



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
REPUBLIK INDONESIA  
TAHUN 2019

# MODEL PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL PADA PENDIDIKAN KECAKAPAN WIRAUSAHA (PKW)



Lokasi :  
Kota Bandung dan Kabupaten Cianjur







**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI  
DAN PENDIDIKAN MASYARAKAT**

Jalan Jenderal Sudirman, Gedung E Lantai III, Senayan, Jakarta 10270  
Telepon (021) 5725061, Faksimile 5725484, Tromol Pos 1303  
Laman: [www.paud-dikmas.kemdikbud.go.id](http://www.paud-dikmas.kemdikbud.go.id)

**SURAT KETERANGAN VALIDASI MODEL  
NOMOR: 3659/CS.4/PM/2019**

Direktur Pembinaan Kursus dan Pelatihan, Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dengan ini menerangkan bahwa model dengan judul "Model Pendampingan Pemasaran Digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW)" yang dikembangkan pada tahun 2019 oleh pamong belajar PP PAUD dan Dikmas Jawa Barat sebagai berikut ini:

No.	Nama	Jabatan dalam Tim
1	Mia Rachmiati, S.Sos, M.I.Kom	Ketua
2	Apip Hermana, M.Pd	Anggota
3	Drs. Haryono, M.Pd	Anggota

setelah dilakukan validasi dan penelaahan oleh Tim Validator dinyatakan dapat disebarluaskan ke masyarakat dalam upaya meningkatkan proses pembelajaran program kursus dan pelatihan.

Demikian keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 Desember 2019

Direktur Pembinaan Kursus dan Pelatihan,

Dr. Agus Salim, SE, M.Si  
NIP 19630831 198812 1 001

Tembusan:

1. Dirjen PAUD dan Dikmas
2. Kepala UPT Ditjen PAUD dan Dikmas terkait
3. Kasubdit Kelembagaan dan Kemitraan





**Model Pendampingan  
Pemasaran Digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW)**

Penanggung Jawab  
**Dr. Drs. H. Bambang Winarji, M.Pd**

Pakar  
**Martha Tri Lestari, S.Sos, M.M**

Tim Pengembang  
**Mia Rachmiati, S.Sos, M.I.Kom**  
**Apip Hermana, M.Pd**  
**Drs. Haryono, M.Pd**

Kontributor:

LKP Piksi Megatama Kota Bandung  
LKP Sarina Kota Bandung  
LKP Aksi Kota Bandung  
LKP Al Hijrah Kota Bandung

## Lembar Pengesahan

Pakar



**Martha Tri Lestari, S.Sos, M.M**

**Kepala PP-PAUD dan Dikmas Jawa Barat**



**Dr. Drs. H. Bambang Winarji, M.Pd**

NIP. 196101261988031002

## Kata Pengantar

Pendampingan merupakan kegiatan untuk membelajarkan sekelompok orang yang berawal dari kebutuhan, dan potensi mereka, atas dasar adanya interaksi dari, oleh, dan untuk anggota kelompok. Model Pendampingan Pemasaran Digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) dimaksudkan sebagai salah satu usaha untuk mendampingi kelompok pengelola program PKW dalam melaksanakan pemasaran melalui kanal website dan media sosial agar memiliki ragam pemasaran barang selain pemasaran konvensional.

Pemasaran digital ini memiliki pengaruh yang cukup baik jika dikelola dengan maksimal diantaranya terbangunnya brand sebuah produk dan tentunya pemasaran yang lebih luas. Dampak dari pemasaran yang lebih luas adalah kegiatan program PKW lebih maksimal dan disinyalir dapat semakin mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Terimakasih, atas dukungan semua pihak atas tersusunnya Model Pendampingan Pemasaran Digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) ini, saran dan input untuk perbaikan model ini tentu sangat kami harapkan. Semoga bermanfaat.

Bandung Barat , November 2019  
Kepala

  
Dr. Drs. H. Bambang Winarji, M.Pd  
NIP 196101261988031002

## Daftar isi

Kata Pengantar .....	i
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A.    LATAR BELAKANG MASALAH .....	1
B.    DASAR.....	4
C.    TUJUAN.....	4
BAB II.....	6
KONSEP MODEL YANG DIKEMBANGKAN .....	6
A.    PENGERTIAN MODEL YANG DIKEMBANGKAN .....	6
B.    TUJUAN PROGRAM YANG DIKEMBANGKAN.....	14
C.    KARAKTERISTIK PROGRAM YANG DIKEMBANGKAN .....	14
BAB III.....	18
PERENCANAAN PROGRAM.....	18
A.    STANDAR KOMPETENSI LULUSAN.....	18
B.    KURIKULUM.....	19
C.    PENDAMPINGAN .....	22
D.    PESERTA DIDIK .....	30
E.    PENDAMPING.....	30
F.    PENGELOLAAN .....	31
G.    SARANA DAN PRASARANA.....	33
H.    PEMBIAYAAN .....	34
I.    PENILAIAN.....	34



BAB V .....	36
PENJAMINAN MUTU .....	36
A.    MONITORING DAN EVALUASI .....	36
B.    TINDAK LANJUT .....	40
BAB V .....	42
PENUTUP .....	42
A.    SIMPULAN .....	42
B.    REKOMENDASI .....	42

## ABSTRAK

Model Pendampingan Pemasaran Digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) bertujuan untuk memberikan acuan bagi pengelola dan instruktur dalam memberikan pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) melalui media sosial dan *website* dan meningkatkan kompetensi peserta didik Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) dalam pemasaran digital melalui media sosial dan *website*.

Materi dalam pendampingan meliputi menguasai cara memilih dan mengenali sumber-sumber penghasilan melalui media digital, strategi yang berhubungan dengan *marketing* (penjualan) dan kemampuan mengoperasionalkan pemasaran digital melalui media sosial.

Adapun teknik pendampingan yang dilakukan adalah melalui penyadaran dan pembelajaran. Penyadaran yang diberikan berupa pengembangan teknik-teknik komunikasi dalam diskusi serta memberikan motivasi, baik motivasi tatap muka perorangan maupun motivasi tatap muka kelompok. Sementara pembelajaran disampaikan dalam bentuk pengembangan proses pembelajaran pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) dan mengembangkan profesionalisme peserta didik dalam mengembangkan pemasaran digital.

Strategi pendampingan yang dilakukan adalah sebagai berikut: a) Pendampingan dilakukan kepada peserta didik PKW yang telah menyelesaikan pembelajaran keterampilan usaha. Jenis keterampilan usaha yang dipelajari tidak terbatas, bisa berupa barang (menjahit, tata boga, desain grafis dan lain-lain) maupun jasa (tata rias, otomotif, spa dan lain-lain). Untuk materi kewirausahaan, boleh telah dilaksanakan atau belum dilaksanakan, namun yang penting peserta didik telah menguasai keterampilan usaha yang diajarkan, b) Jumlah pendamping yang ideal adalah 1 (satu) orang pendamping untuk 5 (lima) orang peserta didik. Apabila peserta didik program PKW terdiri dari 20 (dua puluh) orang, maka dibutuhkan 4 (empat) orang pendamping. Hal ini dimaksudkan agar pendamping dapat menangani peserta secara lebih efektif dan dapat menangani masalah-masalah yang dihadapi peserta didik secara lebih personal, c) Dalam setiap tahap pendampingan, selalu dilakukan diskusi dengan peserta didik untuk mengetahui kemajuan dan perkembangan pemasaran digital yang dilaksanakan oleh peserta didik, d) Pendampingan pemasaran digital yang dikembangkan adalah pemasaran digital melalui media sosial (facebook dan instagram) dan *website*. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan kemampuan peserta didik yang sebelumnya sudah mengenal dan menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, serta LKP yang sudah memiliki *website* pribadi namun belum dimanfaatkan untuk kepentingan pemasaran produk peserta didik PKW.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Kemajuan teknologi telah mengubah wajah perekonomian, khususnya di sektor industri dan perdagangan. Salah satu fase penting dalam perkembangan teknologi adalah munculnya revolusi industri gelombang ke-4 atau dikenal dengan nama revolusi industri 4.0.

