,87	★★★★★	
5	Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan	4,17	★★★	
6	Standar Sarana dan Prasarana Pendidikan	4,06	★★★	
7	Standar Pengelolaan Pendidikan	5,78	★★★★★	
8	Standar Pembiayaan	6,16	★★★★★	

Sumber: LPMP Provinsi DKI Jakarta (2019)

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh SMK Negeri 40 Jakarta adalah sebagai berikut:Belum tersedianya aplikasi pemasaran berbasis *web* untuk saran mempromosikan produk unggulan hasil karya yang telah dihasilkan oleh tenaga pendidik dan peserta;

- Belum tersedianya aplikasi pemasaran berbasis *web* untuk saran mempromosikan produk unggulan hasil karya yang telah dihasilkan oleh tenaga pendidik dan peserta;
- Kompetensi keahlian yang dimiliki para tenaga pendidik dan peserta didik memiliki keterbatasan keilmuan dan keterampilan dalam pembuatan aplikasi pemasaran berbasis *web* dan strategi pemasaran berbasis digital. Dalam kurikulum yang telah dibuat oleh pihak Sekolah pun juga mengharuskan pihak Sekolah untuk melibatkan peran serta tenaga pendidik dari unsur Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI) guna pemenuhan capaian Standar Tenaga Pendidik dan Kependidikan. Adapun salah satu manfaat dari pelatihan keterampilan ini adalah pemberian materi ajar pelatihan yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam pemberian materi ajar pada mata pelajaran pemasaran kepada peserta didik di ruang belajar (kelas); dan
- Capaian Standar Tenaga Pendidik dan Kependidikan kedua Sekolah tersebut

mendapatkan penilaian capaian yang paling rendah. Diharapkan melalui kegiatan pelatihan keterampilan ini dapat meningkatkan peningkatan mutu sumber daya manusia melalui capaian Standar Tenaga Pendidik dan Kependidikan Sekolah ke jenjang selanjutnya.

Sebagai salah satu upaya untuk membantu peningkatan pada Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan dalam pemenuhan Standar Nasional Pendidikan, maka bersama ini dapat diberikan usulan kegiatan berupa pelatihan keterampilan yang menggunakan fungsi dari teknologi informasi tersebut sebagai alternatif media untuk menyampaikan materi. Pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kali ini, pelatihan keterampilan untuk pada tenaga pendidik dalam hal ini adalah Guru untuk dapat membuat sebuah aplikasi pemasaran berbasis web dengan menggunakan *tools CMS* menggunakan aplikasi *wordpress* dapat dimanfaatkan untuk dapat dijadikan materi dalam kegiatan belajar mengajar di Sekolah.

Sebagai dukungan informasi yang relevan dengan pelaksanaan kegiatan PKM dengan tema pelatihan pembuatan aplikasi pemasaran berbasis *web* ini diperkuat melalui jurnal PKM yang telah dilaksanakan oleh Pratiwi dkk (2020) yang menjelaskan terkait penilaian pada aspek pemberian materi pelatihan tersebut terdapat sebanyak 69% dari jumlah peserta pelatihan yang merupakan Guru pada jenjang pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) Said Naum, SMA Nurul Falah, SMA Tunas Harapan 2, SMK Cilincing I, SMK Letris Indonesia, SMK Maarif, SMA 8 Jakarta dan SMKN 26 yang mengikuti pelaksanaan kegiatan PKM, memberikan penilaian dengan kategori **Puas**. Hal tersebut dikuatkan dengan penilaian terkait penguasaan materi pelatihan yang telah diberikan kepada para peserta pelatihan berupa **Cukup Mampu**.

Adapun tambahan informasi sebagai data pendukung lainnya, melalui jurnal PKM yang telah dilaksanakan oleh Rose Rahmidani dkk pada tahun 2018, menyatakan bahwa terjadi peningkatan untuk kompetensi Guru, dimana sebanyak 85% peserta pelatihan yakni Guru pada SMKN 1 dan SMK Kosgoro 2 Kota Payakumbuh mampu menerapkan implementasi dalam pembuatan aplikasi pemasaran *online*.

Menurut Williams et al (2015) *wordpress* memiliki pengertian yaitu sebuah *tools* (alat) dengan menggunakan media perangkat lunak untuk mengelola isi (konten) dari situs *web* yang berbasis *open source* dimana memiliki keunggulan berupa kemudahan dalam implementasinya dan terpadu yang memiliki konsep *Model, View, dan Controller* (MVC) pada struktur pemrogramannya. Adapun aplikasi *Wordpress*

memiliki 2 jenis pemrograman yaitu pemrograman berbasis web dan pemrograman berbasis *mobile*. *Wordpress* ini juga mempunyai keunggulan berupa 1) terdapat banyaknya komunitas untuk pengguna *wordpress* yang disesuaikan dengan kebutuhannya, 2) memiliki *template web* yang banyak dan variatif, 3) memiliki keamanan yang baik, 4) dapat melakukan fungsi *edit* terhadap tampilan dan fungsi serta layak untuk digunakan (Terada. 2017). Fitur yang tersedia pada *wordpress* dapat diperoleh dengan gratis ataupun dengan cara membayar sehingga penggunaan *wordpress* lebih banyak digunakan oleh para *developer web* karena kemudahan dalam penerapannya.

Dalam bidang pemasaran pada sebuah organisasi merupakan salah satu faktor utama dalam pencapaian tujuan perusahaan yaitu menjual produk dan meraih laba sebesar-besarnya. Sebuah produk yang dipromosikan, harus dibuat berdasarkan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan. Tidak hanya pennebuatan produk, kepuasan layanan yang diberikan dari pihak perusahaan juga harus memberikan layanan yang prima guna mendapatkan penilaian yang baik dari pelanggan sehingga jika perusahaan melakukan hal tersebut, maka mereka dapat menguasai pasar dan mempertahankan konsumennya.

