

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pasar sekarang tidak seperti dahulu, apabila dahulu setiap orang yang ingin membeli suatu barang harus mendatangi toko yang menjual barang tersebut. Selanjutnya langsung membeli barang yang diinginkan dengan uang tunai. Tetapi sekarang semua orang telah dimudahkan oleh gadget/ *smartphone* yang mereka miliki. Sekarang cukup membuka gadget/ *smartphone* yang dimiliki lalu cari barang yang diinginkan di alat pencari seperti google atau sejenisnya. Kemudian akan terlihat website yang menyediakan barang yang anda inginkan. Selanjutnya tinggal pilih barangnya lalu pesan dan melakukan pembayaran melalui transfer *e-banking* atau menggunakan kartu kredit, tidak memerlukan uang tunai. Waktu yang digunakan untuk belanja pun menjadi lebih sedikit tanpa harus lelah keluar rumah tau meninggalkan pekerjaan dan setiap orang bebas membandingkan harga antara toko online yang satu dengan yang lainnya.

Pasar sekarang merupakan hasil dari globalisasi yang telah membuat kemajuan dalam teknologi dan komunikasi yang telah mempermudah perusahaan atau perorangan dalam memasarkan

produknya dan mempermudah konsumen dalam membeli suatu produk. Fungsi pasar yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kesepakatan pertukaran barang dan uang tetap sama. Yang berbeda adalah dimana pasar itu dan cara menjangkaunya yang semakin mudah dan praktis yaitu dengan menggunakan internet.

Apa jadinya jika kita tetap memasarkan hasil produksi kita dengan menggunakan cara konvensional? Sudah pasti kita akan tertinggal jauh. Era sekarang ini semua orang ingin mencari yang praktis yang mudah didapatkan tanpa harus bersusah payah. Anda pemasar harus bisa melihat ini sebagai peluang yang sangat bagus dan harus berani ikut terjun menjadi pelaku tidak hanya menonton.

Pemasaran lewat internet atau yang biasa disebut *e-commerce* ini akan sangat memudahkan baik bagi pemasar ataupun konsumen dalam melakukan kegiatan jual-beli. konsep *e-commerce* yang melakukan kegiatan jual beli menggunakan perangkat elektronik dan internet ini telah menghilangkan hambatan jarak dan waktu. Penggunaan *e-commerce* yang mudah membuat setiap orang tinggal membuka laptop, komputer atau gadget mereka kapanpun dan dimanapun lalu tinggal klik dan proses jual-beli dapat terpenuhi.

Penggunaan *e-commerce* pun memungkinkan pemasar melakukan promosi tanpa mengeluarkan biaya lagi, cukup dengan membuat promosi di Youtube, facebook, twitter atau media sosial lainnya. Calon konsumen yang melihat promosi pun tidak akan terbatas dikarenakan pengguna media sosial tersebut dapat berasal dari berbagai negara. *E-commerce* mempermudah pemasar dalam memasarkan produk dan mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan.

Berikut adalah beberapa kemampuan baru konsumen akibat dari penggunaan *e-commerce* dirangkum dari buku Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009), yaitu:¹

- a. Peningkatan yang berarti dalam hal daya beli. Pembeli hanya memerlukan satu klik untuk membandingkan harga. Pembeli pun dapat bergabung dengan orang lain untuk memperbesar pembelian dan mendapatkan diskon yang lebih besar.
- b. Ragam barang dan jasa yang lebih banyak. Pembeli dapat memesan barang secara online dari mana saja dan menghindari tawaran lokal yang terbatas. Mereka juga dapat menghemat banyak dengan memesan dari negara dengan tingkat harga yang lebih rendah.

¹ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran (edisi ketiga belas)*, (Jakarta: Erlangga, 2009). H.15

- c. Sejumlah besar informasi hampir tentang apa saja. Orang dapat membaca surat kabar apapun dalam bahasa apa pun di mana pun di dunia ini. Mereka dapat mengakses ensiklopedia, kamus, informasi medis, rating film, laporan konsumen, sumber informasi lain yang tidak terhitung banyaknya secara online.
- d. Kemudahan yang lebih besar dalam memesan dan menerima pesanan. Pembeli masa kini dapat melakukan pemesanan dari rumah, kantor atau telepon seluler 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dan dengan cepat menerima barang yang mereka pesan di kantor atau rumah.
- e. Kemampuan untuk membandingkan catatan tentang produk dan jasa. Situs jaringan sosial menyatukan pembeli yang memiliki minat yang sama.
- f. Suara yang lebih kuat untuk mempengaruhi teman sepergaulan dan pendapat umum. Internet mendorong timbulnya hubungan personal dan konten yang dihasilkan oleh pengguna media social seperti facebook, instagram untuk foto.

