

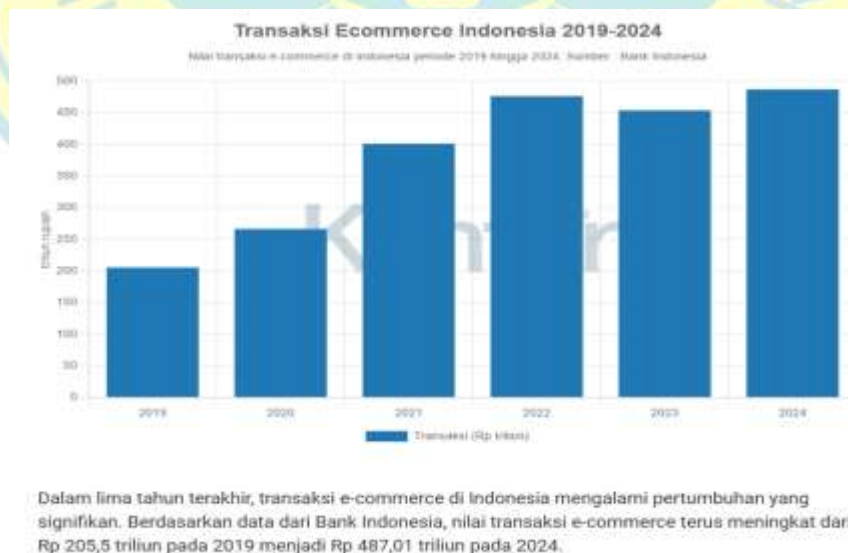
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang pendidikan dan perekonomian. Transformasi digital tersebut menghadirkan tantangan sekaligus peluang baru, khususnya bagi dunia usaha yang dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Kehadiran internet telah mengubah cara pelaku usaha menjalankan kegiatan bisnis, mulai dari pengelolaan usaha hingga pola interaksi dengan konsumen. Informasi kini dapat diakses dengan mudah dan cepat oleh masyarakat, sehingga konsumen memiliki kebebasan yang lebih besar dalam membandingkan produk, harga, dan layanan sebelum melakukan pembelian. Kondisi ini mendorong terjadinya pergeseran perilaku masyarakat yang semakin memilih berbelanja secara online karena dinilai lebih praktis, efisien, dan memiliki beragam pilihan. Perubahan pola konsumsi tersebut menuntut pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana utama pemasaran.

Gambar 1. 1 Transaksi Ecommerce Indonesia Tahun 2019-2024



Hal ini tercermin pada data yang ditampilkan pada gambar berikut, yang menunjukkan meningkatnya aktivitas belanja online dari tahun ke tahun. Peningkatan tersebut menandakan bahwa konsumen cenderung memilih transaksi

digital karena dinilai lebih praktis, efisien, dan menawarkan beragam pilihan. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk menyesuaikan strategi pemasaran agar tetap relevan dengan kebiasaan pasar, menjadikan digital *marketing* sebagai salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat dan tidak terpisahkan dari aktivitas usaha, sehingga perlu dikuasai oleh individu maupun pelaku usaha agar mampu bertahan dan bersaing.

Perubahan pola pemasaran yang semakin bergeser ke ranah digital menuntut sumber daya manusia yang adaptif, kreatif, dan memiliki keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan pasar. Perubahan ini sekaligus menjadi tantangan bagi dunia pendidikan, khususnya lembaga pendidikan nonformal, untuk berperan aktif dalam membekali peserta didik dengan keterampilan digital yang sesuai dengan tuntutan zaman dan kebutuhan dunia usaha. Oleh karena itu, lembaga pendidikan memiliki tanggung jawab strategis untuk menyiapkan peserta didik agar mampu bersaing dan menyesuaikan diri dengan tuntutan zaman. Pendidikan tidak lagi cukup berfokus pada penguasaan teori semata, tetapi harus mampu membekali peserta didik dengan keterampilan aplikatif yang dapat diterapkan secara langsung dalam dunia kerja dan dunia usaha. Penguasaan keterampilan digital *marketing* menjadi langkah nyata untuk memberdayakan peserta didik. Melalui pembekalan keterampilan digital *marketing* yang terarah dan kontekstual, peserta didik diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan diri, kemandirian, serta daya saing, sehingga dapat berperan aktif dalam menghadapi tantangan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup di masa depan.