Pada era teknologi jaringan komputer ditemukan, beberapa perusahaan berskala internasional, sudah menggunakan perdagangan elektronik (*electronic commerce*) untuk mengendalikan transaksi antarbisnis. Dengan adanya EDI (*Electronic Data Interchange*), perusahaan dapat melakukan pertukaran dokumen pada *internal* perusahaan itu sendiri dengan format yang telah ditentukan oleh perusahaan sesuai lingkup perusahaan tersebut. Hingga saat ini, penggunaan *e-commerce* yang diiringi dengan perkembangan teknologi jaringan (internet), dapat dimaksimalkan oleh semua perusahaan dalam skala besar, menengah dan kecil. (Udayana. 2013)

Untuk jenis *ecommerce* sendiri terdiri dari 3 jenis yaitu B2B, B2C dan C2C. Sedangkan menurut Kosiur (1997), *ecommerce* merupakan salah satu komponen dari *ebusiness* dimana salah satu komponen tersebut terfokus pada kegiatan penjualan yang meliputi 3 (tiga) komponen yaitu institusi (perusahaan), proses dan jaringan komputer yang digunakan sebagai *backbone* pada proses penjualan.

Selain pembuatan aplikasi pemasaran berbasis *web*, adapun media pemasaran lainnya yang dapat digunakan oleh pengguna dan organisasi yaitu melalui *digital marketing* yang dapat dilakukan dengan beberapa teknik yaitu: 1) *social media marketing*; 2) *search engine optimization* (SEO); 3) *search engine marketing* (SEM); 4) *e-mail marketing*; dan 5) *content marketing*. Adapun manfaat dalam menggunakan *digital marketing* adalah sebagai berikut: 1) keterhubungan dengan konsumen secara *real time* dan

efisien dari segi biaya dan waktu; 2) verifikasi dan validasi serta pengolahan data yang didapat dari konsumen dapat lebih terukur dan valid sehingga memudahkan para pemangku kebijakan pada perusahaan dalam pengambilan keputusan; 3) berdasarkan dari data yang diperoleh, maka para pekerja dan pengambil keputusan dalam melakukan analisa yang lebih mendalam terkait kebutuhan dan keberlanjutan bisnis, sehingga keputusan dan aktifitas yang dijalani dapat lebih efektif dan terukur; dan 4) dari hasil keputusan yang efektif berdampak positif bagi perusahaan dari segi efisiensi biaya dan waktu. (Chaffey dan Ellis-Chadwick. 2009).

Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2009) juga menjelaskan bahwa, strategi pada *digital marketing* memiliki 5 komponen, yaitu : 1) *digital devices* (perangkat digital) yang digunakan untuk media komunikasi antar perusahaan dengan konsumennya; 2) *digital platforms* (platform digital) merupakan perusahaan penyedia media untuk *digital marketing* yang akan digunakan oleh perusahaan seperti facebook, twitter, whatsapp dan lain lain; 3) *digital media* (media digital) merupakan media untuk melakukan kegiatan *digital marketing* dan promosi produk seperti media sosial, aplikasi komunikasi, dan aplikasi pendukung lainnya; 4) *digital data* (data digital) yang didapatkan dari konsumen langsung merupakan sebuah aset bagi perusahaan, dari *big data* tersebut dapat dilakukan data analitik sebagai dasar dalam pengambilan keputusan; dan 5) *digital technology* (teknologi digital) merupakan teknologi yang akan digunakan oleh perusahaan yang akan dijadikan media komunikasi dengan para konsumen.

Dari pemaparan tersebut maka dapat dijadikan sebagai dasar untuk kegiatan pelatihan keterampilan ini agar dapat meningkatkan capaian peningkatan mutu pada Standar Tenaga Pendidik dan Kependidikan Sekolah pada jenjang pendidikan SMK. Adapun tujuan dari kegiatan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Guru sehingga dari pengetahuan dan keterampilan yang didapat dari pelatihan ini dapat dijadikan sebuah materi pembelajaran dan diberikan kepada para peserta didik dalam hal ini adalah Murid. Adapun segmentasi target pelaksanaan PKM ini adalah Guru pada jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 40 Jakarta. Sedangkan penentuan jenjang pendidikan SMK dikarenakan peserta didik pada jenjang SMK dinilai mampu untuk mengikuti pembelajaran tentang membuat aplikasi berbasis web untuk hal apapun. Sehingga melalui pelatihan keterampilan ini, diharapkan kesiapan tenaga kependidikan (Guru) yang akan menjadi ujung tombak pembelajarn, mampu untuk dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan terkait pembuatan aplikasi berbasis web yang akan diberikan kepada para peserta didiknya.

Adapun tujuan dari kegiatan pelatihan ini adalah: 1) memberikan seminar dan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Guru agar dapat membuat aplikasi pemasaran berbasis web dengan menggunakan wrodpres; dan 2) memberikan seminar dan pelatihan terkait penerapan strategi pemasaran dengan menggunakan *digital marketing* untuk Guru. Dari kedua tujuan tersebut memberikan manfaat berupa pemahaman terkait pengetahuan dan keterampilan untuk pembuatan aplikasi pemasaran berbasis *web* dan strategi *digital marketing* yang didapat dari pelatihan ini. Selain itu, manfaat lain yang didapatkan dari pelatihan ini adalah berupa materi yang diberikan pada saat pelatihan dapat dijadikan sebagai materi pembelajaran dan diberikan kepada para peserta didik dalam hal ini adalah Murid pada saat kekuatan belajar mengajar di kelas. Adapun segmentasi target pelaksanaan PKM ini adalah Guru pada jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri. Sedangkan penentuan jenjang pendidikan SMK dikarenakan peserta didik pada jenjang SMK dinilai mampu untuk mengikuti pembelajaran tentang membuat aplikasi berbasis web untuk hal apapun. Sehingga melalui pelatihan keterampilan ini, diharapkan kesiapan tenaga kependidikan (Guru) yang akan menjadi ujung tombak pembelajarn, mampu untuk dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan terkait pembuatan aplikasi berbasis web yang akan diberikan kepada para peserta didiknya.