Konsumen yang memiliki kemampuan baru telah memaksa pemasar untuk memiliki kemampuan baru juga, berikut kemampuan baru pemasar kini beberapa diantaranya:

- a. Pemasar dapat menggunakan internet sebagai saluran informasi dan penjualan yang kuat, memperluas jangkauan geografis mereka untuk memberi informasi kepada pelanggan dan mempromosikan bisnis serta produk mereka di seluruh dunia.
- b. Pemasar dapat memproduksi barang-barang yang berbeda secara individu, baik yang dipesan secara pribadi, melalui telepon atau secara online. Contohnya dengan harga tertentu, pelanggan dapat membeli frame foto yang terdapat tulisan namanya.
- c. Pemasaran target dan komunikasi dua arah menjadi lebih mudah berkat perkembangan majalah minat khusus, saluran TV dan kelompok diskusi internet. Pemasok dan distributor yang terhubung oleh ekstranet memungkinkan perusahaan mengirimkan serta menerima informasi, menempatkan pesanan dan melakukan pembayaran secara lebih efisien. Perusahaan juga dapat berinteraksi dengan pelanggan secara individual sehingga pesan, layanan dan hubungan menjadi lebih personal.
- d. Pemasar dapat mengirimkan iklan, kupon, sampel dan informasi kepada pelanggan yang meminta atau yang mengizinkan pemasar mengirimkannya kepada mereka.

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat atau biasa disebut PKBM merupakan salah satu satuan pendidikan nonformal yang memiliki filosofi dari, oleh dan untuk masyarakat. Pertama, *dari* yang berarti pendirian PKBM harusnya merupakan inisiatif dari masyarakat yang berasal dari kesadaran masyarakat itu sendiri untuk meningkatkan mutu kehidupan.

Kedua, *Oleh* yang berarti pengelolaan PKBM ini dilakukan oleh masyarakat itu sendiri. Tujuan pengelolaan ini yaitu untuk meningkatkan mutu kehidupan masyarakat disekitar PKBM. PKBM yang dikelola oleh masyarakat disekitarnya memungkinkan masyarakat dapat memecahkan masalah yang mereka dihadapi. Pengelolaan PKBM oleh masyarakat membuat lingkungan warga di sekitar PKBM semakin berdaya dan semakin sejahtera.

Ketiga, *Untuk* yang berarti PKBM ini dibuat untuk kemajuan masyarakat tersebut. Adanya PKBM tidak lain untuk mensejahterakan masyarakat disekitarnya lewat fungsi-fungsi yang dimiliki. PKBM yang memiliki filosofi berbasis pada masyarakat seharusnya membuat masyarakat menjadi pelaku utama yang mendirikan, mengelola dan menerima hasil dari PKBM. Tetapi fakta yang ada di masyarakat hanya sedikit PKBM yang mampu mengikutsertakan masyarakat menjadi bagian dari pengelolaannya. Pengelolaan PKBM menjadi sesuatu yang sangat

penting untuk diperhatikan. Agar PKBM dapat menjalankan filosofinya dengan semaksimalnya.

Dalam tubuh PKBM sendiri banyak terdapat sumber daya yang masih kurang dikelola dengan baik. Baik itu sumber daya manusia seperti warga belajarnya yang sangat heterogen dan masyarakat sekitar PKBM. Adapula sumber daya pembelajaran seperti sumber belajar yang belum termaksimalkan penggunaannya seperti komputer, wifi, dan sejenisnya. Ataupun sumber daya yang merupakan hasil dari kegiatan pembelajaran, seperti hasil keterampilan yang sangat beragam macamnya.

Pengelolaan sumber daya yang belum maksimal akan sangat mempengaruhi hasil kinerja PKBM kedepannya. Contohnya karena PKBM kurang bisa memaksimalkan potensi warga belajar yang sangat heterogen, menyebabkan potensi mereka kurang terasah sehingga banyak yang masuk ke PKBM hanya sekedar untuk mendapatkan ijazah saja. Sumber daya pembelajaran yang kurang termaksimalkan penggunaannya pun dapat membuat proses pembelajaran menjadi kurang menyenangkan dan sumber belajar hanya menjadi pajangan yang hanya dipakai beberapakali saja dalam satu minggu.

Sumber daya hasil dari program pembelajaran seperti keterampilan yang kurang terkelola pun sangat mempengaruhi keberlanjutan program

tersebut. Bagaimana tidak, apabila hasil keterampilan tidak dipasarkan secara maksimal, maka hasil keterampilan hanya akan menggunung di PKBM. Menjadi pajangan di etalase PKBM atau bahkan ditumpuk di sebuah ruangan. Lama-kelamaan PKBM pasti akan memberhentikan program keterampilan tersebut dengan berbagai alasan, seperti: hasil keterampilan tidak laku dipasaran; hasil keterampilan hanya menjadi pajangan saja jadi tidak perlu banyak-banyak; dana untuk program keterampilan tidak ada; warga belajar kurang berminat membuat keterampilan karena tidak menghasilkan pemasukan yang dapat menjadi reward mereka.

Pengelolaan pemasaran hasil keterampilan warga belajar oleh PKBM menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan. Dengan dikelolanya penjualan hasil keterampilan, maka PKBM dapat memiliki banyak keuntungan, diantaranya:

1. Apabila pemasaran sudah ditata sedemikian rapihnya maka PKBM dapat menentukan produksi hasil keterampilan setiap bulannya dengan jumlah tetap.
2. Hasil dari kegiatan keterampilan untuk meningkatkan *softskill* maupun *hardskill* warga belajar akan terlihat ada hasilnya. Masyarakat dapat melihat bahwa PKBM menghasilkan produk

karena melihat adanya hasil keterampilan yang dijual atau sekedar dipamerkan.

