

Pengembangan *Digital Marketing Online Training Berbasis Learning Management System Moodle* Bagi Mahasiswa Wirausaha UNP

Nilam Agsera^{1*}, Muhammad Adri²

¹Prodi Pendidikan Teknik Informatika, Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang

²Dosen Jurusan Teknik Elektronika Universitas Negeri Padang

Jl. Prof. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang

*Corresponding author e-mail : nilam.agsera86@gmail.com

ABSTRAK

Tingkat partisipasi mahasiswa dalam Program Kewirausahaan Mahasiswa yang dilaksanakan di Universitas Negeri Padang masih rendah, 1% dari total mahasiswa, meskipun Pimpinan Universitas telah mengambil beberapa kebijakan terkait peningkatan kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha, seperti menjadikan Kewirausahaan sebagai Mata Kuliah Wajib Universitas, membentuk Unit Pelayanan Teknik Pengembangan Karir dan Kewirausahaan serta berbagai program wirausaha mahasiswa. Hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan mahasiswa dalam memasarkan produk hasil wirausahanya. Pengembangan aplikasi pelatihan daring Digital Marketing (DM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam memasarkan produk wirausahanya. Digital Marketing Online Training (DMOT) ini menjadi sarana belajar mandiri berbasis Learning Management System (LMS) Moodle, yang sekaligus menjadi pendukung program wirasusaha kampus. DMOT dikembangkan menggunakan Model Instruksional ADDIE. DMOT ini telah menghasilkan sebuah sumber belajar mandiri Digital Marketing bagi mahasiswa. Berdasarkan hasil ujicoba diperoleh data 85% pengguna menyatakan terbantu dengan DMOT ini dan telah mampu meningkatkan keterampilan TIK peserta untuk diimpelemetasikan dalam usahanya.

Kata kunci : Kewirausahaan Mahasiswa, Digital Marketing, LMS Moodle, DMOT, ADDIE.

ABSTRACT

The level of student participation in the Student Entrepreneurship Program at Universitas Negeri Padang is still low, 1% of the total students, even though the University Leaders have taken several policies related to increasing student ability in entrepreneurship, such as making Entrepreneurship a Compulsory University Course, forming a Development Engineering Service Unit Career and Entrepreneurship as well as various student entrepreneurship programs. This is due to the limited ability of students to market their entrepreneurial products. This study developed a Digital Marketing (DM) online training application, which aims to improve students' abilities in marketing their entrepreneurial products. Digital Marketing Online Training (DMOT) is a means of independent learning based on Moodle's Learning Management System (LMS), which also supports the campus entrepreneurship program. DMOT was developed using the ADDIE Instructional Model. This DMOT has produced a digital marketing independent learning resource for students. Based on the test results, 85% of users stated that they were helped by this DMOT and were able to improve the participants' ICT skills to be implemented in their businesses.

Keywords: Student Entrepreneurship, Digital Marketing, LMS Moodle, DMOT, ADDIE.

I. PENDAHULUAN

Universitas Negeri Padang (UNP) merupakan salah satu Perguruan Tinggi Negeri yang mengambil peran penting dalam menciptakan program-program kewirausahaan. Pengembangan program kewirausahaan ini tertuang dalam Rencana Strategis UNP 2015-2019 [1], yang menjadikan keterlibatan mahasiswa dalam program kewirausahaan sebagai salah satu Program Prioritas Pengembangan UNP. Realisasi Renstra ini dengan menjadikan Mata Kuliah Kewirausahaan sebagai Mata Kuliah Wajib bagi seluruh mahasiswa UNP, juga berbagai program hibah ditawarkan kepada mahasiswa, seperti Program Mahasiswa Wirausaha (PMW). Disamping itu, untuk lebih mempertegas program kewirausahaan ini, maka didirikanlah lembaga setingkat Unit Pelaksana Teknik (UPT) dengan fokus layanan pada bidang Kewirausahaan yang disebut dengan UPT. Pengembangan Karir dan Kewirausahaan (PKK) [2].

Laporan Kinerja UNP dalam pengembangan program kewirausahaan, memperlihatkan realisasi program kewirausahaan melampaui target yang ditetapkan. Pada tahun 2017, ditargetkan 150 mahasiswa yang berwirausaha, hasil yang diperoleh adalah 304 mahasiswa, dengan target pencapaian 203%. Kemudian pada tahun 2018, dari 250 mahasiswa yang ditargetkan, tercapai 261 mahasiswa, dengan target pencapaian 104%. Dari data di atas, persentase dan jumlah target capaian 2018 jauh menurun dari 2017, namun penurunan ini dapat dijadikan sebagai dasar dalam menetapkan dan mengembangkan program-program pendukung untuk meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha [3].

Kurun waktu 10 tahun belakangan pendidikan kewirausahaan (*entrepreneurship*) di Indonesia menjadi trend. Sampai detik ini semangat kewirausahaan di perguruan tinggi bahkan sekolah menengah dan dasar di Indonesia terus tumbuh dan berkembang melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Apa yang menyebabkan semangat kewirausahaan di Indonesia begitu menggelora? Jawabannya sederhana, karena Indonesia saat ini sudah tertinggal jauh dari negara-negara lain dalam kemajuan perekonomiannya. Bahkan yang menjadi permasalahan adalah kemajuan ekonomi negaranegara tersebut antara lain ditentukan oleh jumlah pengusahanya [4].