2. Bahan dan Metode

Metode kegiatan yang digunakan dalam kegiatan PKM ini dikemas dengan menggunakan pendekatan seminar dan *workshop* (pelatihan). Sedangkan dalam kegiatan PKM ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi terkait tujuan pelaksanaan kegiatan PKM, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Dimana pelaksanaan pengabdian ini dilakukan melalui tiga tahapan, di mana tahap pertama merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini kelompok pengabdian melakukan survei pendahuluan untuk mengetahui kendala yang dialami oleh calon peserta pelatihan dan seberapa dalam pengetahuan peserta didik dan Guru dalam menggunakan fungsi teknologi informasi berupa pembuatan aplikasi pemasaran berbasis *web*. Dalam tahap ini dicari permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh para peserta didik dan Guru untuk jenjang pendidikan SMK dalam meningkatkan kemampuan menghasilkan pengetahuan dan keterampilan. Tahap selanjutnya merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Dalam tahap ini pengabdian melakukan pendampingan berupa sosialisasi dan pelatihan dalam penggunaan penerapan teknologi informasi dan pembuatan aplikasi pemasaran berbasis web sebagai materi ajar. Tahap yang terakhir adalah tahap evaluasi. Pada tahap ini dilakukan evaluasi atas

hasil yang telah dicapai oleh peserta pelatihan. Masukan dan perbaikan lebih lanjut dapat dilakukan pada tahap ini. Evaluasi diberikan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari data dampak yang diperoleh oleh para pemangku usaha berupa aspek pemahaman dan keterampilan. Data diambil dengan menyimpulkan pemahaman dan capaian transaksi penjualan dan peningkatan hasil produksi produk dan jasa serta layanan kepada pelanggan dengan metode ceramah dan dilanjutkan dengan tanya jawab dan diskusi, serta dari hasil pengembangan cakupan jangkauan segmentasi pasar yang diperoleh untuk para Guru jenjang pendidikan SMK.

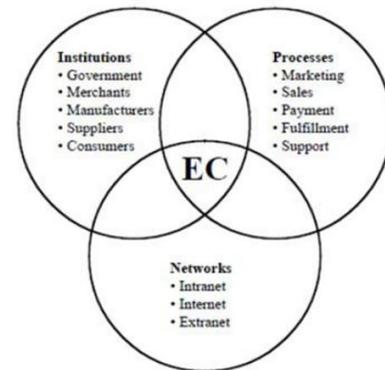
Adapun langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

- Langkah 1 : Menganalisa kebutuhan kegiatan PKM untuk pelatihan keterampilan serta pengumpulan data yang akan disiapkan dalam pembuatan aplikasi pemasaran berbasis *web*;
- Langkah 2 : Pembuatan model konseptual dan modul pelatihan keterampilan yang akan diberikan kepada peserta pelatihan (mitra PKM);
- Langkah 3 : Penyampaian materi pelatihan keterampilan kepada para peserta pelatihan;
- Langkah 4 : Peserta pelatihan keterampilan membuat analisa kebutuhan, perancangan sistem informasi manajemen, pembuatan aplikasi pemasaran berbasis *web*, *upload* data produk ke dalam aplikasi dan strategi pemasaran berbasis digital menggunakan *google adsense*; dan
- Langkah 5 : Evaluasi produk unggulan yang telah dipasarkan serta melakukan analisa dampak dari pelatihan keterampilan dari berbagai aspek.

Teknologi yang digunakan pada saat pelaksanaan pelatihan keterampilan pembuatan aplikasi pemasaran berbasis *web* untuk Guru ini menggunakan *tools CMS* berupa aplikasi *e-commerce* dan *hosting* aplikasi *web* tersebut menggunakan fitur *cPanel* yang tersedia pada saat pengguna melakukan pemesanan *domain situs web* pada penyedia jasa hosting *web* serta strategi pemasaran melalui *digital marketing* melalui *google adsense*. Adapun pelaksanaan PKM ini dilakukan melalui 2 tahap, yaitu: 1) melakukan pelatihan langsung di lokasi SMK Negeri 40 Jakarta dan paralel secara daring atau *online* dengan menggunakan aplikasi *video conference* yang telah disediakan oleh pihak Sekolah untuk penyampaian materi dan pelatihan keterampilannya; dan 2) melalui media aplikasi *video conference* yang telah disediakan oleh

pihak Sekolah pada SMK Negeri 7 Semarang, hal ini dilakukan dikarenakan lokasi Sekolah yang berada jauh dari lokasi pengabdian yang berlokasi di Jakarta.

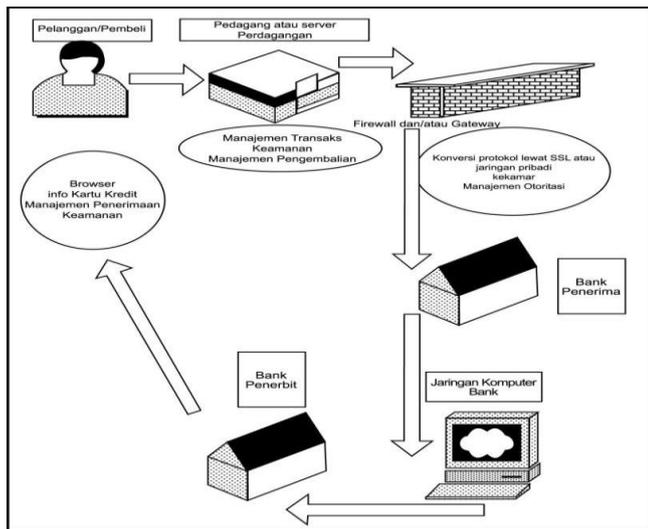
Pada era teknologi jaringan komputer ditemukan, beberapa perusahaan berskala internasional, sudah menggunakan perdagangan elektronik (*electronic commerce*) untuk mengendalikan transaksi antarbisnis. Dengan adanya EDI (*Electronic Data Interchange*), perusahaan dapat melakukan pertukaran dokumen pada *internal* perusahaan itu sendiri dengan format yang telah ditentukan oleh perusahaan sesuai lingkup perusahaan tersebut. Hingga saat ini, penggunaan *e-commerce* yang diiringi dengan perkembangan teknologi jaringan (*internet*), dapat dimaksimalkan oleh semua perusahaan dalam skala besar, menengah dan kecil. (Udayana. 2013). *Ecommerce* sendiri memiliki komponen seperti pada gambar berikut.