Dalam salah satu studinya, The World Economic Forum (WEF) menyatakan bahwa revolusi industri 4.0 ditandai oleh pembauran (*fusion*) teknologi yang mampu menghapus batas-batas penggerak aktivitas ekonomi, baik dari segi perspektif, digital maupun biologi. Artinya, pembauran teknologi mampu mengintegrasikan faktor sumber daya manusia, instrumen produksi, serta metode operasional dalam mencapai tujuan.

Di Indonesia, implementasi industri 4.0 menjadi salah satu strategi untuk menciptakan ekonomi Pancasila berbasis digital. Hal ini sesuai dengan arah peta jalan *Making Indonesia 4.0* dalam upaya meningkatkan kinerja industri nasional melalui pemanfaatan teknologi terkini dan inovasi guna dapat mewujudkan pemerataan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat seluas-luasnya.

Langkah prioritas nasional yang tengah diakselerasi adalah memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hampir 70 persen pelaku usaha Indonesia berada di sektor UMKM. Oleh karena itu, untuk mengimplementasikan implementasi industri 4.0 ini, pemerintah Indonesia telah berkomitmen untuk mendukung pelaku UMKM dengan

membangun *platform e-commerce*. Saat ini peluang pengembangan ekonomi digital di Indonesia telah terbuka lebar, di antaranya dengan adanya koneksi internet yang telah menjangkau 51,8 persen dari populasi penduduk. Hal ini dapat mendorong pengembangan usaha rintisan (*startup*) di dalam negeri.

Dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi melalui kewirausahaan, maka Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan, Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan memberikan dana bantuan program Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) bagi masyarakat yang digulirkan setiap tahun. Lembaga Kursus dan Pelatihan, Yayasan / Sekolah, Badan Usaha/Industri, dan Perguruan Tinggi merupakan lembaga-lembaga yang dapat mengakses program PKW. Program ini membidik peserta didik dari masyarakat miskin dan belum memperoleh pekerjaan. Setelah mengikuti program PKW, peserta didik diharapkan mampu berwirausaha dan memperoleh penghasilan untuk menopang hidupnya.

Namun sayangnya, pelaksanaan program PKW ini masih belum optimal dalam mengimplementasikan industri 4.0 untuk menciptakan ekonomi Pancasila berbasis digital. Dari hasil studi pendahuluan yang dilakukan PP PAUD dan Dikmas Jawa Barat di 3 (tiga) lokasi, yaitu LKP Al Hijrah Kabupaten Cianjur (bidang keterampilan tata busana / menjahit gamis), LKP Piksi Megatama Kota Bandung (bidang keterampilan desain grafis / sablon kaos) dan LKP Aksi Kota Bandung (bidang keterampilan tata boga / bolen brownis) yang pernah mendapatkan dana bantuan pemerintah program PKW tahun 2018, ternyata 100% pemasaran dari hasil produksi usaha dilakukan secara konvensional, yaitu dari mulut ke mulut atau melalui pameran-pameran. Hal ini berdampak pada kurang dikenalnya produk mereka di mata publik. Ini terbukti



dari omzet penjualan hasil produksi LKP penerima dana PKW yang tidak menentu setiap bulannya. Mereka hanya memproduksi bila mendapat pesanan atau akan mengikuti pameran. Hal ini tentu berdampak pada penghasilan yang mereka peroleh. Keuntungan yang mereka dapatkan dari hasil pemasaran produk tidak maksimal. Mereka tertarik untuk mempelajari teknik pemasaran lain yang dapat meningkatkan omzet penjualan produk mereka, salah satunya melalui pemasaran digital, karena mayoritas peserta didik PKW lokasi studi pendahuluan telah akrab dengan telepon genggam pintar berbasis android, yaitu sebanyak 79,3%. Mereka pun telah memiliki akun media sosial seperti facebook dan instagram (72,3%) namun belum dimanfaatkan untuk kepentingan yang lebih produktif dari sekedar menjalin pertemanan di dunia maya. Mereka ingin memanfaatkan telepon genggam pintar dan akun-akun media sosial yang dimilikinya untuk lebih mengembangkan pemasaran, namun belum memiliki cukup pengalaman dan keterampilan untuk melakukan pemasaran digital.

Apalagi sebanyak 67% LKP dari hasil studi pendahuluan telah memiliki *website* sendiri, namun selama ini baru dimanfaatkan untuk menjaring peserta didik, bukan untuk memasarkan hasil usaha PKW.

Oleh karena itu, untuk lebih mengembangkan usaha yang dirintisnya, LKP dan peserta didik penerima dana bantuan PKW perlu dibekali keterampilan untuk membangun pemasaran digital melalui akun-akun media sosial dan *website* yang telah mereka akrabi sebelumnya. Berdasarkan hal tersebut di atas, PP PAUD dan Dikmas Jawa Barat pada tahun 2019 mengembangkan model Pendampingan Pemasaran Digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW).

## **B. DASAR**

Dasar hukum yang melandasi pelaksanaan kegiatan pengembangan model pembelajaran kursus daring bidang kehumasan lanjutan, antara lain:

1. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 15 Tahun 2010 Tentang Jabatan Fungsional Pamong Belajar dan Angka Kreditnya;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 13 tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan (perubahan kedua);
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 31 tahun 2012 Tentang Standar Kompetensi Lulusan Kursus;
5. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 11 tahun 2019 tentang Standar Kompetensi Lulusan (SKL) Digital Marketing / Pemasaran Digital; dan
6. Program kerja PP PAUD dan Dikmas Jawa Barat tahun 2019.

## **C. TUJUAN**

Kegiatan pengembangan model pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW), bertujuan sebagai berikut:

### **1. Tujuan Umum**

Memformulasikan model pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW).



## **2. Tujuan Khusus**

- a. Memberikan acuan bagi pengelola dan instruktur dalam memberikan pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) melalui media sosial dan *website*
- b. Meningkatkan kompetensi peserta didik Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) dalam pemasaran digital melalui media sosial dan *website*

## **BAB II**

### **KONSEP MODEL YANG DIKEMBANGKAN**

#### **A. PENGERTIAN MODEL YANG DIKEMBANGKAN**

##### **1. Teori Belajar Konstruktivisme**

Teori Konstruktivisme didefinisikan sebagai pembelajaran yang bersifat generatif, yaitu tindakan mencipta sesuatu makna dari apa yang dipelajari. Konstruktivisme sebenarnya bukan merupakan gagasan yang baru, apa yang dilalui dalam kehidupan kita selama ini merupakan himpunan dan pembinaan pengalaman demi pengalaman. Ini menyebabkan seseorang mempunyai pengetahuan dan menjadi lebih dinamis. Pendekatan konstruktivisme mempunyai beberapa konsep umum seperti:

- a. Peserta didik aktif membina pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah ada.
- b. Dalam konteks pembelajaran, peserta didik seharusnya membina sendiri pengetahuan mereka.
- c. Pentingnya membina pengetahuan secara aktif oleh peserta didik sendiri melalui proses saling memengaruhi antara pembelajaran terdahulu dengan pembelajaran terbaru.
- d. Unsur terpenting dalam teori ini ialah seseorang membina pengetahuan dirinya secara aktif dengan cara membandingkan informasi baru dengan pemahamannya yang sudah ada.

- e. Ketidakseimbangan merupakan faktor motivasi pembelajaran yang utama. Faktor ini berlaku apabila seorang peserta didik menyadari gagasan-gagasannya tidak konsisten atau sesuai dengan pengetahuan ilmiah.
- f. Bahan pengajaran yang disediakan perlu mempunyai perkaitan dengan pengalaman pelajar untuk menarik minat peserta didik.

Teori konstruktivisme didefinisikan sebagai pembelajaran yang bersifat generatif, yaitu tindakan mencipta sesuatu makna dari apa yang dipelajari. Beda dengan aliran behavioristik yang memahami hakikat belajar sebagai kegiatan yang bersifat mekanistik antara stimulus respon, konstruktivisme lebih memahami belajar sebagai kegiatan manusia membangun atau menciptakan pengetahuan dengan memberi makna pada pengetahuannya sesuai dengan pengalamannya. Konstruktivisme sebenarnya bukan merupakan gagasan yang baru, apa yang dilalui dalam kehidupan kita selama ini merupakan himpunan dan pembinaan pengalaman demi pengalaman. Ini menyebabkan seseorang mempunyai pengetahuan dan menjadi lebih dinamis.

Menurut teori ini, satu prinsip yang mendasar adalah pendidik tidak hanya memberikan pengetahuan kepada peserta didik, namun peserta didik juga harus berperan aktif membangun sendiri pengetahuan di dalam memorinya. Dalam hal ini, pendidik dapat memberikan kemudahan untuk proses ini, dengan memberi kesempatan kepada siswa untuk menemukan atau menerapkan ide-ide mereka sendiri, dan mengajar peserta didik menjadi sadar dan secara sadar menggunakan strategi mereka sendiri untuk belajar. Pendidik dapat memberikan peserta didik anak tangga yang membawa peserta didik ke tingkat pemahaman yang

lebih tinggi dengan catatan peserta didik sendiri yang mereka tulis dengan bahasa dan kata-kata mereka sendiri.

Dari uraian tersebut dapat dikatakan, bahwa makna belajar menurut konstruktivisme adalah aktivitas yang aktif, dimana peserta didik membina sendiri pengetahuannya, mencari arti dari apa yang mereka pelajari dan merupakan proses menyelesaikan konsep dan ide-ide baru dengan kerangka berpikir yang telah ada dan dimilikinya (Shymansky,1992).

Dalam mengkonstruksi pengetahuan tersebut peserta didik diharuskan mempunyai dasar bagaimana membuat hipotesis dan mempunyai kemampuan untuk mengujinya, menyelesaikan persoalan, mencari jawaban dari persoalan yang ditemuinya, mengadakan renungan, mengekspresikan ide dan gagasan sehingga diperoleh konstruksi yang baru.

Adapun implikasi dari teori belajar konstruktivisme dalam pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW): (1) menghasilkan peserta didik Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) yang memiliki kemampuan berpikir dalam melakukan pemasaran digital, (2) menerapkan latihan memecahkan masalah melalui kelompok usaha dengan menganalisis masalah dalam pemasaran dan (3) peserta didik diharapkan selalu aktif dan dapat menemukan cara belajar yang sesuai bagi dirinya. Pendidik hanyalah berfungsi sebagai mediator, fasilitator, dan teman yang membuat situasi yang kondusif untuk terjadinya konstruksi pengetahuan pada diri peserta didik.

Prinsip metode konstruktivis yang akan diterapkan pada pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha



(PKW) adalah: 1) menyediakan pengalaman belajar yang menjadikan peserta didik dapat melakukan konstruksi pengetahuan; 2) pendampingan dilaksanakan dengan mengkaitkan kepada kehidupan nyata; 3) pendampingan dilakukan dengan mengkaitkan kepada kenyataan yang sesuai; 4) memotivasi peserta didik untuk aktif dalam pendampingan; 5) pendampingan dilaksanakan dengan menyesuaikan kepada kehidupan sosial peserta didik; 6) pendampingan menggunakan berbagai sarana; 7) melibatkan peringkat emosional peserta didik dalam mengkonstruksi pengetahuan peserta didik (Knuth & Cunningham,1996).

## 2. Pendampingan

Pendampingan berasal dari suku kata “damping” artinya dekat, karib, rapat (persaudaraan). Kemudian diberi akhiran “an” menjadi “dampingan” yang artinya hidup bersama-sama bahu membahu dalam kehidupan. Selanjutnya diberi awalan “pen” menjadi kata “pendamping” artinya orang yang menyertai dan menemani, berdekatan dalam suka dan duka. Terkait dengan konsep pendampingan tersebut, maka dijelaskan pengertian pendampingan menurut Purwadarminta (2000: 8) adalah suatu proses dalam menyertai dan menemani secara dekat, bersahabat dan bersaudara, serta hidup bersama-sama dalam suka dan duka, bahu membahu dalam menghadapi kehidupan dalam mencapai tujuan bersama yang diinginkan. Maksud pola pendampingan adalah: “Kegiatan membelajarkan kelompok yang berangkat dari kebutuhan dan kemampuan mereka atas dasar interaksi dari, oleh, dan untuk anggota dalam kelompok serta kesetiakawanan antara kelompok dalam rangka meningkatkan kesejahteraannya” (Depdiknas: 2000: 4). Dari pengertian tersebut dapat diambil benang merah, bahwa pendampingan merupakan

kegiatan untuk membelajarkan sekelompok orang yang berawal dari kebutuhan, dan potensi mereka, atas dasar adanya interaksi dari, oleh, dan untuk anggota kelompok.

Konsep pendampingan memiliki dimensi-dimensi (a) pendampingan merupakan proses penyadaran diri bagi semua pihak yang terlibat; (b) pendampingan berorientasi pada pengembangan manusia seutuhnya; (c) pendampingan berangkat dari lapisan paling bawah (*bottom up*); (d) kegiatan pendekatan pendampingan bertujuan menciptakan situasi yang mendukung perkembangan kelompok; (e) pendampingan memprioritaskan pada partisipasi, kesetiakawanan, dan keswadayaan; (f) berkeyakinan bahwa kelompok yang didampingi akan mampu berkembang sesuai dengan tujuan.

Dalam melaksanakan tugasnya, seorang pendamping memiliki fungsi: (a) menjalankan dan merangsang adanya kegiatan belajar mandiri secara terus menerus yang dilakukan oleh komunitas belajar, (b) mengurangi hambatan-hambatan atau tekanan-tekanan yang terjadi di dalam kegiatan belajar mandiri; (c) selalu berusaha meningkatkan kegiatan belajar mandiri; (d) merupakan sistem kegiatan yang mengikuti tindakan kelompok masyarakat; (e) jika dalam proses pembelajaran komunitas belajar merasa terganggu, karena banyak kendala yang harus diatasi, pendamping bertindak dalam pemecahan masalah; (f) sebagai alat pemersatu apabila fungsionaris dari komunitas belajar saling bertentangan atau konflik; (g) sebagai lampu kabut jika komunitas belajar mengalami masa suram.

Adapun teknik atau strategi yang dapat dilakukan oleh seorang pendamping pada saat melakukan proses pendampingan belajar adalah:

(a) pendamping perlu mendengarkan permasalahan, gagasan-gagasan dan pemikiran-pemikiran, kecenderungan-kecenderungan, dan praduga-praduga dari pihak fungsional komunitas belajar masyarakat; (b) pendamping harus berupaya terus dalam meningkatkan motivasi warga belajar agar aktif dan memiliki semangat tinggi dalam mencapai keberhasilan kelompok; (c) pendamping perlu menyesuaikan diri dengan komunitas kelompok belajar masyarakat yang didampinginya; (d) pendamping harus mengembangkan komunikasi dengan para anggota kelompok belajar masyarakat; (e) pendamping perlu mencari, menggali, dan mendayagunakan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman masing-masing; (f) pendamping perlu mengembangkan kemampuan para anggota komunitas kelompok belajar masyarakat; (g) pendamping perlu mempertahankan semangat eksperimentasi dan eksplorasi dalam usaha memecahkan semua masalah yang dihadapi para anggota komunitas kelompok belajar masyarakat; (h) pendamping dituntut profesional dalam memberikan jasa konsultasi, sehingga dapat hidup dari profesinya tersebut (Depdiknas, 2000:10).

### 3. Pemasaran Digital

#### a. Definisi

Pemasaran digital merupakan suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah *brand* atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan pemasaran digital adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat ([www.jurnal.id](http://www.jurnal.id)).

Beberapa contoh pemasaran digital adalah:

- 1) Iklan di media sosial, seperti instagram, Facebook, Youtube dan lain-lain

- 2) *Email marketing*
- 3) *SEO (Search Engine Optimization)*
- 4) *Mobile marketing* dan lain sebagainya
- 5) *Digital Platform*
- 6) *Messenger*

b. Kelebihan Pemasaran Digital

Banyaknya pemasaran digital yang digunakan oleh para pelaku usaha membuktikan bahwa pemasaran digital memiliki banyak kelebihan dan manfaat yang dapat diperoleh. Berikut beberapa kelebihan dari digital marketing dibandingkan dengan pemasaran konvensional:

1) Kecepatan Penyebaran

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, pemasaran digital juga dapat diukur secara *realtime* dan tepat.

2) Kemudahan Evaluasi

Dengan menggunakan media *online*, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui, seperti berapa lama produk kita ditonton, berapa banyak orang yang melihat produk kita, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan, dan sebagainya. Setelah mengetahui informasi-informasi macam itu, selanjutnya kita dapat melakukan evaluasi mana iklan yang baik dan buruk. Langkah selanjutnya, kita dapat memperbaiki untuk periode berikutnya.



### 3) Jangkauan Lebih Luas

Kelebihan berikutnya yaitu jangkauan geografis dari pemasaran digital yang luas. Kita dapat menyebarkan *brand* atau produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

## 4. Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW)

### a. Definisi

Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) adalah layanan pendidikan melalui kursus dan pelatihan untuk memberikan bekal pengetahuan, keterampilan dan menumbuhkan sikap mental wirausaha dalam mengelola potensi diri dan lingkungan yang dapat dijadikan bekal untuk berwirausaha (Juknis PKW 2019).

### b. Tujuan

Tujuan penyelenggaraan Program PKW menurut Juknis PKW (2019) adalah:

- 1) Memberikan bekal pengetahuan kewirausahaan kepada peserta didik
- 2) Memberikan bekal keterampilan di bidang produksi barang/jasa kepada peserta didik
- 3) Menanamkan pola pikir (*mindset*) dan sikap berwirausaha kepada peserta didik
- 4) Mendorong dan menciptakan rintisan usaha baru melalui kursus dan pelatihan yang didukung oleh dunia usaha dan industri, mitra usaha dan dinas/instansi terkait, sehingga dapat menciptakan lapangan kerja.

## **B. TUJUAN PROGRAM YANG DIKEMBANGKAN**

Pengembangan model pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) bertujuan untuk:

1. Memberikan panduan pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) yang dapat direplikasikan oleh berbagai Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP).
2. Meningkatkan kompetensi pemasaran digital kepada peserta didik untuk diterapkan pada wirausaha yang ditekuninya.

## **C. KARAKTERISTIK PROGRAM YANG DIKEMBANGKAN**

Ada 3 tahap dalam pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW):

1. Tahap 1: Perencanaan

Meliputi penyusunan rencana pada:

- a. Produsen (telepon genggam, nama akun, email, laptop dan komputer terkoneksi internet, 1 orang admin yang bisa mengoperasikan web, bagian pengepakan dan pengiriman barang, stok produk, logo produk, foto produk, model)
  - b. Admin media sosial
  - c. Pemasar digital
2. Tahap 2: Pelaksanaan Pendampingan

Dilaksanakan dalam bentuk workshop konten pendampingan yang membahas:

- a. Pemahaman tentang sumber-sumber penghasilan melalui media *online*

- b. Strategi yang berhubungan dengan penjualan (SEO, optimasi sosial media dan *network*)
  - c. Pemasaran digital:
    - 1) Membuat produk
    - 2) Tatacara memasarkan secara digital
    - 3) Operasionalisasi *web* oleh pemasar
    - 4) Optimalisasi *blog* oleh pemasar
  - d. Tahap workshop lanjutan
    - 1) Persiapan perangkat *web*
    - 2) Validasi produk
    - 3) Ujicoba pemasaran
3. Tahap 3: Implementasi Pemasaran Digital
- Kegiatan yang dilaksanakan pada tahap 3 adalah:
- 1) Persiapan pembuatan konten: membuat logo, foto produk, pembuatan rekening, display barang, optimalisasi domain
  - 2) Promosi dan optimalisasi media sosial dan *blog* untuk pemasaran digital
  - 3) Komunikasi dengan pelanggan pemasaran digital
  - 4) Pengemasan dan pengiriman barang
  - 5) Evaluasi proses pemasaran (barang dan jasa)

Pelaksanaan ke-3 tahap tersebut dapat melibatkan mitra, seperti dari Kominfo, Kemenakertrans, penyedia layanan internet dan grup *marketplace*.

Untuk mengukur ketercapaian, dilakukan evaluasi pada setiap tahap, yaitu evaluasi tahap perencanaan, evaluasi tahap pelaksanaan pendampingan dan evaluasi tahap implementasi pemasaran digital.

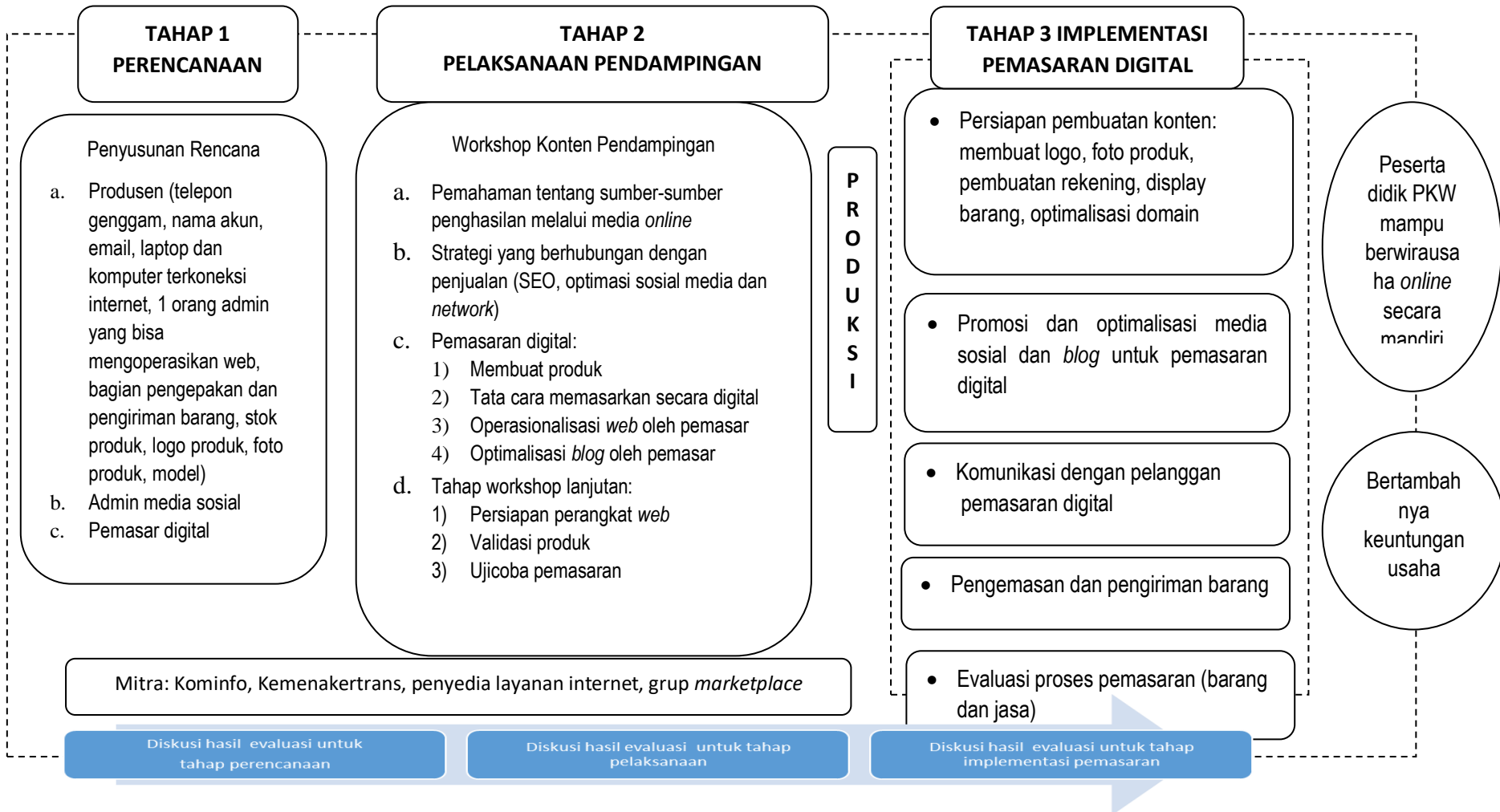
Output dari pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) adalah:

1. Peserta didik PKW mampu berwirausaha online secara mandiri
2. Bertambahnya keuntungan usaha

Untuk memudahkan, tahapan dari pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) digambarkan dalam bentuk kerangka model seperti berikut ini:



## KERANGKA MODEL PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL PADA PENDIDIKAN KECAKAPAN WIRUSAHA (PKW)



## BAB III

### PERENCANAAN PROGRAM

#### A. STANDAR KOMPETENSI LULUSAN

Standar Kompetensi Lulusan (SKL) program pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) mengadaptasi dari SKL Kursus dan Pelatihan Pemasaran Digital (Digital Marketing) Jenjang III berdasarkan Peraturan Presiden nomor 8 tahun 2012, dengan beberapa penyesuaian.

Lulusan program pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) diharapkan memiliki kemampuan melaksanakan serangkaian tugas, penguasaan konsep umum, pengetahuan dan keterampilan operasional lengkap, serta memiliki hak dan tanggung jawab dalam bidang:

2. Pemasaran digital pada PKW melalui kanal media sosial dan *website*
3. Pembuatan toko digital (*digital store*) PKW pada media sosial dan *website*
4. Pembuatan konten pemasaran digital pada PKW pada media sosial dan *website*

Unit kompetensi secara umum dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengaktualisasi karakter dan kepribadian manusia Indonesia
2. Memilih metode pemasaran digital yang tepat untuk produk yang telah ditentukan sebagai tindak lanjut berdasarkan hasil yang didapat dari data digital
3. Mampu membuat laman penawaran informasi produk
4. Membuat konten pemasaran digital pada kanal pemasaran terpilih

5. Menguasai pengetahuan operasional yang lengkap tentang pemasaran digital, prinsip-prinsip serta konsep umum yang terkait dengan fakta bidang keahlian sehingga mampu menyelesaikan berbagai macam masalah yang lazim dengan metode yang sesuai
6. Mampu bekerja sama dan melakukan komunikasi dalam lingkup pemasaran digital serta bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas kuantitas dan mutu hasil kerja orang lain

## B. KURIKULUM

Elemen Kompetensi	Bahan kajian	Bobot	Modul
<b>MATERI 1 : MENGUASAI CARA MEMILIH DAN MENGENALI SUMBER-SUMBER PENGHASILAN MELALUI MEDIA DIGITAL</b>			
<b>Kemampuan Kerja</b>			
1. Sumber-sumber penghasilan melalui media digital	Menunjukkan jenis-jenis web digital untuk mendapatkan penghasilan	20	Sumber-sumber penghasilan melalui media digital
2. Melakukan evaluasi atas proses mengenali, dan memilih	Kemampuan mengevaluasi kegiatan memilih sumber penghasilan melalui media digital	20	Sumber-sumber penghasilan melalui media

sumber-sumber penghasilan melalui media digital			digital
<b>Pengetahuan yang Dikuasai</b>			
Menguasai pengetahuan tentang sumber-sumber penghasilan melalui media digital, sehingga mampu memilih dan mengenali sumber-sumber media digital yang cocok untuk pemasaran digital yang dirancangnya			
<b>Hak dan Tanggung Jawab</b>			
Bertanggung jawab dalam mengaktualisasi tahapan mengenali dan memilih sumber-sumber pemasaran digital Bertanggung jawab dalam mengevaluasi kegiatan memilih sumber penghasilan melalui media digital			
<b>MATERI 2 : STRATEGI YANG BERHUBUNGAN DENGAN MARKETER (PENJUALAN )</b>			
<b>Kemampuan Kerja</b>			
1. Pemahaman tentang SEO	Penguasaan SEO dan pemasaran digital	20	Mengenali SEO
2. Optimasi sosial media dan network	Kemampuan mengoptimasi media sosial untuk pemasaran digital	20	Optimasi media sosial
<b>Pengetahuan yang Dikuasai</b>			
Mengetahui dan mengenali SEO dalam pemasaran digital Menguasai konsep dan tatacara teknik menjadi SEO dan strateginya			

Menguasai konsep umum media sosial dan network pemasaran digital			
<b>Hak dan Tanggung Jawab</b>			
Bertanggung jawab dalam mengaktualisasikan diri ketika menjadi SEO			
Bertanggung jawab ketika mengelola pemasaran digital berbasis media sosial			
<b>MATERI 3 : KEMAMPUAN MENGOPERASIONALKAN PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL</b>			
<b>Kemampuan Kerja</b>			
1. Tatacara dan teknik mengelola media sosial untuk pemasaran digital	Penguasaan tata cara dan teknik mengelola media sosial untuk pemasaran digital	30	Teknik mengelola media sosial untuk pemasaran digital
2. Pembuatan konten pemasaran digital untuk media sosial	Penguasaan tentang pembuatan konten pemasaran digital untuk media sosial	30	Pembuatan konten pemasaran digital untuk medsos
3. Mengoperasionalkan konten dalam pemasaran digital	Penguasaan tentang cara mengoperasionalkan konten dalam pemasaran digital	20	Tata cara mengoperasionalkan konten dalam pemasaran

			digital
4. Optimasi blog dalam pemasaran digital	Penguasaan tentang optimasi blog dalam pemasaran digital	20	Optimasi blog dalam pemasaran digital
<b>Pengetahuan yang dikuasai</b>			
<p>Mengetahui tata cara dan teknik mengelola media sosial untuk pemasaran digital</p> <p>Menguasai tata cara pembuatan konten pemasaran digital untuk di media sosial</p> <p>Mengetahui tata cara mengoperasikan konten dalam pemasaran digital</p> <p>Mengetahui optimasi blog dalam pemasaran digital</p>			
<b>Hak dan Tanggung Jawab</b>			
<p>Tanggung jawab ketika mengelola media sosial untuk pemasaran digital</p> <p>Tanggung jawab ketika membuat konten pemasaran digital untuk di media sosial</p> <p>Tanggungjawab dalam mengoperasikan konten dalam pemasaran digital</p> <p>Tanggung jawab sepenuhnya untuk mengoptimalkan blog dalam pemasaran digital</p>			

### C. PENDAMPINGAN

1. Teknik Pendampingan
  - a. Penyadaran
    - 1) Mengembangkan teknik komunikasi dalam pendampingan
      - a) Teknik fasilitasi dasar: 5W + 1H

- Menceritakan / menguraikan
  - Pendamping mengajukan pertanyaan APA (WHAT) terlebih dahulu, sehingga peserta didik dapat menceritakan pengalamannya dalam menerapkan pemasaran digital
  - Lanjutkan dengan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat menceritakan lainnya, seperti KAPAN (WHEN) hal itu terjadi? DI MANA (WHERE) hal itu terjadi? SIAPA (WHO / WHOM) yang terlibat?
- Menjelaskan dan menganalisis
  - Apabila diskusi mulai hidup dengan cerita-cerita peserta didik, pendamping bisa melontarkan pertanyaan tentang proses: BAGAIMANA HAL ITU TERJADI? Ceritakan prosesnya secara runtut.
  - Setelah itu dilanjutkan dengan pertanyaan analitis: MENGAPA hal itu terjadi menurut anda? Apakah peserta didik lain setuju tentang penyebabnya itu? Apa akibatnya? Ceritakan alur sebab akibatnya dengan jelas.
  - Pendamping dapat mengembangkan berbagai cerita yang sama untuk membandingkan satu kejadian dengan memberikan pertanyaan: Adakah peserta lain yang mengalami kejadian yang sama? KAPAN? DI MANA? BAGAIMANA? MENGAPA? SIAPA? Sama seperti di atas, merupakan pertanyaan untuk menceritakan.