Kesadaran akan pentingnya Pendidikan kewirausahaan didorong oleh pernyataan Sosiolog David Mc.Clelland, bahwa sedikitnya dibutuhkan minimal 2 persen wirausaha dari populasi penduduknya agar suatu negara dapat menjadi negara yang maju [5]. Pernyataan ini tentu sangat beralasan karena di beberapa negara maju di dunia jumlah pengusaha melebihi 2 persen. Data

menunjukkan Amerika Serikat memiliki 12,5 persen jumlah pengusaha dari total penduduknya. Beberapa negara maju lainnya seperti Jepang 10 persen, Inggris 10 persen, Singapura 7,5 persen. Bahkan negara berkembang seperti China 2,5 persen, India 2,5 persen dan Malaysia 2,5 persen. Sedangkan bila dibandingkan dengan Indonesia yang saat ini baru memiliki 0,2 persen jumlah pengusaha dari total penduduk yang mencapai 237 juta jiwa [6]. Untuk memenuhi jumlah pengusaha sekitar 4,8 juta orang (2 persen), salah satu upaya yang dapat ditempuh adalah melalui pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi sebagai gerbang yang diharapkan dapat menghasilkan wirausaha baru.

Mata kuliah Kewirausahaan saat ini menjadi mata kuliah wajib tidak hanya di UNP namun juga di semua perguruan tinggi di Indonesia. Hal ini merupakan tindak lanjut dari rencana pemerintah dalam rangka menggalakkan potensi kewirausahaan di masyarakat guna menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi angka pengangguran yang selama ini masih terus menjadi momok bagi masyarakat. Hal ini dimaksudkan untuk menambah wawasan mahasiswa terhadap dunia kewirausahaan serta memotivasi mereka untuk ikut terlibat langsung dalam dunia wirausaha sebagai wirausahawan muda yang tangguh, sehingga mereka dapat ikut berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian negara Indonesia. Kewirausahaan selain dapat dipelajari, juga harus dapat diinternalisasi secara luas melalui proses pendidikan. Individu yang memiliki jiwa Kewirausahaan adalah individu yang mengenal potensi dirinya dengan baik, belajar mengembangkan potensi untuk melihat dan mengkreasikan peluang dalam mewujudkan cita-citanya.

Oleh karena itu Pendidikan Tinggi sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berperan dalam mempersiapkan pemimpin di era industri 4.0 [7]. Mahasiswa sebagai calon pemimpin di era industry 4.0 fokus pada literasi data, teknologi, dan kemanusiaan [8]. Untuk menjadikan generasi yang kreatif, inovatif dan adaptif terhadap kehadiran teknologi.

Optimalisasi dalam mengembangkan program pendukung kewirausahaan dapat ditingkatkan dengan pengaplikasian pendidikan 4.0. Pendidikan 4.0 merupakan istilah yang digunakan oleh para ahli teori pendidikan untuk menggambarkan beragam cara dalam mengintegrasikan teknologi *cyber* atau Revolusi Industri 4.0 dalam dunia pendidikan [9]. Pendidikan 4.0 juga merupakan respon yang timbul terhadap kebutuhan revolusi 4.0 dimana manusia dan mesin dikoneksikan untuk memperoleh solusi, memecahkan masalah, dan menemukan berbagai kemungkinan inovasi baru yang dapat dimanfaatkan sebagai hibah kehidupan manusia modern.

Pendidikan 4.0 menuntut kita untuk menjadi generasi yang kreatif, inovatif dan kompetitif. Dimana internet bukan sesuatu yang dapat mengganggu proses pembelajaran, tidak hanya sebatas saling terkoneksi, namun sesuatu yang dapat memberikan kemudahan dalam proses pembelajaran tanpa melawan perkembangan teknologi. Teknologi seperti internet menjadi tumpuan dalam proses pendidikan 4.0 terutama dalam mata kuliah kewirausahaan. Hal ini disambut dengan adanya *Electronic-Business (e-Business)* [10] yang menjadi tantangan baru dalam dunia pendidikan dan dunia wirausaha pada era revolusi industri 4.0 dengan pendidikan 4.0 ini. Pada mata kuliah kewirausahaan, pembahasan tentang *e-Business* sangat diperlukan dalam mempersiapkan jiwa wirausaha pada era serba digital seperti saat sekarang ini [11].

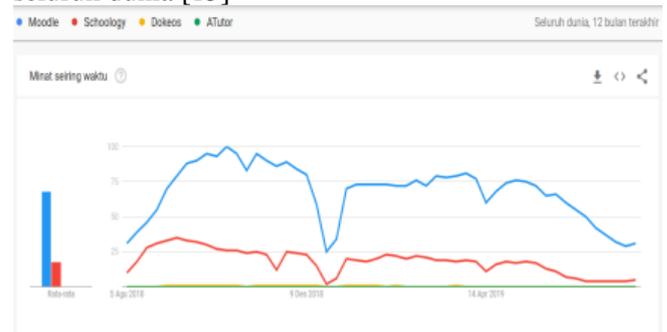
e-Business merupakan salah satu instrumen penting untuk mempercepat pertumbuhan wirausaha dengan penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk menjalankan sekaligus mengelola bisnis [12]. Dengan *e-Business* para wirausahawan dapat memperluas pasarnya, menjangkau banyak pelanggan dimanapun berada, konsumen dapat melihat informasi barang melalui internet tanpa harus repot-repot mendatangi penjual. Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa gaya hidup pada zaman sekarang ini jauh berbeda dengan beberapa masa yang lalu, kebanyakan orang tidak ingin repot dengan satu atau berbagai hal, mereka lebih suka dengan yang instan. Oleh karena itu, maka pada mata kuliah kewirausahaan dibutuhkan adanya pembelajaran terkait dengan *e-Business*, salah satunya adalah materi tentang *Digital Marketing*. Namun pada prakteknya kegiatan *Digital Marketing* cukup kompleks sehingga tidak memungkinkan untuk dibahas secara detail dalam perkuliahan, maka dibutuhkan sumber belajar mandiri *Digital Marketing* dalam wujud *DMOT (DMOT)*.