Gambar 1. Komponen Pada Ecommerce
Sumber: Kosiur (1997)

Sedangkan untuk konsep teoritis untuk skema *e-commerce* pada modul ini, menggunakan 2 sumber referensi. Dimana pada konsep *e-commerce* yang diterapkan oleh Grewal & Shivani (2012) dimulai dari pengguna atau pelanggan dapat membeli produk melalui aplikasi *web e-commerce* yang telah disediakan oleh perusahaan. Dimana perusahaan atau pedagang akan mengatur terkait keamanan data, ketersediaan produk dan manajemen untuk transaksi jual beli dan pengembalian produk. Pedagang / perusahaan akan bekerjasama dengan Bank sebagai pihak ke 3 untuk pengelolaan semua biaya transaksi. Lalu untuk menghubungkan ke semua sistem, maka dibutuhkan jaringan internet. Langkah terakhir, bank akan menerbitkan tagihan kepada pelanggan baik dapat menggunakan metode transfer atau melalui kartu kredit. Sehingga semua alur proses pada *ecommerce* dapat saling terhubung antar satu komponen dengan komponen lainnya. Selain itu, perkembangan *ecommerce* dalam beberapa waktu terakhir ini, telah memiliki banyak konsep dan model. Pada jurnal ini akan dijelaskan skema *ecommerce* yang umum dilakukan oleh beberapa orang dan perusahaan. Untuk memperjelas penjelasan tersebut, dapat

melihat gambar berikut.

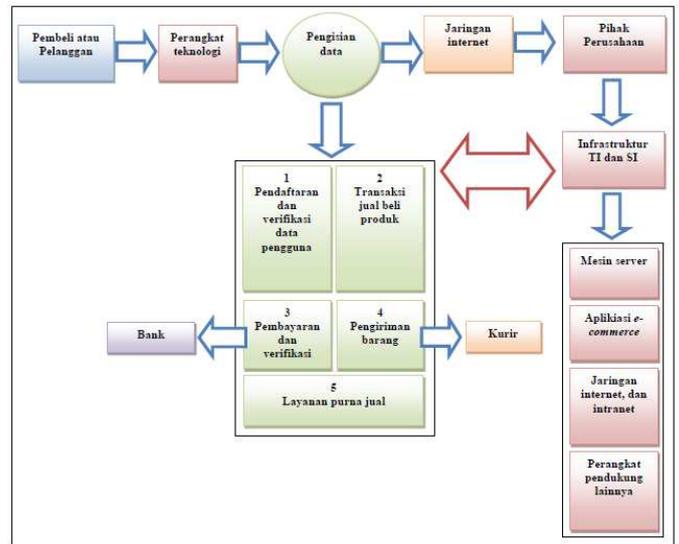


Gambar 2. Skema Umum E-commerce
Sumber : Grewal & Shivani (2012)

Untuk skema *e-commerce* selanjutnya, O'Brien dan Marakas (2007) menjelaskan bahwa setiap aktivitas transaksi pada *e-commerce* menjadi satu kesatuan dan harus dilakukan melalui metode *online*. Pada arsitektur proses *e-commerce* menjelaskan bahwa *e-commerce* terdiri dari 9 (sembilan) komponen utama dan komponen utama tersebut diadopsi dari penerapan beberapa aplikasi *e-commerce* yang digunakan oleh perusahaan pada saat ini. Menurut James A. O'Brien & George M. Marakas, *ecommerce* terfokus pada setiap transaksi perdagangan melalui aplikasi *ecommerce* tersebut, akan tetapi pelanggan juga harus memahami bahwa mayoritas komponen utama tersebut, merupakan bagian dari aplikasi *e-bisnis internal*. 9 (sembilan) komponen pada *e-commerce* tersebut adalah sebagai berikut: 1) akses kontrol dan keamanan; 2) profil perusahaan dan personalisasi; 3) manajemen pencarian; 4) manajemen konten; 5) manajemen katalog; 6) pembayaran; 7) manajemen alur proses bisnis; 8) notifikasi kegiatan; dan 9) kolaborasi dan perdagangan. Untuk melihat tentang gambaran untuk arsitektur proses *ecommerce* dapat dilihat pada gambar

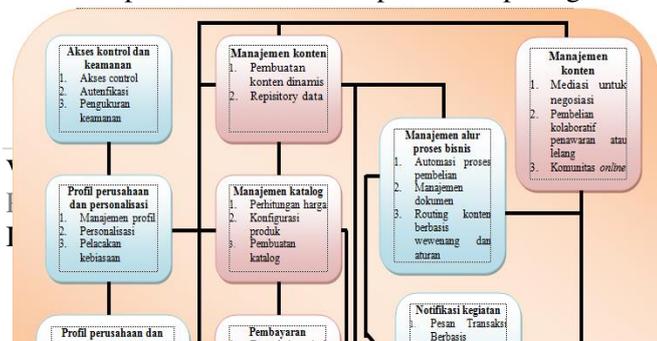
Gambar 3. Arsitektur Proses E-commerce
Sumber: O'Brien dan Marakas (2007)

Dari penjelasan oleh para pakar terkait konsep implementasi *e-commerce* maka dapat ditarik sebuah kesimpulan untuk model konseptual untuk implementasi *e-commerce* yang melibatkan 5 (lima) aktor yang terlibat *e-commerce*, dimana aktor tersebut adalah 1) pihak pembeli; 2) pihak perusahaan; 3) Bank; 4) kurir (jika diperlukan); dan 5) infrastruktur TI dan SI. Dimana masing-masing aktor tersebut memiliki peran tersendiri dan saling terkait. Sedangkan untuk proses pada skema konseptual tersebut adalah sebagai berikut: 1) pendaftaran akun pengguna; 2) melakukan transaksi jual beli produk; 3) pembayaran; 4) pengiriman produk; dan 5) layanan purna jual produk. Dimana masing – masing proses tersebut nanti akan terdapat sub proses lagi. Agar memperjelas gambaran dari penjelasan tentang model konseptual penerapan *ecommerce* tersebut, maka dapat dilihat melalui gambar berikut.