Dalam konteks pendidikan non formal, peserta didik biasanya memiliki latar belakang yang beragam, termasuk mereka yang tidak bisa melanjutkan pendidikan formalnya. Dengan keterampilan digital *marketing* mereka bisa langsung terjun ke dunia kerja atau bahkan membangun usaha mereka sendiri di *marketplace* atau sosial media. Maka dari itu, PKBM berperan tidak hanya sebagai lembaga yang menyediakan pendidikan kesetaraan, tetapi juga sebagai pusat pemberdayaan masyarakat melalui berbagai program keterampilan yang aplikatif. Salah satu PKBM yang menerapkan pelatihan digital *marketing* dalam pembelajarannya adalah PKBM Global Mandiri Jakarta, yang menyelenggarakan pelatihan digital *marketing* bagi murid Paket C.

Program pelatihan digital *marketing* di PKBM Global Mandiri Jakarta direncanakan perdana di tahun pelajaran saat ini yaitu 2025/2026. Program ini dirancang dengan tujuan untuk membekali murid dengan kemampuan praktis seperti membuat konten digital, memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, mengelola toko daring (*online shop*), serta memahami dasar-dasar strategi pemasaran berbasis internet. Dalam pelatihan yang dirancang oleh PKBM Global Mandiri, digital *marketing* bukan sekedar teknik promosi, tetapi wadah untuk mengekspresikan ide, membangun brand personal dan mengasah kreativitas. Bahkan sudah ada beberapa murid Paket C yang memiliki usaha kecil, namun masih mengandalkan cara tradisional. Pelatihan digital *marketing* membantu mereka memperluas jangkauan pasar melalui media sosial, *marketplace* dan website sehingga usaha mereka lebih dikenal. Namun, sebagaimana tujuan setiap program pendidikan dan pelatihan, diperlukan evaluasi yang sistematis untuk mengetahui tingkat ketercapaian tujuan yang telah dirancang. Pelaksanaan program harus diikuti dengan adanya evaluasi karena evaluasi memiliki peran penting dalam berjalannya suatu program baik pada program pembelajaran, pelatihan, dan pendidikan¹. Dalam konteks ini, model evaluasi berbasis tujuan (*Objective-Based Evaluation*) yang dikembangkan oleh Ralph Tyler pada tahun 1949 merupakan pendekatan yang relevan untuk diterapkan.

Model Tyler menegaskan bahwa setiap kegiatan pendidikan harus memiliki tujuan yang jelas, dan evaluasi dilakukan untuk menilai tingkat ketercapaian tujuan tersebut. Evaluasi model tersebut dilakukan dengan tujuan menemukan apakah program yang dilakukan sesuai dengan hasil yang diharapkan, apakah tujuan program dipenuhi dan menentukan alasan kesuksesan maupun kegagalan program, disamping itu juga dapat memperlihatkan hubungan antara perencanaan, implementasi dan pengembangan program, menemukan faktor-faktor utama penyebab kesuksesan program, serta rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas program. Dengan kata lain, keberhasilan suatu program ditentukan oleh sejauh

¹ Iftikhar, S., Fu, Y., Naureen, S., Cao, Y., & Zhou, C. (2022). Cascading of teachers training at higher education in Pakistan: An evaluation of a faculty professional development program. *Evaluation and Program Planning*, 94(5627), 102130. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2022.102130>

mana hasil yang dicapai peserta didik sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sejak awal.

Hingga saat ini pun, belum diketahui secara pasti sejauh mana tujuan pelatihan digital *marketing* murid Paket C pada PKBM Global Mandiri ini telah tercapai, serta belum ada instrumen evaluasi yang terarah dan terukur pada tujuan pembelajarannya. Penelitian ini juga dilakukan karena peneliti memiliki keterlibatan dalam lingkungan akademik PKBM Global Mandiri sehingga memperoleh akses untuk mengamati proses pelaksanaan pelatihan digital *marketing* secara menyeluruh. Keterlibatan tersebut memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengidentifikasi perlunya evaluasi terhadap ketercapaian tujuan pembelajaran sebagai bahan refleksi dan pengembangan program pelatihan di masa mendatang. Sehubungan dengan hal tersebut, evaluasi pelatihan digital *marketing* menggunakan model Tyler dapat memberikan gambaran objektif mengenai tingkat ketercapaian tujuan setelah pelatihan dilaksanakan. Dengan demikian, penelitian berjudul “EVALUASI PROGRAM PELATIHAN DIGITAL MARKETING MURID PAKET C PKBM GLOBAL MANDIRI DENGAN MODEL BERBASIS TUJUAN RALPH TYLER” diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan pendidikan nonformal yang berorientasi pada kompetensi serta kebutuhan dunia digital. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pengelola PKBM Global Mandiri dalam merancang dan menyempurnakan program pelatihan yang lebih efektif, relevan, dan berkelanjutan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Tingkat pencapaian tujuan pelatihan digital *marketing* saat ini belum diketahui.