DMOT merupakan bagian dari upaya memperkenalkan *e-Business* kepada mahasiswa yang menyajikan training online dalam memasarkan produk menggunakan perangkat elektronik/ internet dengan berbagai media, yang nantinya dapat berkomunikasi dengan calon konsumen secara online. *DMOT* merupakan cara untuk memberikan pengetahuan praktis dalam mengoptimalkan minat mahasiswa dalam berwirausaha dan memudahkan mahasiswa dalam memasarkan produk. Melalui *DMOT* mahasiswa bisa mendapatkan pelatihan dan pembinaan dalam berwirausaha serta mendapatkan akses untuk *e-Learning Resources* yang berisi konten-konten *Digital Marketing* dengan pendekatan *Blended Learning*.

Perancangan dan pembangunan media pembelajaran *DMOT* ini nantinya akan digunakan sebagai program pendukung pada mata kuliah

kewirausahaan UNP dan akan dibangun berbasis *Learning Management System (LMS)*. *LMS* adalah sebuah platform pembelajaran full scale yang mendukung proses pembelajaran mulai dari administrasi, *course*, dan penilaian [13]. *Moodle* merupakan salah satu dari beberapa *LMS open source* berbasis web yang didesain menggunakan prinsip-prinsip pedagogis untuk digunakan dalam proses penyelenggaraan pembelajaran elektronik [14].

Berikut adalah hasil survey dari penggunaan *LMS Moodle, Schoology, Dokeos, dan Atutor* pada *Google Trends* 12 bulan terakhir, dimana *Moodle* merupakan *LMS* yang paling sering dibicarakan di seluruh dunia [15]



Gambar 1. Grafik Popularitas LMS Moodle di seluruh dunia.

Menurut analisis dari *Google Trends*, kata kunci *Moodle* menjadi yang tertinggi mengalahkan *Schoology* dan *LMS* lainnya di seluruh dunia, bahkan semenjak 02 Agustus 2018. Ini menunjukkan antusiasme yang besar terhadap *LMS Moodle* sebagai salah satu sistem manajemen pembelajaran terbaik di dunia.

Pada perancangan dan pembangunan media pembelajaran ini menggunakan kurikulum yang dirujuk dari beberapa sumber, diantaranya adalah Udemy, Digital Marketing Institute, On Digital Marketing, Coursera, dan Ilionis University. Topik yang akan dipelajari pada training ini adalah tentang Dunia Wirausaha di era Revolusi 4.0, Konsep Dasar *Digital Marketing*, Rencana Bisnis berbasis *Digital Marketing*, dan Aplikasi Internet dan Digital dalam Marketing (Social Network Marketing, Social Media Marketing, Marketplace Marketing).

II. METODE

2.1. Digital Marketing Online Training untuk Mahasiswa Wirausaha UNP

Kehadiran teknologi saat ini merupakan peluang bagi mahasiswa untuk mengembangkan usaha yang mulai dirintis saat kuliah. Mahasiswa dapat memasarkan produk-produk yang dihasilkan dengan bermodalkan jaringan internet dan gadget.

Oleh karena itu, sebagai pendukung dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha dan sebagai solusi dari beberapa kendala yang dihadapi oleh wirausahawan baru, maka dibuat sebuah program *Digital Marketing* yang direalisasikan dengan Pelatihan *Digital Marketing* dan pembinaan *Digital Marketing*.

2.1.a. Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan *Digital Marketing* merupakan upaya peningkatan kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan berbagai aplikasi jejaring sosial dan media sebagai alat bantu dalam melakukan pemasaran dan promosi produk wirausaha yang dihasilkan mahasiswa atau produk “reseller” yang digunakan dalam program wirausaha mahasiswa, sehingga memaksimalkan fungsi gadget mahasiswa bagi kebutuhan bisnis wirausaha yang dirintisnya.

Merujuk kepada beberapa kurikulum yang ada pada Udemy [16], Coursera [17], Ilionis University, dan On *Digital Marketing* [18], maka Kurikulum yang dikembangkan dalam *DMOT* Bagi Mahasiswa Wirausaha di UNP antara lain:

- a. Dunia Wirausaha di era Revolusi Industri 4.0
- b. Konsep Dasar *Digital Marketing*
- c. Rencana Bisnis berbasis *Digital Marketing*
- d. Pemanfaatan Aplikasi Internet dan Digital dalam Marketing
- e. *Social Network Marketing*: Facebook, Instagram, Whatsapp
- f. *Media Networking Marketing*: Youtube Marketing, Product Review & Penetration
- g. Market Place Marketing: Tokopedia, Bukalapak, Shopee.

2.1.b. Pengembangan Materi dan Konten Digital Training Online Digital Marketing

Pada *e-Learning Resources* berisi konten-konten *Digital Marketing* yang dapat diakses oleh mahasiswa. Dalam pengembangan konten *e-Learning Digital Marketing* ini, perlu dipertimbangkan elemen-elemen utama, sebagaimana telah ditetapkan cakupannya : Silabus, Group Belajar, Material Bacaan, Video Training, Forum Diskusi, Kuis, Penugasan, Kegiatan Praktikal, Project dan Sertifikat. Elemen-elemen ini akan disesuaikan dengan karakteristik *Digital Marketing e-Learning Resources*.