- Menarik kesimpulan
  - Peserta didik diajak untuk mempersempit pembahasan pada beberapa hal yang paling penting / menarik dari topik tersebut dengan memberikan pertanyaan: APA HAL-HAL PENTING / MENARIK yang muncul dari peristiwa / kejadian tersebut di atas? (uraikan setiap hal menarik dalam beberapa kalimat yang lugas dan jelas)
  - Lanjutkan dengan pertanyaan: KESIMPULAN apa yang dapat kita tarik dari tahap pendampingan pemasaran digital ini? (rumuskan dalam bentuk kalimat lugas dan jelas). Setiap peserta dapat merumuskan kesimpulan dari sudut pandangnya masing-masing sehingga bisa saling melengkapi.
- Menarik pelajaran
  - Peserta didik diajak mengubah kesimpulan menjadi pelajaran-pelajaran (lesson learned) atau tanggapan pribadi, dengan memberikan pertanyaan seperti berikut: APA ARTI PENTING dari tahap pendampingan pemasaran digital ini bagi anda? Peserta dapat mengungkapkannya berdasarkan pengalaman mereka masing-masing.
- Mengembangkan gagasan penerapan
  - Peserta diajak merumuskan gagasan konkrit: APA TINDAKAN yang bisa dilakukan untuk menerapkan pelajaran atau hikmah dari tahap pemasaran digital

tersebut? Pendapat dapat diberikan secara perorangan.

- Kemudian ajak peserta untuk mengungkapkan BAGAIMANA cara melakukannya? Pendapat ini pun dapat diberikan secara perorangan.

b) Strategi fasilitasi

- Dari materi yang sederhana ke materi yang kompleks (rumit)

Misalnya dengan menceritakan kekuatan pemasaran digital untuk menjual produk terlebih dahulu, baru kemudian dilanjutkan dengan mendiskusikan sumber-sumber penghasilan melalui media digital.

- Dari materi yang cukup dikenal ke materi yang baru

Misalnya membahas tentang instagram yang mayoritas sudah dikenal oleh peserta didik, sebelum membahas pemasaran digital melalui instagram

- Dari materi yang mudah menuju materi yang sulit

Misalnya membahas tentang penjualan terlebih dahulu sebelum menjelaskan tentang SEO

- Dari materi yang operasional, pengalaman praktis, kenyataan sehari-hari menuju yang abstrak, konsep, teori  
Misalnya mengajak peserta didik membahas omzet pemasaran konvensional yang semakin sulit, kemudian ditarik ke konsep dan mekanisme pemasaran digital yang saat ini sedang menjamur dan lebih disukai publik

## 2) Memberikan motivasi

Motivasi yang dapat diberikan pendamping kepada peserta didik PKW dalam mengembangkan pemasaran digital adalah:

### a) Motivasi tatap muka perorangan

Motivasi perorangan diberikan oleh pendamping kepada peserta didik yang tampak kurang memiliki motivasi dalam pendampingan pemasaran digital ini. Pertemuan dapat dijadwalkan sebelumnya dan pada pertemuan tersebut pendamping dapat melakukan komunikasi secara pribadi dengan peserta didik yang bersangkutan, dan memberikan motivasi secara langsung.

### b) Motivasi tatap muka kelompok

Motivasi tatap muka kelompok dapat diberikan oleh pendamping pada setiap pertemuan dengan peserta didik. Cara yang dapat dilakukan adalah:

- Memastikan kelancaran komunikasi antara sesama peserta didik, peserta didik dengan pengelola dan peserta didik dengan pendamping
- Menyediakan tempat yang nyaman kepada peserta didik untuk mengimplementasikan pemasaran digital yang dilakukannya, beserta kelengkapan sarana seperti komputer / laptop, fasilitas internet dan lain-lain
- Memberi kesempatan kepada setiap peserta didik untuk menjadi pemimpin, seperti adanya giliran sebagai pemimpin rapat dan lain-lain

b. Pembelajaran

1) Mengembangkan proses pembelajaran pemasaran digital pada PKW

Pembelajaran diarahkan pada materi yang perlu dikuasai peserta didik, yaitu:

- a) Menguasai cara memilih dan mengenali sumber-sumber penghasilan melalui media digital
- b) Strategi yang berhubungan dengan marketing (penjualan)
- c) Kemampuan mengoperasikan pemasaran digital melalui media sosial

2) Mengembangkan profesionalisme peserta didik dalam mengembangkan pemasaran digital

a) Membangun sistem

Pendampingan pemasaran digital pada PKW berupaya membangun sistem pada peserta didik agar terbentuk tugas untuk masing-masing peserta didik dalam mengimplementasikan pemasaran digital. Tugas tersebut terbagi ke dalam persiapan pembuatan konten, promosi dan optimalisasi media sosial dan *blog* untuk pemasaran digital, komunikasi dengan pelanggan pemasaran digital, pengemasan dan pengiriman barang, evaluasi proses pemasaran (barang dan jasa). Masing-masing peserta didik diharapkan memiliki spesialisasi dan bertanggung jawab dalam tugas tersebut.

b) Melakukan evaluasi berkala

Dalam pendampingan, peserta didik diarahkan untuk selalu melakukan evaluasi secara berkala terhadap pemasaran digital yang dilakukan. Evaluasi tersebut meliputi pemantauan grafik penjualan setiap bulan, pemantauan pengunjung website setiap bulan, pemantauan peningkatan follower pada akun media sosial setiap bulan, pemantauan feedback dari follower akun media sosial (berupa likes atau komentar) setiap postingan dan pemantauan tool social media analytics

## 2. Strategi Pendampingan

- a. Pendampingan dilakukan kepada peserta didik PKW yang telah menyelesaikan pembelajaran keterampilan usaha. Jenis keterampilan usaha yang dipelajari tidak terbatas, bisa berupa barang (menjahit, tata boga, desain grafis dan lain-lain) maupun jasa (tata rias, otomotif, spa dan lain-lain). Untuk materi kewirausahaan, boleh telah dilaksanakan atau belum dilaksanakan, namun yang penting peserta didik telah menguasai keterampilan usaha yang diajarkan.
- b. Jumlah pendamping yang ideal adalah 1 (satu) orang pendamping untuk 5 (lima) orang peserta didik. Apabila peserta didik program PKW terdiri dari 20 (dua puluh) orang, maka dibutuhkan 4 (empat) orang pendamping. Hal ini dimaksudkan agar pendamping dapat menangani peserta secara lebih efektif dan dapat menangani masalah-masalah yang dihadapi peserta didik secara lebih personal.
- c. Dalam setiap tahap pendampingan, selalu dilakukan diskusi dengan peserta didik untuk mengetahui kemajuan dan perkembangan pemasaran digital yang dilaksanakan oleh peserta didik.

- d. Pendampingan pemasaran digital yang dikembangkan adalah pemasaran digital melalui media sosial (facebook dan instagram) dan *website*. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan kemampuan peserta didik yang sebelumnya sudah mengenal dan menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, serta LKP yang sudah memiliki *website* pribadi namun belum dimanfaatkan untuk kepentingan pemasaran produk peserta didik PKW.