Gambar 4. Model Konseptual E-Commerce

Yang terjadi para indutsri 4.0 seperti sekarang, aktifitas pemasaran dapat dilakukan menggunakan media elektronik. Dimana kemudahan yang diberikan oleh media elektronik tersebut beragam mulai dari kemudahan dalam melakukan pemasaran, penjualan produk, lebih efisien dari segi biaya dan waktu. Akan



tetapi pemasaran menggunakan media elektronik tidak serta merta efektif dikarenakan untuk *branding* sebuah produk masih lebih efektif menggunakan media konvensional. Artinya perpaduan antara media elektronik dan konvensional.

Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2009) menjelaskan bahwa, strategi pada *digital marketing* memiliki 5 komponen, yaitu : 1) perangkat digital; 2) platform digital; 3) media digital; 4) data digital; dan 5) teknologi digital.

Perkembangan teknologi informasi akhirnya digunakan oleh perusahaan salah satunya untuk kegiatan pemasaran. Adapun media pemasaran yang umum digunakan oleh manusia dan perusahaan yang disebut dengan *digital marketing* dapat dilakukan dengan beberapa teknik yaitu: 1) *social media marketing*; 2) *search engine optimization* (SEO); 3) *search engine marketing* (SEM); 4) *e-mail marketing*; dan 5) *content marketing*.

Keuntungan yang didapat dari *digital marketing* adalah sebagai berikut: 1) jangkauan segementasi pelanggan dapat lebih luas secara area tanpa ada batasan waktu dan demografi wilayah; 2) penggunaan media dan *platform digital marketing* yang tepat akan berdampak positif berupa hasil yang optimal, valid dan terukur dan memudahkan para pengambil keputusan; 3) teknik dalam *digital marketing* relative lebih mudah dalam penggunaannya dan menghemat biaya; dan 4) memudahkan pengambil keputusan dalam melakukan pemetaan konsumen dan melakukan peramalan (*forecasting*) sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. (Chaffey dan Ellis-Chadwick. 2009)

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) merupakan salah satu tugas wajib yang tertera pada Tri Dharma Perguruan Tinggi yang harus dilaksanakan oleh seorang atau sekelompok Dosen. Pelaksanaan PKM diinisiasi dan dilaksanakan oleh 2 orang Dosen dan 1 orang Mahasiswa dari Program Studi Sistem Informasi, Jurusan Teknik Informatika dan 1 orang Dosen dari Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri, Universitas Trisakti. Pelaksanaan PKM ini dilaksanakan pada tanggal 20 April 2021 pada ruang pertemuan SMK Negeri 40 Jakarta. Peserta pelatihan pada kegiatan PKM ini adalah Guru untuk jenjang pendidikan SMK Negeri. Berdasarkan analisa kebutuhan pada saat survei ke pihak Sekolah, dapat diambil sebuah tema kegiatan berupa pelatihan keterampilan untuk pembuatan aplikasi pemasaran berbasis *web* dan strategi pemasaran digital yang dapat digunakan sebagai materi ajar dan pelatihan oleh Guru pada saat kegiatan belajar mengajar dan mendukung kegiatan pemasaran produk hasil karya Guru dan peserta didik. Pelaksanaan PKM ini juga merupakan penerapan

pengembangan ilmu dan pengetahuan serta keterampilan pada bidang pemasaran menggunakan media yang disediakan oleh teknologi informasi untuk bidang pemasaran yang menjadi fokus utama dalam kurikulum pendidikan pada SMK melalui program Sekolah Pencetak Wirausaha (SWP).

Mitra dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 40 Jakarta yang berlokasi di jalan Nanas II, Kelurahan Utan Kayu Utara, Kecamatan Matraman, Kota Administrasi Jakarta Timur, Provinsi DKI Jakarta. SMK Negeri 40 Jakarta merupakan lembaga pendidikan yang fokus pada bidang bisnis dan manajemen. SMK Negeri 40 Jakarta juga memiliki 5 (lima) program jurusan yaitu 1) jurusan rekayasa perangkat lunak (RPL); 2) jurusan multimedia (MM); 3) jurusan akuntansi dan keuangan lembaga (AKL); 4) jurusan bisnis daring dan pemasaran (BDP); dan 5) jurusan otomatisasi dan tata kelola perkantoran (OTKP). Untuk pengembangan produk, SMK Negeri 40 Jakarta telah melakukan kerjasama dengan pihak industri pengembang aplikasi *augmented reality* (AR) dalam pembuatan produk unggulan berupa buku cerita (*Story Telling Book*) berbasis *augmented reality* (AR). Adapun untuk foto pelaksanaan dan gedung serta ruangan yang digunakan untuk kegiatan PKM pada SMK Negeri 40 Jakarta dapat dilihat pada gambar 5 dan 6.



Gambar 5. Gedung SMK Negeri 40 Jakarta





Gambar 6. Pelaksanaan Kegiatan PKM Pada SMK Negeri 40 Jakarta

Dari data pengisian kuesioner terkait kepuasan dan capaian pelaksanaan kegiatan PKM yang diisi oleh para peserta pelatihan yakni Guru, memiliki hasil yang baik dan bermanfaat bagi para Guru di kedua Sekolah tersebut guna mendukung proses kegiatan belajar mengajar di Sekolah. Untuk jumlah pertanyaan pada kuesioner survei kepuasan pelatihan terdiri dari 16 pertanyaan dan jawaban menggunakan metode *multiple choice* yang merupakan indikator ketercapaian tujuan pengabdian adalah sebagai berikut: 1) mendapatkan informasi terkait dampak terhadap aspek pemahaman, pengetahuan dan keterampilan terhadap materi yang diberikan; 2) mendapatkan informasi terkait dampak terhadap aspek pendapatan, partisipasi pelanggan, produksi, pemasaran dan jangkauan; 3) mendapatkan informasi terkait dari penerapan fungsi teknologi informasi untuk mendukung kegiatan belajar; 4) mendapatkan informasi terkait peningkatan

kualitas dan kuantitas karya berupa pengetahuan keterampilan yang dihasilkan. Sedangkan manfaat dari pelaksanaan pelatihan ini adalah berupa penyerapan pengetahuan dan keterampilan bagi para Guru dalam mengembangkan materi dan metode pembelajaran yang diberikan kepada peserta didik.