2.2. Perancangan Kurikulum Digital Marketing Online Training.

Kurikulum yang dikembangkan pada *DMOT* Bagi Mahasiswa Wirausaha di UNP ini, berdasarkan sejumlah Kurikulum Digital Marketing yang digunakan pada berbagai lembaga internasional, maka diperoleh sebuah struktur kurikulum sebagai berikut :

1. Dunia Wirausaha di era Revolusi Industri 4.0
Pada topik ini akan dibahas tentang dunia dan peluang wirausaha di revolusi industri 4.0.
2. Konsep Dasar Digital Marketing
Bagian ini akan membahas 5W+1H pada digital marketing.
3. Rencana Bisnis berbasis Digital Marketing
Pada bagian ini akan dipelajari bagaimana merencanakan bisnis hingga membangun bisnis berbasis digital.
4. Pemanfaatan Aplikasi Internet dan Digital dalam Marketing
Pada topik ini akan dibahas mengenai pemanfaatan:
 - a. Social Network Marketing: Facebook, Instagram, Whatsapp
 - b. Media Networking Marketing: Youtube Marketing, Product Review & Penetration
 - c. Market Place Marketing: Tokopedia, Bukalapak, Shopee.

2.3. Perancangan Sistem Digital Marketing Online Training

2.3.a. Mind Mapping DMOT

Mind mapping digunakan untuk memodelkan peta konsep materi *DMOT* serta hubungan antar materi dan kaitannya dengan capaian kompetensi.

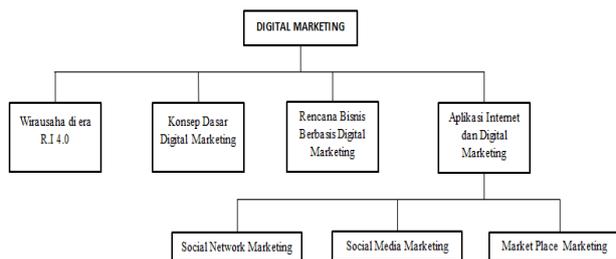


Gambar 2. Mind Mapping Digital Marketing

Pada Gambar 2 dapat di lihat ada tujuh materi yang akan di inputkan ke dalam sistem *DMOT* yang nantinya dapat di akses oleh mahasiswa kewirausahaan di Universitas Negeri Padang.

2.3.b. Struktur Materi

Rancangan struktur materi *DMOT* untuk Mahasiswa Wirausaha di UNP adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Rancangan Struktur Materi Digital Marketing

Gambar 3 memperlihatkan bagaimana struktur materi yang dikembangkan dalam *DMOT* ini, terdiri dari 4 materi utama, yaitu :

1) Dunia Wirausaha di era Revolusi Industri 4.0

Bagian ini menjelaskan tentang bagaimana dunia wirausaha di era revolusi industry 4.0, siapa saja yang terlibat, dan apa saja yang harus kita persiapkan dalam menghadapi wirausaha di era revolusi 4.0 ini .

2) Konsep Dasar Digital Marketing

Pada bagian ini dijelaskan tentang apa yang dimaksud dengan digital marketing, siapa saja yang terlibat dalam digital marketing, mengetahui apa pentingnya digital marketing, kapan dan di mana saja digital marketing bisa di aplikasikan.

3) Rencana Bisnis berbasis Digital Marketing

Bagian ini membahas tentang bagaimana merencanakan bisnis berbasis digital marketing dan mengetahui masalah yang timbul ketika perencanaan bisnis tidak jelas.

4) Pemanfaatan Aplikasi Internet dan Digital dalam Marketing dibagi menjadi 3 bagian, yaitu:

- a) Social Network Marketing: Facebook, Instagram, Whatsapp
- b) Media Networking Marketing: Youtube Marketing, Product Review & Penetration
- c) Market Place Marketing: Tokopedia, Bukalapak, Shopee.

ini dilakukan dengan menggunakan Model Pengembangan Instruksional ADDIE [19], yang uraian langkahnya dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1. Proses Pengembangan Konten Digital Marketing Online Training

Langkah Pengembangan	Aktifitas Pengembangan	Deskripsi Kegiatan	Hasil
<i>Analysis</i>	Menentukan tujuan pengembangan konten	a. Menganalisis tujuan pengembangan konten ajar b. Mengidentifikasi prosedur dan tugas-tugas pengembangan	a. Tujuan penulisan konten ajar b. Daftar prosedur dan tugas yang dilakukan
	Mengkonfirmasi pengguna	a. Mengidentifikasi pengetahuan awal mahasiswa tenant	a. Kajian mengenai pengetahuan awal dan kemampuan mahasiswa belajar menggunakan media tertentu
	Mengidentifikasi sumber daya yang diperlukan	a. Mengidentifikasi karakteristik dari lingkungan pembelajaran b. Mengidentifikasi media pembelajaran yang dibutuhkan	a. Daftar sumberdaya pembelajaran yang dapat dimanfaatkan b. Daftar media pembelajaran yang perlu dikembangkan dalam mengoptimalkan sumberdaya pembelajaran
	Menentukan sistem pengiriman materi yang potensial	a. Menganalisis faktor pendukung dalam penggunaan berbagai format media	Data hasil survey dan wawancara mengenai kebutuhan pengguna terhadap media dan konten
<i>Design</i>	Menginventarisasi tugas-tugas	a. Menterjemahkan kebutuhan peserta didik dan tujuan pembelajaran terhadap konten ajar yang akan dikembangkan b. Mendesain prosedur dan tugas-tugas pembelajaran perlu dilibatkan untuk mencapai tujuan pembelajaran c. Menganalisis sistem penyampaian d. Menentukan format bahan ajar (cetak dan digital) e. Mengumpulkan referensi mengenai konten yang akan disampaikan untuk mencapai tujuan pembelajaran f. Menentukan strategi penyampaian konten yang tepat.	a. Catatan mengenai tugas atau aktivitas belajar yang membantu mahasiswa memaknai materi terbuka b. Catatan mengenai sistem penyampaian materi