### 3. Ruang Lingkup Pendampingan

No.	Materi Pendampingan	Komponen
1.	Menguasai cara memilih dan mengenali sumber-sumber penghasilan melalui media digital	a. Sumber-sumber penghasilan melalui media digital b. Melakukan evaluasi atas proses mengenali, dan memilih sumber-sumber penghasilan melalui media digital
2.	Strategi yang berhubungan dengan marketing (penjualan)	a. Pemahaman tentang SEO b. Optimasi sosial media dan network
3.	Kemampuan mengoperasikan pemasaran digital melalui media sosial	a. Tatacara dan teknik mengelola media sosial untuk pemasaran digital b. Pembuatan konten pemasaran digital untuk media sosial

		<p>c. Mengetahui tata cara mengoperasikan konten dalam pemasaran digital</p> <p>d. Mengetahui optimasi blog dalam pemasaran digital</p>
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### **D. PESERTA DIDIK**

Karakteristik peserta didik pada pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) adalah:

1. Usia 18-40 tahun
2. Pendidikan minimal SMP
3. Menganggur / tidak mempunyai pekerjaan tetap
4. Mengikuti program PKW di satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendampingan pemasaran digital pada PKW
5. Telah menguasai bidang keterampilan yang diajarkan dalam program PKW
6. Mampu mengoperasikan komputer dan / atau telepon genggam pintar
7. Terbiasa memanfaatkan fasilitas internet

#### **E. PENDAMPING**

Karakteristik pendamping untuk pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) adalah:

1. Usia maksimal 55 tahun
2. Pendidikan minimal SMA / sederajat
3. Berpengalaman menjadi instruktur kewirausahaan minimal 3 (tiga) tahun
4. Menguasai pemasaran digital



5. Mampu mengoperasikan komputer dan / atau telepon genggam pintar
6. Terbiasa memanfaatkan fasilitas internet

## F. PENGELOLAAN

1. Tahap 1: Perencanaan

No.	Kegiatan	Pemeran	Sarana Prasarana yang Dibutuhkan
1.	Penentuan produsen	Pengelola, peserta didik	Telepon genggam, nama akun, email, laptop dan komputer terkoneksi internet, stok produk
2.	Penentuan admin media sosial	1 orang peserta didik	Telepon genggam, nama akun, email, laptop dan komputer terkoneksi internet
3.	Penentuan pemasar digital	Peserta didik	Telepon genggam, nama akun, email, laptop dan komputer terkoneksi internet
4.	Penentuan bagian pengepakan dan pengiriman barang	Peserta didik	Gudang penyimpanan barang, bahan baku pengepakan
5.	Pemilihan model produk	Model	Lokasi pemotretan, produk

2. Tahap 2: Pelaksanaan Pendampingan

No.	Kegiatan	Pemeran	Sarana Prasarana yang Dibutuhkan
1.	<p>Workshop konten pendampingan:</p> <p>a. Pemahaman tentang sumber-sumber penghasilan melalui media <i>online</i></p> <p>b. Strategi yang berhubungan dengan penjualan (SEO, optimasi sosial media dan <i>network</i>)</p> <p>c. Pemasaran digital</p> <p>d. Tahap workshop lanjutan</p>	<p>Pengelola, pendamping, peserta didik</p>	<p>Ruangan, meja kursi, bahan workshop, laptop, LCD</p>

3. Tahap 3: Implementasi Pemasaran Digital

No.	Kegiatan	Pemeran	Sarana Prasarana yang Dibutuhkan
1.	<p>Persiapan pembuatan konten (membuat logo, foto produk, pembuatan rekening, display barang,</p>	<p>Pengelola, pendamping</p>	<p>Telepon genggam, nama akun, email, laptop dan komputer terkoneksi internet, logo dan</p>

	optimalisasi domain)		foto produk
2.	Promosi dan optimalisasi media sosial dan <i>blog</i> untuk pemasaran digital	Peserta didik	Telepon genggam, nama akun, email, laptop dan komputer terkoneksi internet
3.	Komunikasi dengan pelanggan pemasaran digital	Peserta didik	Telepon genggam, nama akun, email, laptop dan komputer terkoneksi internet
4.	Pengemasan dan pengiriman barang	Peserta didik	Gudang penyimpanan barang, bahan baku pengepakan, stok produk
5.	Evaluasi proses pemasaran	Pengelola, pendamping, peserta didik	Ruangan, meja kursi, instrument evaluasi, alat tulis

## G. SARANA DAN PRASARANA

1. Telepon genggam pintar
2. Laptop / komputer
3. Jaringan internet
4. Produk yang akan dipasarkan

5. Gudang penyimpanan barang

## H. PEMBIAYAAN

Biaya yang dibutuhkan untuk pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) adalah:

No	Kegiatan	Harga Satuan	Jumlah
1.	Honor pengelola (3 org x 3 bln)	500.000	4.500.000
2.	Honor pendamping (4 org x 3 bln)	1.000.000	12.000.000
3.	ATK penyelenggaraan (1 paket)	300.000	300.000
4.	Pulsa internet peserta didik (20 orang x 3 bulan)	100.000	6.000.000
5.	Pembelian laptop (1 buah)	5.000.000	5.000.000
6.	Pembelian modem mifi 4 G (1 buah)	250.000	250.000
7.	Pembelian pulsa modem kuota 30 GB (3 bulan)	300.000	900.000
8.	Biaya sewa platform hybrid (1 tahun)	1.200.000	1.200.000
<b>Jumlah</b>			<b>30.150.000</b>

## I. PENILAIAN

1. Keterampilan peserta didik dalam mengenali web dalam jaringan untuk pemasaran digital
2. Keterampilan peserta didik dalam teknik registrasi di web pemasaran digital
3. Keterampilan peserta didik dalam teknik memilih web potensial untuk pemasaran digital

4. Keterampilan peserta didik dalm SEO pemasaran digital
5. Keterampilan peserta didik dalam menerapkan tatacara teknik menjadi SEO dan strateginya
6. Keterampilan peserta didik dalam pengelolaan pemasaran digital berbasis media sosial
7. Keterampilan peserta didik dalam menerapkan tata cara dan teknik mengelola media sosial untuk pemasaran digital
8. Keterampilan peserta didik dalam pembuatan konten pemasaran digital untuk media sosial
9. Keterampilan peserta didik dalam mengoperasionalkan konten dalam pemasaran digital
10. Keterampilan peserta didik dalam mengoptimasi blog pemasaran digital

## BAB V

### PENJAMINAN MUTU

#### A. MONITORING DAN EVALUASI

##### 1. Proses Monitoring dan Evaluasi

###### a. Monitoring

Monitoring pelaksanaan pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) dilakukan untuk memastikan bahwa pelaksanaan pendampingan sesuai dengan tujuan yang ditargetkan dan tidak menyimpang dari rencana pendampingan yang telah disusun dan disepakati.

Monitoring dilakukan oleh pengelola selama proses pendampingan berlangsung. Acuan yang digunakan untuk melakukan monitoring adalah lembar monitoring. Monitoring juga dimaksudkan untuk mencari solusi manakala dijumpai permasalahan dalam pelaksanaan pendampingan. Permasalahan dimaksud adalah terkait dengan hambatan yang dijumpai peserta didik selama mengikuti kegiatan pendampingan.

#### **Format Monitoring Pendampingan Pemasaran Digital**

##### **Pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (Pkw)**

No	Aspek Monitoring	Hasil Monitoring	Keterangan
1	Pencapaian tujuan pendampingan		
2	Keaktifan peserta didik		

3	Hasil yang sudah dicapai		
4	Hambatan yang dijumpai		
5	Kesan umum kegiatan pendampingan		

\*Keterangan: kolom kosong diisi sesuai hasil monitoring pendampingan yang dilakukan

## 2. Evaluasi

### a. Evaluasi pelaksanaan pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW)

Evaluasi pelaksanaan pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) bertujuan untuk memperoleh masukan mengenai Standar Kompetensi Lulusan (SKL), kurikulum, silabus, pelaksanaan pendampingan dan jenis media yang digunakan dalam kegiatan. Evaluasi ini akan menjadi masukan yang sangat penting bagi satuan pendidikan yang melaksanakan pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) untuk membenahi hal-hal yang masih belum maksimal. Evaluasi dilakukan setelah pelaksanaan pendampingan selesai.