Pelatihan ini dirancang dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan murid dalam memahami konsep pemasaran digital, membuat konten digital, serta mengelola media sosial untuk kegiatan promosi. Namun, hingga saat ini belum ada evaluasi yang secara sistematis menilai

pencapaian tujuan tersebut sesuai dengan prinsip evaluasi berbasis tujuan Ralph Tyler.

2. Belum ada instrumen evaluasi yang terukur dan terarah pada tujuan pembelajaran.

Pelaksanaan pelatihan belum disertai dengan alat ukur yang jelas untuk menilai keberhasilan peserta dalam aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap, sehingga sulit untuk menentukan efektivitas pelatihan secara objektif.

3. Kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan belum dapat diukur secara komprehensif.

Beberapa murid menunjukkan minat dan kreativitas yang baik dalam membuat konten digital, tetapi belum semua mampu menerapkan strategi pemasaran digital secara mandiri. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah pelatihan sudah efektif dalam mencapai hasil belajar yang diharapkan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini dibatasi pada upaya untuk mengevaluasi hasil pelatihan digital *marketing* murid Paket C di PKBM Global Mandiri Jakarta dengan menggunakan model evaluasi berbasis tujuan yang dikembangkan oleh Ralph Tyler. Penelitian ini difokuskan pada evaluasi pencapaian tujuan pelatihan digital *marketing* PKBM Global Mandiri setelah program pelatihan tersebut dilaksanakan.

D. Perumusan Masalah

1. Bagaimana kesesuaian antara tujuan pelatihan digital *marketing* dengan kegiatan belajar yang dilaksanakan di PKBM Global Mandiri Jakarta?
2. Bagaimana hasil belajar yang diperoleh murid Paket C dalam aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan setelah mengikuti pelatihan digital *marketing* di PKBM Global Mandiri Jakarta?

3. Bagaimana tingkat ketercapaian tujuan pelatihan digital *marketing* berdasarkan hasil evaluasi dengan menggunakan model evaluasi berbasis tujuan Ralph Tyler?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kesesuaian antara tujuan pelatihan digital *marketing* dengan kegiatan belajar yang dilaksanakan di PKBM Global Mandiri Jakarta.
2. Untuk mengetahui hasil belajar yang diperoleh murid Paket C dalam aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan setelah mengikuti pelatihan digital *marketing* di PKBM Global Mandiri Jakarta.
3. Untuk menganalisis tingkat ketercapaian tujuan pelatihan digital *marketing* berdasarkan hasil evaluasi dengan menggunakan model evaluasi berbasis tujuan Ralph Tyler.

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi PKBM Global Mandiri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kejelasan dan pemahaman mengenai hasil evaluasi pelatihan digital *marketing* yang telah dilaksanakan bagi murid Paket C di PKBM Global Mandiri Jakarta. Informasi ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi lembaga dalam meningkatkan kualitas pelaksanaan pelatihan, menyesuaikan kegiatan pembelajaran dengan tujuan yang telah ditetapkan, serta mengembangkan program pelatihan yang lebih relevan dengan kebutuhan dan potensi peserta didik.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan baru bagi peneliti dalam melakukan evaluasi program pendidikan nonformal, khususnya pelatihan digital *marketing* dengan menggunakan model evaluasi berbasis tujuan Ralph Tyler. Selain itu,

penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan peneliti mengenai penerapan teori evaluasi dalam konteks pendidikan kesetaraan.

3. Bagi Program Studi Pendidikan Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi akademis dalam bidang Pendidikan Masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan pelaksanaan dan evaluasi program pelatihan di PKBM. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi mahasiswa atau peneliti lain yang tertarik untuk mengkaji evaluasi program pelatihan berbasis tujuan dalam konteks pendidikan nonformal