2.4. Pengembangan Model Pembelajaran dan Konten

Pengembangan *DMOT* ini ditujukan agar konten ini dapat diakses oleh mahasiswa kapan pun dan di mana pun untuk mengulang dan memperbaiki pemahaman dan implementasi tentang digital marketing. Proses pengembangan Digital Marketing

	Menyusun tujuan kinerja	a. Mendesain konten atau materi Blended b. Mendesain pembelajaran sesuai dengan hasil analisis kebutuhan	a. Desain pembelajaran b. Story Board c. Naskah Akademik
	Menentukan strategi pengujian	a. Menentukan dan mendesain instrument penilaian	a. Kuis, latihan, soal, tugas
<i>Develop</i>	Menghasilkan konten	Menghasilkan materi Blended DMOT	a. Pengambilan gambar b. Transfer file c. Editing video d. Rendering e. Uploading f. Konfigurasi
<i>Implementation</i>	Penyelenggaraan Perkuliahan Hybrid/ Blended Learning Digital Marketing E-Learning Resources	a. Mengelola Pembelajaran pada sesi online dengan LMS Open Sources b. Menyelenggarakan Perkuliahan Tatap muka sebagai fasilitasi untuk menggali kemampuan mahasiswa dalam belajar mandiri pada sesi online	Penyelenggaraan Perkuliahan Blended dengan LMS Open Sources
<i>Evaluation</i>	Evaluasi Konten Blended Learning Evaluasi Proses Training Blended Digital Marketing Evaluasi Hasil Training mahasiswa	a. Menganalisis sejauhmana konten yang tersedia dapat memenuhi standar kurikulum bidang DMOT b. Sejauhmana keberhasilan penyelenggaraan pembelajaran Blended Learning DMOT dilihat dari Proses belajar yang dilalui mahasiswa baik pada sesi online maupun sesi tatap muka c. Sejauhmana Blended Learning Digital Marketing Online Training memberikan perbaikan terhadap peningkatan kemampuan Digital Marketing mahasiswa	a. Perbaikan dan revisi konten sesuai dengan standar Blended Learning b. Memperbaiki proses pembelajaran, khususnya pada integrasi proses online dan tatap muka c. Perbaikan pada metode evaluasi

Pada model pengembangan instruksional ADDIE ini ada 5 langkah pengembangan, yaitu: *Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*. Dimana pada masing-masing tahapan memiliki aktifitas pengembangan, dan deskripsi kegiatan serta hasil yang diperoleh dari tahapan tersebut sesuai dengan yang telah ditampilkan pada table 1.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Pengembangan Digital Marketing Online Training

Proses Pengembangan DMOT bagi mahasiswa wirausaha UNP telah dilakukan dengan menggunakan model instruksional ADDIE, sebagai framework dalam pengembangan ini. Dari hasil proses pengembangan diperoleh hasil sebagai berikut :

3.1.a Hasil Analisis (*Analysis*)

Analisis kesiapan mahasiswa dalam mengimplementasikan Digital Marketing Online Training menggunakan Framework Digital Skill Van Dijk [20], Berdasarkan framework tersebut, maka dikembangkan instrument yang digunakan untuk melihat aspek motivasi, material akses, skill akses, dan penggunaan teknologi digital oleh mahasiswa peserta Digital Marketing. Untuk kebutuhan analisis ini, maka dilakukan pemetaan kompetensi dasar teknologi digital mahasiswa, yang diukur dengan Pre and Post Training Questionnaire design. Sebelum pelatihan, kuesioner didistribusikan secara online kepada beberapa perwakilan. Setelah survey awal, diperoleh hasil seperti pada Tabel 4. [21]

Tabel 2. Data kompetensi awal TIK Mahasiswa Peserta DMOT

Kompetensi TIK Dasar	PM	MN	MH	JML
Pengoperasian Komputer	10	12	8	30
Aplikasi Office	12	14	4	30
Aplikasi Desain Grafis	18	8	4	30
Aplikasi Video Editing	20	6	2	30
Akses Internet	12	14	4	30
Internet Resources	15	10	5	30
Social Network & Media	20	8	2	30
Business on Digital Technology	22	7	3	30

PM = Pemula, MN = Menengah, MH = Mahir

Dari Tabel 4. Dapat dilihat mayoritas peserta memiliki kompetensi TIK Pemula dan Menengah pada beberapa aspek keterampilan TIK, sedangkan untuk kategori Mahir masih sangat terbatas (<25%)

3.1.b Hasil Perancangan (*Design*)

Sebagaimana telah dituangkan pada Model Instruksional ADDIE, maka pada bagian ini akan dijabarkan hasil rancangan yang dibuat, berdasarkan metode penelitian yang telah dibahas pada bagian Metode sebelumnya, dengan hasil sebagai berikut :

a. Hasil Rancangan Materi

Berdasarkan hasil telaah kurikulum dan perancangan struktur materi yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil rancangan yang diterapkan dengan LMS Moodle MOOC UNP, pada *Course* DMOT, dengan tampilan struktur materi sebagai berikut :



Gambar 4. Halaman Hasil Rancangan Materi

b. Hasil Rancangan Antramuka

1) Antarmuka Halaman Utama MOOC UNP

Antarmuka Halaman Utama MOOC UNP adalah tampilan yang diperoleh oleh pengunjung saat meramban ke alamat <http://mooc.unp.ac.id/>



Gambar 5. Halaman Utama MOOC UNP

Halaman ini merupakan antarmuka utama yang disediakan bagi user untuk berinteraksi dengan LMS MOOC UNP

2) Antarmuka Halaman Dashboard

Halaman dashboard adalah halaman akses utama seorang pengguna yang telah logi ke MOOC UNP. Tampilan halaman dashboard ini sangat tergantung pada jumlah course yang diikuti oleh seorang pengguna.



Gambar 6. Halaman Dashboard User di MOOC UNP

3) Antarmuka Halaman Course DMOT

Halaman Course adalah halaman akses yang digunakan oleh pengguna pada saat telah masuk ke suatu Course yang dia terdaftar, sebagai contoh dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Halaman Course DMOT

3.1.c. Hasil Pengembangan (*Development*)

Hasil rancangan DMOT kemudian dikembangkan menjadi aplikasi pembelajaran online bagi Mahasiswa Wirausaha UNP dan dapat diuraikan sebagai berikut:

Halaman aplikasi pembelajaran DMOT ini berisi informasi awal kegiatan Training Digital Marketing Online yang mencakup Welcome Screen, Video Pengantar, dan Rancangan Materi. Setiap materi memiliki sub-sub bagian yang akan menjadi sumber belajar dan aktivitas bagi pengguna Digital Marketing Online Training ini.

Halaman Isi DMOT ini terdiri

a. Bagian Pengantar.

Berisi uraian singkat dan video pengantar tentang pokok bahasan materi yang akan dipelajari oleh peserta training DMOT.



Gambar 8. Bagian Pengantar Halaman Isi DMOT

b. Bagian Uraian Materi Training, memuat komponen utama:



Gambar 9. Halaman Materi Pokok

- 1) Modul Training dalam format PDF Viewer, yang akan menampilkan dokumen modul PDF dalam dokumen tayang, sehingga peserta dapat langsung membaca pada halaman DMOT, tanpa harus melakukan pengunduhan dokumen.
- 2) Slide Presentasi dalam slide show viewer, dokumen slideshow ini merupakan dokumen pendukung untuk mempermudah peserta dalam memahami isi modul yang sudah ditayangkan dalam bentuk slideshow, sehingga dari slideshow tersebut peserta dapat membuat catatan resume materi.
- 3) Video pendukung dalam bentuk embedded video player, video ini menjadi pelengkap penjelasan uraian materi/ modul, sehingga dengan visualisasi video akan meningkatkan perhatian peserta secara mandiri terhadap isi modul DMOT.

c. Bagian Aktivitas

Bagian Aktifitas ini memuat berbagai aktivitas training online, seperti Tugas dan Latihan, seperti terlihat pada Gambar 43. Pada bagian ini peserta melakukan aktifitas Tugas dan Latihan sebagai bagian dari proses evaluasi keberhasilan dalam mengikuti program DMOT.



Gambar 10. Halaman Aktifitas

- 1) Aktifitas Tugas, merupakan sarana bagi peserta dalam mengerjakan tugas yang diberikan sebagai uji coba penerapan Digital marketing dalam course DMOT.
- 2) Aktifitas Latihan, merupakan aktifitas yang digunakan dalam mengukur tingkat keberhasilan peserta dalam mengikuti DMOT
- 3) Daftar Pustaka dan Referensi
Pada bagian ini diberikan Daftar Pustaka dan Referensi yang digunakan dalam mengembangkan

modul dan perangkat pembelajaran online DMOT, sehingga dengan kepastakaan ini, peserta dapat menggali lebih jauh pengetahuannya dalam bidang Digital Marketing.

3.1.d. Hasil Implementasi ((Implementation)

Digital Marketing Online Training berbasis LMS yang telah dirancang dan dikembangkan, kemudian diimplementasikan sebagai pendukung Pelatihan Digital Marketing bagi Mahasiswa Wirausaha UNP. Untuk menguji implementasi DMOT ini, uji coba dilakukan dengan partisipan 30 mahasiswa Digital Marketing dengan akun masing-masing. Masa uji coba selama 1 bulan, bersamaan dengan program pendampingan peserta [22]. Dari hasil uji coba ini diperoleh data berikut:

Tabel 3. Hasil Uji coba DMOT

Aspek Training DM	SS	S	KS	TS
DMOT Membantu mhs dalam memahami DM	27	3	0	0
Struktur materi sesuai dengan kurikulum DM	20	7	3	0
Media video menarik	26	3	1	0
Tutorial mudah difahami	12	13	3	2
Bahasa sederhana dan lugas	17	10	2	1

SS = Sangat Setuju, S = Setuju, KS = Kurang Setuju, TS = Tidak Setuju

Dari Tabel 3 dapat dilihat data kecendrungan kepuasan pengguna dalam memanfaatkan DMOT sebagai sarana belajar mandiri Digital Marketing, dimana pada setiap item yang diukur, diperoleh hasil persentasi keberhasilan di atas 85%, baik pada aspek DMOT sebagai alat bantu belajar mahasiswa, maupun dari sisi konten, seperti struktur materi, video pendukung, modul tutorial dan Bahasa yang sederhana dan lugas.

3.1.e. Hasil Evaluasi (Evaluation)

Setelah kegiatan pengembangan DMOT berbasis LMS selesai, selanjutnya dilakukan evaluasi. Jumlah peserta yang dievaluasi berjumlah 30 orang mahasiswa digital marketing. Evaluasi pertama adalah peningkatan keterampilan TIK, seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Data Pemetaan Keterampilan TI Mahasiswa DMOT

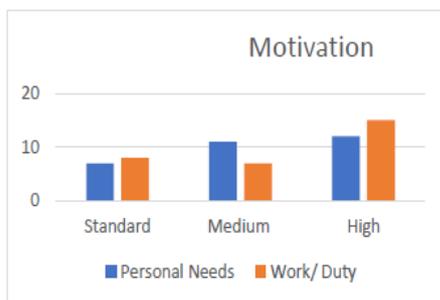
Kompetensi TIK Dasar	PM	MN	MH	JML
Pengoperasian Komputer	6	14	10	30
Aplikasi Office	5	14	9	30
Aplikasi Desain Grafis	8	15	7	30

Aplikasi Video Editing	8	16	6	30
Akses Internet	4	14	12	30
Internet Resources	8	14	8	30
Social Network & Media	6	16	8	30
Business on Digital Technology	10	14	6	30

PM = Pemula, MN = Menengah, MH = Mahir

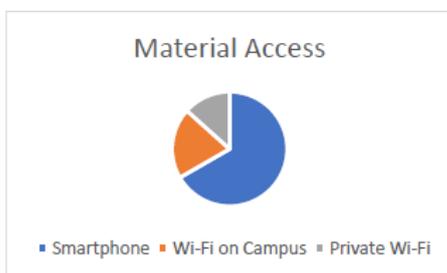
Pada Tabel 4 di atas terdapat peningkatan jumlah kompetensi mahasiswa pada level menengah dan mahir pada hampir semua bidang kompetensi dasar TIK, saat dibandingkan dengan data pada Table 4, dimana terjadi peningkatan kompetensi pada level menengah dan mahir (>40%)

Jika dilihat dari framework Digital Skill, pada aspek motivasi diperoleh data seperti terlihat pada Gambar 11, yang memperlihatkan kecenderungan peningkatan penggunaan perangkat TI untuk mendukung tugasnya sebagai mahasiswa.

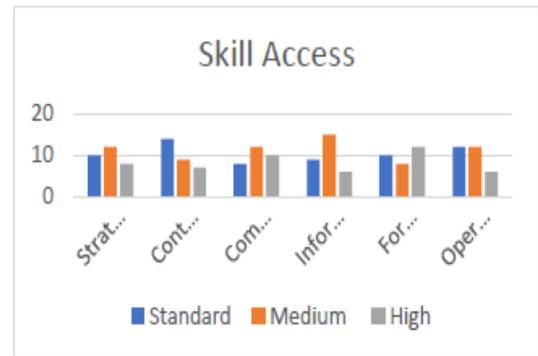


Gambar 11. Pengukuran Aspek Motivasi

Kemudian jika dilihat dari aspek Material Access, mayoritas mahasiswa menggunakan smartphone sebagai alat koneksi internet dan data.

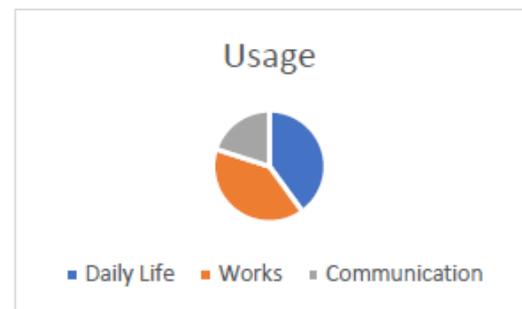


Gambar 12. Pemanfaatan Material Akses oleh mahasiswa DM



Gambar 13. Skill Akses

Pada aspek Skill Akses ini dapat dilihat terdapat beberapa kemampuan mahasiswa yang harus dibina agar dapat lebih memaksimalkan pemanfaatn TIK dalam DM.



Gambar 14. Penggunaan TIK

Dari aspek penggunaan skill digital/ TIK, maka keterampilan tersebut berimbang dalam kebutuhan kehidupan sehari-hari dan tugas sebagai mahasiswa.

3.2. Pembahasan

Pengembangan DMOT sebagai pendukung Program Kewirausahaan bagi mahasiswa wirausaha di UNP telah menghasilkan suatu sarana belajar mandiri bagi mahasiswa untuk mendalami dan mempraktikkan konsep dasar dan implementasi Digital Marketing dalam mendukung usaha/ bisnis yang dirintis. Mahasiswa wirausaha bisa memperoleh materi terkait dengan pengetahuan dasar tentang digital marketing, bagaimana wirausaha di era revolusi 4.0, merencanakan bisnis dengan digital marketing, mengetahui dan mengaplikasikan digital marketing pada aplikasi internet.

Proses pengembangan dilakukan dengan menggunakan Model instruksional ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*), yang mana setiap langkah pengembangannya dilakukan secara sistematis [23], sehingga pada setiap langkah tersebut dapat diperoleh hasilnya, dan

kemudian langsung dilakukan evaluasi, koreksi dan perbaikan dari hasil masing-masing langkah tersebut.

Berdasarkan hasil analisis dan data yang diperoleh selama pengembangan Digital Marketing online Training berbasis LMS dapat dilihat kesiapan mahasiswa dalam mengimplementasikan Digital Marketing, bahwa semua peserta memperoleh keterampilan TIK dengan peningkatan yang signifikan seperti yang terlihat dalam perbandingan Table 2 dan Tabel 4.