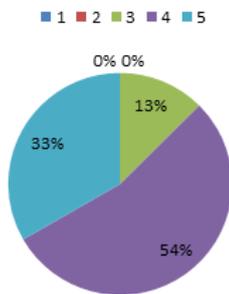
Untuk pilihan jawaban pada soal nomor 1 sampai 4 dan 15 sampai 16 yaitu **Tidak Mengerti** hingga **Sangat Mengerti** dengan *range* nilai 1 hingga 5. Sedangkan untuk jawaban pada soal nomor 5 hingga 14 hanya berupa **Ya** atau **Tidak**. Jumlah *responden* yang telah melakukan pengisian kuesioner yaitu sebanyak 24 orang. Berikut daftar pertanyaan pada kuesioner dan hasil keberhasilan capaian kegiatan PKM:

Tabel 4.
Daftar Pertanyaan Kuesioner

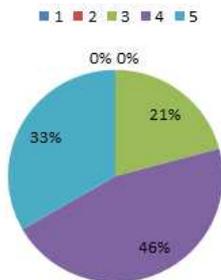
No	Pertanyaan
1	Apakah dengan mengikuti PKM ini Anda sudah mengerti cara membuat aplikasi pemasaran berbasis web menggunakan wordpress ?
2	Apakah dengan mengikuti PKM ini Anda sudah mengerti cara menyewa domain situs web ?
3	Apakah dengan mengikuti PKM ini Anda mendapatkan ide untuk mengembangkan variasi produk berdasarkan keinginan pelanggan?
4	Apakah dengan mengikuti PKM ini Anda mendapatkan ide untuk mengembangkan <i>e-commerce</i> dalam segmentasi pelanggan ?
5	Apakah Anda sudah memahami secara total materi yang disampaikan ?
6	Apakah menurut Anda, materi akan berguna di kemudian hari ?
7	Apakah dengan adanya unit usaha berbasis <i>web</i> dapat meningkatkan partisipasi siswa dan guru dalam mengembangkan Unit Usaha Sekolah ?
8	Apakah dengan unit usaha berbasis web anda mendapatkan ide untuk meningkatkan profit dan penjualan produk Unit Usaha Sekolah ?
9	Apakah dengan <i>e-commerce</i> , Anda mendapatkan ide untuk meningkatkan ketertarikan pelanggan ?
10	Apakah dengan mengikuti PKM ini anda sudah mengerti cara memasukkan konten produk ke dalam <i>wordpress</i> ?
11	Apakah dengan mengikuti PKM ini Anda sudah mengerti cara menggunakan <i>Google AdSense</i> ?
12	Apakah dengan adanya web <i>e-commerce</i> di sekolah dapat melibatkan pihak di luar sekolah ?
13	Apakah dengan mengikuti PKM ini dapat dijadikan bahan pembelajaran yang baru dan menarik bagi siswa ?
14	Apakah dengan mengikuti PKM ini, Anda dapat meningkatkan minat wirausaha dari siswa ?
15	Apakah dengan mengikuti PKM ini, Anda dapat meningkatkan pengetahuan siswa dalam bidang wirausaha ?
16	Apakah dengan mengikuti PKM ini Anda

mendapatkan gambaran bagaimana membuka unit usaha berbasis *web* di sekolah ?

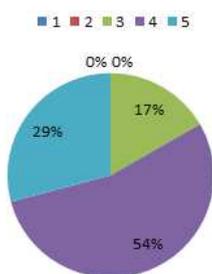
Jawaban dari setiap soal pada kuesioner tentang capaian penilaian kegiatan PKM ini bervariasi. Setiap mewakili setiap indikator capaian penilaian yang telah ditentukan melalui indikator penilaian. dapat dilihat pada gambar 7 hingga 22.



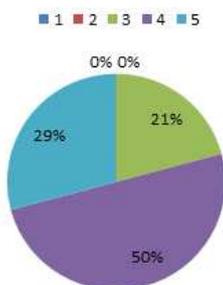
Gambar 7. Jawaban Kusioner Soal Nomor 1



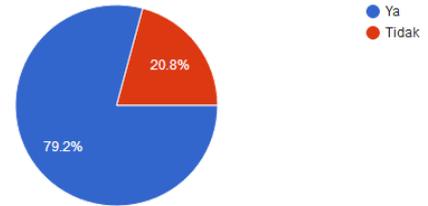
Gambar 8. Jawaban Kusioner Soal Nomor 2



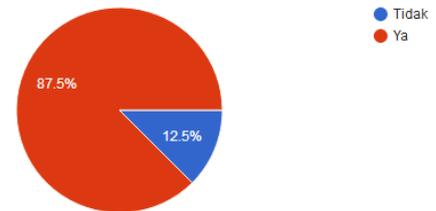
Gambar 9. Jawaban Kusioner Soal Nomor 3



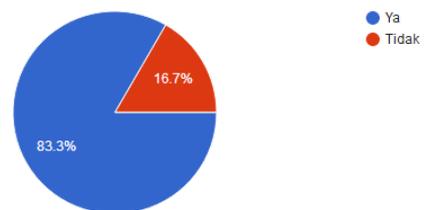
Gambar 10. Jawaban Kusioner Soal Nomor 4



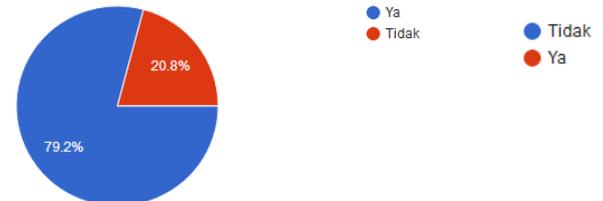
Gambar 11. Jawaban Kusioner Soal Nomor 5



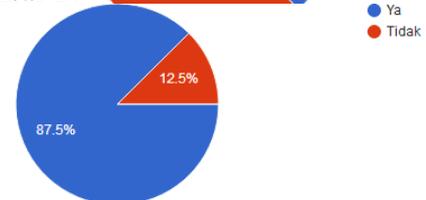
Gambar 12. Jawaban Kusioner Soal Nomor 6



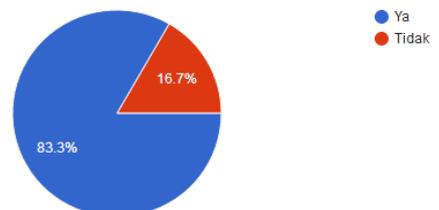
Gambar 13. Jawaban Kusioner Soal Nomor 7



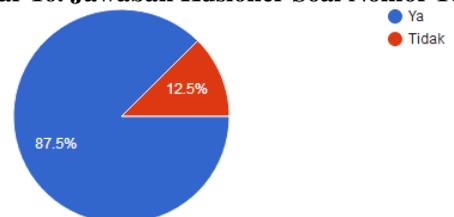
Gambar 14



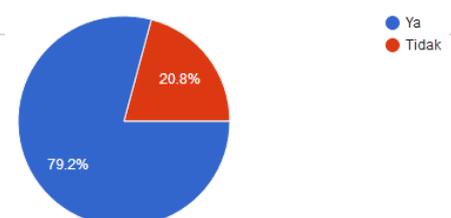
Gambar 15. Jawaban Kusioner Soal Nomor 9



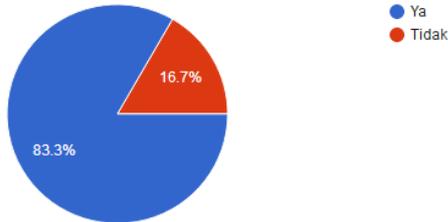
Gambar 16. Jawaban Kusioner Soal Nomor 10



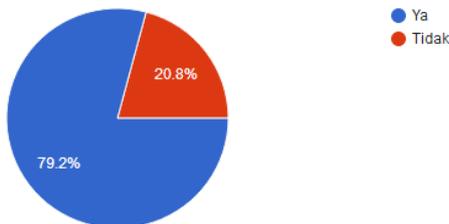
Gambar 17. Jawaban Kusioner Soal Nomor 11



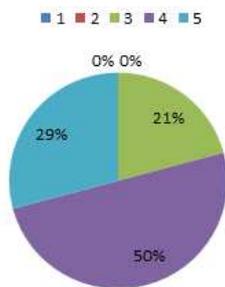
Gambar 18. Jawaban Kusioner Soal Nomor 12



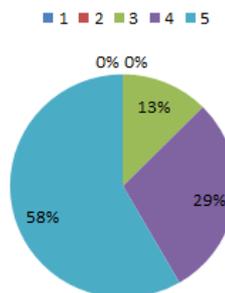
Gambar 19. Jawaban Kusioner Soal Nomor 13



Gambar 20. Jawaban Kusioner Soal Nomor 14



Gambar 21. Jawaban Kusioner Soal Nomor 15



Gambar 22. Jawaban Kusioner Soal Nomor 16

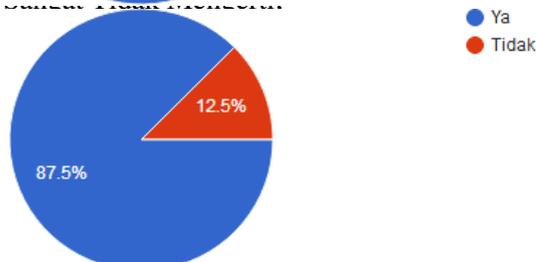
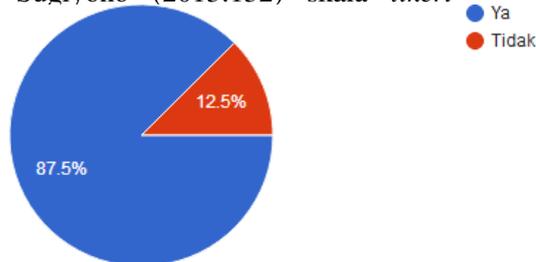
Dari pemaparan hasil pengisian kusioner di atas, dapat dilakukan analisis terkait capaian penilaian pelaksanaan kegiatan PKM dan dari hasil penilaian dikategorikan memberikan dampak yang positif bagi peserta pelatihan. Hasil analisis tersebut dapat dibuktikan melalui penilaian berupa dampak yang didapatkan melalui pelatihan pembuatan aplikasi pemasaran berbasis *web* menggunakan *wordpress* dan

penerapan strategi *digital marketing* dengan menggunakan *tools google adsense* terkait kesesuaian materi yang akan diterapkan pada kegiatan belajar mengajar di kelas dan pengembangan unit usaha di Sekolah yang dilakukan oleh Guru dan peserta didik, mendapatkan nilai sebesar 79,2% hingga 87,5% dari total *responden* yang memberikan jawaban melalui kusioner.

Teknik penilaian yang digunakan pada pelaksanaan kegiatan PKM untuk mengukur capaian pada pelaksanaan PKM ini menggunakan teknik skala *likert*. Menurut Sugiyono (2013:132) skala *likert* merupakan sebuah penggunaannya berdasarkan pendapat dan pandangan orang terkait fenomena.

Dalam hal ini digunakan dengan interval sebagai berikut:

- a. Kategori 1 =
- b. Kategori 2 =
- c. Kategori 3 =
- d. Kategori 4 =
- e. Kategori 5 =



Sedangkan pemahaman peserta didik diberikan mendapatkan nilai sebesar 20,8% untuk kategori 3, 50% untuk kategori 4 dan 29,2% untuk kategori 5. Sedangkan untuk kebermanfaatan materi dikemudian hari mendapatkan nilai 12,5% untuk kategori 3, 29,2% untuk kategori 4 dan 58,3% untuk kategori 5 dari total *responden* yang memberikan jawaban melalui kusioner. Diharapkan dari tingkat keberhasilan tersebut dapat dijadikan acuan bagi para pemangku kebijakan untuk dapat mengembangkan kurikulum dan materi ajar serta menjadi media pemasaran digital untuk produk unggulan yang telah dihasilkan oleh Guru dan peserta didik. Adapun pembuatan dan pengambilan data penilaian hasil pelatihan dari kegiatan PKM ini melalui kusioner yang dilakukan secara *online* melalui aplikasi *google form*.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan berupa hasil dari analisis terkait dampak dari pelatihan pembuatan aplikasi pemasaran berbasis *web* dan strategi *digital marketing* untuk Guru, dinilai memberikan dampak yang positif bagi para peserta pelatihan. Dimana aspek penilaian yang telah diberikan oleh *responden* melalui kusioner berupa kesesuaian materi yang telah diberikan pada saat pelatihan yaitu sebesar 79,2% hingga 87,5%. Adapun hasil analisis lainnya berupa penilaian terkait dampak yang diterima terhadap

pemahaman peserta pelatihan terhadap materi yang diberikan mendapatkan nilai sebesar 20,8% untuk kategori 3, 50% untuk kategori 4 dan 29,2% untuk kategori 5. Sedangkan untuk kebermanfaatannya materi dikemudian hari mendapatkan nilai 12,5% untuk kategori 3, 29,2% untuk kategori 4 dan 58,3% untuk kategori 5 dari total *responden* yang memberikan jawaban melalui kuesioner. Diharapkan dari tingkat keberhasilan tersebut dapat dijadikan acuan bagi para pemangku kebijakan untuk dapat mengembangkan kurikulum dan materi ajar serta menjadi media pemasaran digital untuk produk unggulan yang telah dihasilkan oleh Guru dan peserta didik.

Adapun saran yang dapat diberikan pada jurnal PKM berdasarkan hasil pembahasan adalah pembuatan perencanaan dan pelaksanaan pendampingan kegiatan berupa pelatihan keterampilan baik untuk Guru dan Siswa yang bekerja sama dengan pihak Perguruan Tinggi guna dijadikan dasar dalam evaluasi dan analisis bagi para pemangku kebijakan pada bidang pendidikan di lingkungan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta agar dapat membantu pihak pengelola Sekolah dalam pemenuhan capaian mutu untuk Standar Nasional Pendidikan yang berdasarkan pada Standar Pendidik dan Tenaga kependidikan yang sesuai dengan indikator capaian yang telah ditentukan serta menjadi bahan evaluasi dan pengambilan keputusan untuk arah pengembangan kebijakan strategi pendidikan yang berkelanjutan bagi pengelola Satuan Pendidikan dalam hal ini yaitu Sekolah.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih dan apresiasi yang sebesar – besarnya diberikan kepada jajaran Lembaga Pengabdian Masyarakat, Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Informatika Universitas Trisakti dan jajaran dan Guru Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 40 Jakarta serta pihak – pihak yang telah membantu selama proses perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini selesai dilaksanakan.

Mengingat pentingnya kegiatan ini, maka selain bertujuan untuk pemenuhan kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi untuk Dosen, berharap luaran (*output*) pada kegiatan PKM ini juga dapat mendukung pemenuhan capaian salah satu standar pada Standar Nasional Pendidikan serta menjadi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra PKM sehingga memberikan dampak yang bermanfaat bagi para peserta pelatihan untuk kemudian hari untuk kemajuan ilmu dan teknologi di bidang Pendidikan.

Selama pelaksanaan kegiatan PKM ini pun masih terdapat kendala dan kekurangan yang dihadapi pada saat pelatihan dapat dijadikan bahan evaluasi untuk pengabdian untuk penyusunan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan PKM yang selanjutnya.

6. Daftar Rujukan

- Chaffey, Dave & Ellis-Chadwick, Fiona. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Grewal, Himani & Shivani. (2012). *E-Commerce: Security Challenges & Growth : An Indian Perspective*. *IJMRS's International Journal of Management Sciences*, (01)02.
- Irtawaty, Andi Sri., Ulfah, Maria., Armin dan Syahrudin. (2019). Penerapan Informasi Dan *Communication Of Technolgy* (ICT) Dalam Peningkatan Mutu Pengajaran Bagi Guru Di Balikpapan Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Abdimas Universal Universitas Balikpapan*, (1)2.
- Kosiur, David. (1997). *Understanding Electronic Commerce*. Washington: Microsoft press.
- Lembaga Peta Mutu Pendidikan (LPMP) Provinsi DKI Jakarta. (2019). Hasil Analisis Peta Mutu dan Rekomendasi Peningkatan Mutu Pendidikan Provinsi DKI Jakarta Jenjang Pendidikan SMA Tahun 2019. DKI Jakarta. Indonesia.
- O'Brien, James A. & Marakas, George M.. *Introduction to Information System : Essentials for the E-business Enterprise 15th edition*. (2007). New York: McGraw-Hill.
- Pratiwi, Dian., Santoso, Gatot Budi., Mardianto, Is., Rochman, Abdul. (2020). Pengelolaan Konten Web Menggunakan Wordpress, Canva dan Photoshop untuk Guru-Guru Wilayah Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pengabdian pada Masyarakat*, (2),1. Bengkulu: Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH. (LPPM UNIHAZ).
- Rachman, Fathur Zaini., Jamal, Nurwahidah., Yanti, Nur., dan Hidayati, Qory. (2019). Pelatihan Sistem Digital dan Komunikasi Menggunakan Modul Arduino pada Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal Abdimas Universal*, (1)2.
- Rahmidani, Rose ., Armiati., Susanti, Dessi. (2018). PKM Meningkatkan Kemampuan *Hard Skills* Guru Pembelajar Jurusan Bisnis Daring Dan Pemasaran Melalui Pembuatan *Web-Blog* Sebagai Kompetensi Pemasaran *Online*, SMKN 1 Dan SMK Kosgoro 2 Kota payakumbuh. *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, (3)2.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Terada, E. (2017). *5 Reasons Why We Use Wordpress*. Diunduh dari <https://www.freshconsulting.com/5-reasons-why-we-use-wordpress/>
- Udayana, Ana. (2012). *E-Commerce*. Yogyakarta: STMIK AMIKOM. Diunduh dari <https://adoc.pub/e-commerce-oleh-nama-ana-udayana-nim-kelas-e-commerce5si054.html>
- Williams, B., Damstra, D., Stern, H. (2015). *Professional WordPress: Design and Development* (3rd Edition). Indianapolis: John Wiley & Sons, Inc.