3. Hasil keterampilan dapat menjadi sarana untuk mempromosikan PKBM kepada masyarakat luas.
4. Program keterampilan yang sudah lama vakum atau terancam dinonaktifkan dapat dijalankan lagi.
5. Warga belajar pun dapat semakin termotivasi untuk mengasah keterampilan yang mereka miliki karena hasil keterampilan mereka dapat dijual dan dapat menjadi bekal saat sudah lulus dari PKBM.
6. PKBM memiliki pemasukan tambahan untuk kas. Dan masih banyak keuntungan yang didapat apabila. PKBM memulai mengelola penjualan hasil keterampilannya.

Sekarang apabila PKBM ikut memasarkan hasil keterampilannya melalui *e-commerce* maka akan banyak keuntungan yang didapatkan. Seperti yang diketahui bersama bahwasanya di PKBM program keterampilan banyak yang “mati suri” atau dihentikan sementara karena keterbatasan dana, adapula yang dikarenakan menumpuknya hasil program dan hanya dijadikan pajangan atau disimpan saja yang akhirnya mengakibatkan hasil keterampilan rusak dimakan waktu, karena kurangnya media promosi untuk hasil keterampilan, atau karena bingung

mau menjual dimana hasil keterampilan warga belajar PKBM ini, dan mungkin masih banyak lagi alasan yang menjadi penyebab “mati suri”nya program keterampilan di PKBM. Berbagai alasan yang dipaparkan diatas itulah yang sering menjadi penyebab program keterampilan dihentikan untuk sementara berdasarkan temuan peneliti selama melakukan observasi.

Salah satunya adalah PKBM Negeri 11 Manggarai yang terletak di Jl. Lapangan Menara Air II/46. PKBM Negeri 11 manggarai adalah salah satu PKBM Negeri yang ada di DKI Jakarta yang berarti PKBM ini merupakan bagian dari Pemprov (Pemerintahan Provinsi) DKI Jakarta. PKBM Negeri 11 Manggarai memiliki program keterampilan, memiliki perangkat komputer serta wifi. Memiliki produk hasil keterampilan yang umumnya dimiliki oleh PKBM yang memiliki program keterampilan. Kenyataannya pengelolaan penjualan produk keterampilan di PKBM Negeri 11 Manggarai masih belum bisa memberikan keuntungan-keuntungan yang peneliti paparkan diatas, dikarenakan belum dikelolanya pemasaran produk keterampilan dengan maksimal.

PKBM Negeri 11 Manggarai kenyataannya masih menggunakan cara konvensional dalam memasarkan produk keterampilan warga belajarnya. Yaitu dengan cara promosi kepada tamu-tamu yang datang ke

PKBM dan memasarkan ke rekan-rekan tutor atau warga belajar yang ada disana.

Berdasarkan yang telah dipaparkan diatas dan realitas di PKBM Negeri 11 Manggarai, banyak keuntungan yang akan didapat PKBM Negeri 11 Manggarai apabila menjual produk keterampilan warga belajarnya melalui *e-commerce*. Oleh karena peneliti mengadakan pelatihan *e-commerce* untuk mengoptimalkan cara pemasaran hasil keterampilan warga belajar di PKBM Negeri 11 Manggarai.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah PKBM Negeri 11 Manggarai menghasilkan produk yang dapat dipasarkan?
2. Apakah faktor penyebab tidak berjalannya program keterampilan yang diselenggarakan PKBM Negeri 11 Manggarai?
3. Apakah pelatihan penerapan *e-commerce* dapat diikuti peserta?
4. Apakah penerapan *e-commerce* dapat meningkatkan kompetensi pemasaran hasil keterampilan warga belajar PKBM Negeri 11 Manggarai?

C. PEMBATASAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan dan karena keterbatasan biaya, waktu dan tenaga dalam melakukan penelitian ini, peneliti membatasi penelitian pada fokus masalah “Penerapan *e-commerce* untuk meningkatkan kompetensi pemasaran hasil keterampilan warga belajar PKBM Negeri 11 Manggarai.”

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah pelatihan *e-commerce* dapat meningkatkan kompetensi pemasaran hasil keterampilan warga belajar PKBM Negeri 11 Manggarai?”

E. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penerapan *e-commerce* dapat meningkatkan kompetensi pemasaran hasil keterampilan warga belajar PKBM Negeri 11 Manggarai.

F. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi:

1. **Jurusan Pendidikan Luar Sekolah,** dalam memperkaya khazanah keilmuan pendidikan luar sekolah dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya

manusia, terutama yang berkaitan dengan pelatihan dan pembelajaran bagi warga belajar PKBM.

2. **Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat,** dalam menyelenggarakan kegiatan pelatihan yang sesuai kebutuhan, efektif dan menarik bagi warga belajar PKBM.
3. **Peserta Pelatihan,** dalam mengikuti kegiatan pelatihan dan pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan.