

**Pelatihan *E-commerce* untuk Meningkatkan Kompetensi Pemasaran  
Hasil Keterampilan**

(Studi Eksperimen Sederhana terhadap Warga PKBM Negeri 11 Manggarai)  
(2015)

**Seli Wulandari**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan kompetensi pemasaran hasil keterampilan warga belajar PKBM Negeri 11 Manggarai. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksperimen sederhana yaitu Pelatihan *e-commerce* (X) untuk meningkatkan kompetensi pemasaran (Y). Dengan menggunakan *one group pretest-posttest design*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan beberapa kriteria, yaitu: kehadiran, keaktifan, kemampuan dasar teknologi dan kesediaan. Responden dalam penelitian adalah warga PKBM Negeri 11 Manggarai sebanyak 10 orang. Data diperoleh dengan menggunakan tes hasil belajar untuk ranah kognitif, angket untuk ranah afektif dan pedoman observasi dengan skala penilaian untuk ranah psikomotorik. Uji signifikansi dilakukan dengan menggunakan uji-t dan bahwa nilai  $t_{hitung}$  18,111, dengan signifikansi 0,00. Kemudian nilai  $t_{tabel}$  untuk df 11 (N-1) pada taraf signifikansi 0,05 adalah 2,262. Dengan menggunakan uji dua sisi maka daerah penerimaan  $H_0$  berada diantara -2,262 sampai dengan +2,262. Berdasarkan hasil  $t_{hitung}$  yang didapat, diketahui  $t_{hitung}$  berada diluar daerah penerimaan  $H_0$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $18,111 > 2,262$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yaitu bahwa "terjadi peningkatan kompetensi dalam memasarkan hasil keterampilan melalui pelatihan *e-commerce*." Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah pelatihan *e-commerce* dapat meningkatkan kompetensi pemasaran hasil keterampilan warga PKBM Negeri 11 Manggarai.

*Kata Kunci* : pelatihan, pemasaran, kompetensi, *e-commerce*, hasil keterampilan

***E-commerce Training to Improve Marketing Competence Skills Results***  
*(Simple Experimental Study of the Residents PKBM Negeri 11 Manggarai)*  
**(2015)**

**Seli Wulandari**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the competency improvement marketing of residents learn skills PKBM 11 Manggarai. The method used in this study is a simple experiment that is e-commerce Training (X) to improve marketing competence (Y). By using one group pretest-posttest design. The sampling technique used purposive sampling with several criteria, that is: the presence, activeness, ability the basic technology and willingness to follow training. Respondents in the study were residents PKBM 11 Manggarai many as 10 people. Data obtained using achievement test for cognitive, questionnaire for affective and observation guide with the scale of assessment for the psychomotor domain. Significance test performed using t-test and that the value of  $t = 18.111$ , with significance 0,00. Then the value of  $t_{table}$  for df 11 (N-1) at the 0.05 significance level was 2.262. By using a two-tailed test the reception area of  $H_0$  is between -2.262 to +2.262. Based on the results obtained  $t_{count} = 18.111 > 2.262$ , then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  accepted, that is that "there was an improve competency in marketing skills results through training e-commerce." Conclusions obtained of this study is the training of e-commerce can improve the marketing of skill results competency PKBM 11 Manggarai residents.*

**Keywords:** training, marketing, competence, e-commerce, skills results