Dimana pada table tersebut dari aspek motivasi, dapat dilihat bahwa peserta Digital Marketing yang menggunakan TIK didorong oleh kebutuhan pribadi dan tuntutan tugas mahasiswa yang tinggi. Dari aspek material, sebagian besar peserta menggunakan perangkat pribadi seperti smartphone sebagai alat dalam mengakses TIK. Pada aspek keterampilan TIK, maka pada level strategi akses pada level medium, pembuatan konten pada level standar, kemampuan komunikasi dan informasi berada pada level medium. Sedangkan pada akses formal pada level tinggi dan operasional medium. Dalam hal penggunaan, ada keseimbangan antara pribadi dan pekerjaan.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil pengembangan DMOT berbasis LMS di UNP dapat disimpulkan berikut ini :

1. Semua peserta memiliki ketertarikan dan kesiapan dalam DM yang tinggi
2. Dari analisis dengan Digital Skill Framework, dapat dilihat bahwa semua responden memiliki kesiapan yang baik dalam mengimplementasikan model bisnis berbasis DM
3. DM telah meningkatkan semangat berwirausaha mahasiswa di UNP secara signifikan hingga memasarkan produk wirausahanya.

V. SARAN

Beberapa point penting dapat disarankan, berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan PPK ini dan analisis data yang dilakukan, antara lain :

1. Perlu dilakukan upaya pembinaan Wirausaha terus menerus bagi mahasiswa di lingkungan UNP, yang tidak hanya terbatas pada aspek Mata Kuliah dan Program Mahasiswa Wirausaha

2. Segera perlu dilakukan upaya sosialisasi Program Pelatihan Digital Marketing bagi dalam bentuk Tatap Muka maupun secara online dan mandiri melalui Digital Marketing eLearning Resources.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Bapak Muhammad Adri, Bapak Hanesman, Ibu Titi Sriwahyuni dan Bapak Almasri, yang telah membantu Penulis dalam mengembangkan DMOT ini melalui Program Pengembangan Kewirausahaan, LP2M UNP, sehingga penelitian dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] UNP Padang. (2018). *Rencana Strategis Universitas Negeri Padang 2015-2019*, Padang : UNP
- [2] Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 604 Tahun 2015 Tentang Pembentukan UPT Pengembangan Kewirausahaan dan Karir. Jakarta
- [3] UNP Padang. (2019). *Laporan Kinerja Universitas Negeri Padang Tahun 2018*, Padang : UNP
- [4] Yulizar Kasih. (2013). *Mewujudkan Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi Melalui Proses Pembelajaran yang Berkelanjutan*, Forum Bisnis dan Kewirausahaan, Jurnal Ilmiah STIE MDP, Vol. 2 No. 2 Maret 2013
- [5] Heri Kuswara. (2019) “*Strategi Perguruan Tinggi Mewujudkan Entrepreneurial Campus*“, diakses pada alamat : <http://www.dikti.go.id>, diakses pada 10 April 2019.
- [6] Elfindri, Desri Ayunda, dan Wiko Saputra (2010) “*Minang Entrepreneurship*”, Jakarta : Buduose Media.
- [7] Rauch, E., Linder, C., & Dallasega, P. (2019). Anthropocentric perspective of production before and within Industry 4.0. *Computers and Industrial Engineering*, (xxxx), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2019.01.018>
- [8] Yeung, S. (2014). Examining the need of ethics course in China hospitality industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 212–217. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.289>
- [9] Yulizar Kasih. (2013). *Mewujudkan Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi Melalui Proses Pembelajaran yang Berkelanjutan*,

- Forum Bisnis dan Kewirausahaan, Jurnal Ilmiah STIE MDP, Vol. 2 No. 2 Maret 2013
- [10] Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001), *Understanding IT-enabled interactivity in Contemporary Marketing*, Journal of Interactive Marketing.
- [11] UPT MKU UNP (2019). *Rencana Pembelajaran Semester (RPS) Mata Kuliah Umum Kewirausahaan Universitas Negeri Padang*, Padang : UPT. MKU UNP Padang
- [12] Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management, 14th Edition*. New Jersey : Prencite Hall
- [13] Kats, Yefim. (2010). Learning management system technologies and software solutions for online teaching tools and applications. USA : IGI Global snippet
- [14] Moodle. (2019a). *About Moodle*, yang diakses pada alamat: [https://docs.moodle.org/39/en/About Moodle](https://docs.moodle.org/39/en/About_Moodle), pada tanggal 29 Oktober 2019
- [15] Google Trends. (2019). *Trend Penggunaan Learning Management System (LMS) di dunia*, diaksea pada tanggal 27 Agustus 2019
- [16] Udeemy. 2019. *Udeemy Digital Marketing Curriculum*, diakses pada alamat <https://www.udemy.com>, pada tanggal 15 Oktober 2019
- [17] Coursesera. 2019. *Digital Marketing Curriiculum*, diakses pada alamat <https://coursesera.org>, pada tanggal 20 Oktober 2019
- [18] Ondigitalmarketing. 2019. *College Textbook for Digital Marketing and Social Media* diakses pada alamat <https://ondigitalmarketing.com/learn/odm/>, pada tanggal 17 oktober 2019
- [19] Branch, Robert Maribe. *Instructional Design : The ADDIE Approach*. US: Springer
- [20] van Dijk, Jan A. G. M. and van Deuresen, Alexander. (2014). *Digital Skill, unlocking the Information Society*, New Palgrave MacMillan, York, USA, 2014
- [21] Muhammad Adri, Hanesman, Titi Sriwahyuni, Almasri. (2019a). *Laporan Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK), Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2019*, Padang : LP2M UNP Padang
- [22] Muhammad Adri, Hanesman, Titi Sriwahyuni, Almasri. (2019b). *Digital Marketing Sebagai Metoda Alternatif Wirausaha Bagi Mahasiswa Di Universitas Negeri Padang*, *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, Vol. 12 No. 2 (2019).
- [23] Dick, Walter., Carey, Lou. and Carey, James O. 2015. *The Systematic Design of Instruction*. USA: Pearson