Teknik yang dilakukan dalam evaluasi ini adalah angket. Angket diisi oleh peserta didik dan pendamping setelah proses pendampingan selesai. Berikut ini adalah format angket evaluasi pelaksanaan pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW):



## Format

### EVALUASI PELAKSANAAN PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL PADA PENDIDIKAN KECAKAPAN WIRAUSAHA (PKW)

Nama :  
Jabatan : Pendamping / Peserta Didik

Petunjuk Pengisian

- Coret bagian yang tidak perlu
- Berikan alasan untuk setiap poin pertanyaan
- Berikan tanggapan anda pada kolom lain-lain jika masih ada kritikan dan masukan. Terimakasih

No.	Komponen	Efektivitas	Alasan
1.	Standar Kompetensi Lulusan (SKL) a. Rujukan b. Penyesuaian/adaptasi c. Pengembangan	Efektif / Belum efektif Efektif / Belum efektif Efektif / Belum efektif	
2.	Kurikulum a. Rujukan kurikulum b. Alokasi waktu c. Unsur penilaian d. Evaluasi e. Tugas	Efektif / Belum efektif Efektif / Belum efektif Efektif / Belum efektif Efektif / Belum efektif Efektif / Belum efektif	
3.	Media Pemasaran Digital yang Efektif a. Media sosial (facebook, twitter,	Efektif / Belum efektif	

	instagram) b. Website / platform <i>e-commerce</i>	Efektif / Belum efektif	
6.	Lain-Lain		

\*Keterangan: kolom kosong diisi sesuai hasil evaluasi pendampingan yang dilakukan

b. Evaluasi hasil pendampingan

Evaluasi hasil belajar pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) bertujuan untuk mengetahui peningkatan pemasaran dari produk yang dihasilkan peserta didik Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW). Evaluasi ini akan menjadi masukan berharga bagi satuan pendidikan penyelenggara kegiatan untuk ditingkatkan di masa mendatang. Evaluasi dilakukan oleh peserta didik bersama pengelola dan pendamping setiap bulan dengan cara:

- 1) Memantau grafik penjualan setiap bulan
- 2) Memantau pengunjung *website / platform e-commerce* setiap bulan
- 3) Memantau peningkatan *follower* pada akun media sosial setiap bulan
- 4) Memantau feedback dari follower akun media sosial (berupa *likes* atau komentar) setiap postingan

- 5) Memantau tool social media analytics pada *website / platform e-commerce*

## B. TINDAK LANJUT

Sebelum merealisasikan tindak lanjut, perlu dibuat rencana terlebih dahulu. Satuan pendidikan merumuskan kegiatan yang akan dilaksanakan, tujuan pelaksanaan kegiatan tersebut, pihak yang terlibat, waktu pelaksanaan dan sumber dana untuk kegiatan tersebut. Rencana tindak lanjut dapat dituliskan dalam tabel berikut:

**Tabel**

**RENCANA TINDAK LANJUT PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL  
PADA PENDIDIKAN KECAKAPAN WIRAUSAHA (PKW)**

No.	Kegiatan	Tujuan	Pihak yang Terlibat	Waktu Pelaksanaan	Sumber Dana

\*Keterangan: kolom kosong diisi sesuai rencana tindak lanjut yang akan dilakukan

Sementara beberapa contoh tindak lanjut yang dapat dilaksanakan setelah penyelenggaraan pendampingan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) ini antara lain:

1. Pendampingan Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) pada bidang produksi, keuangan dan sumber daya manusia
2. Penguatan lanjutan pemasaran digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. SIMPULAN**

Penyusunan naskah model ini diharapkan bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya anggota kelompok usaha yang tergabung dalam kelompok program pendidikan kecakapan wirausaha, terkikisnya secara bertahap pengangguran dan kemiskinan seperti harapan pemerintah.

Model ini juga diharapkan bisa menjadi sistem pendampingan pemasaran digital untuk program pendidikan kecakapan wirausaha yang bisa dimanfaatkan, serta di optimalkan oleh instansi pembina dan unsur kompeten untuk meningkatkan pengelolaan program PKW yang lebih bermakna dan bermanfaat bagi masyarakat.

Pola pendampingan pemasaran digital ini juga diharapkan bisa membangun branding produk dari alumni program PKW serta meningkatkan keuntungan dari produk yang diproduksi.

#### **B. REKOMENDASI**

Masing-masing tahapan dari proses pendampingan pemasaran digital dari program pendidikan kecakapan wirausaha ini perlu dilakukan secara maksimal dan terus di kontrol, agar setiap langkah bisa diperbaiki secara terus menerus dan diberikan tindakan tambahan yang relevan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Asmani, Jamal Ma'mur. *Tips Efektif Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Dunia Pendidikan*. Yogyakarta: Diva Press, 2011
- Basrowi. *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011
- Irwanto. *Focus Group Discussion*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006
- Lupiyoadi, Rambat. *Entrepreneurship from Mindset to Strategy*. Depok: Lembaga Penerbit FE-UI, 2007
- Nasution, Arman Hakim, B. Arifin dan M. Suef. *Entrepreneurship, Membangun Spirit Teknopreneurship*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007
- Rusdiana A, *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia, 2014
- Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba, 2006
- Wasty, Soemanto. *Psikologi Pendidikan*. Malang: Bina Aksara, 1999

### Skripsi / Tesis

- Fauziah, Alia R dan Hendro Prabowo. *Life Experience Pada Wirausaha Generasi Digital*. Depok: Universitas Gunadarma, 2017
- Sukirman. *Jiwa Kewirausahaan Dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan*. Kudus: Universitas Muria Kudus, 2017

### Jurnal Online

- Adman. *Pengembangan Model Pembelajaran Kursus Kewirausahaan Dalam Kemandirian Warga Belajar (Studi pada Kursus Wirausaha Kota Bandung, Kota Cimahi, Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat)*. Jurnal Manajerial Vol 9 No 18 Tahun 2011. Web. 5 Maret 2019
- Hendrawan, Josia Sanchaya dan Hani Sirine. *Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan)*. Asia Journal of Innovation and Entrepreneurship Vol 2 No 03 Tahun 2017. Web. 5 Maret 2017
- Suparman, Agus, Bachtiar dan Maria Ulfah. *Evaluasi Pelaksanaan Program Pembinaan Kewirausahaan Community Development and Outreaching Untan pada Program Bidik Misi*. Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Vol 5 No. 06 Tahun 2016. Web. 5 Maret 2019

#### Publikasi Pemerintah

- Indonesia. Direktorat Jenderal Cipta Karya Kementerian Pekerjaan Umum. *Panduan Teknis Pendampingan Masyarakat*. 2011. Jakarta: Direktorat Jenderal Cipta Karya Kementerian Pekerjaan Umum. Cetak
- Indonesia. Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan. *Petunjuk Teknis Program Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW)*. 2019. Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan, 2019. Cetak
- Indonesia. Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan. *Standar Kompetensi Lulusan (SKL) Kursus dan Pelatihan Pemasaran Digital (Digital Marketing) Jenjang III*. 2017. Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan, 2018. Cetak

#### Situs

- Badan Pusat Statistik. [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). 2018. Web. 3 Maret 2019
- CNN Indonesia. [www.student.cnnindonesia.com](http://www.student.cnnindonesia.com). 2016. Web. 3 Maret 2019
- Jurnal. [www.jurnal.id](http://www.jurnal.id). 2018. Web. 4 Maret 2019
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id). 2018. Web. 21 Mei 2019
- Magister Pendidikan. [www.magister-pendidikan.blogspot.com](http://www.magister-pendidikan.blogspot.com). 2013. Web. 21 Mei 2019
- Media Peneliti. <https://media.neliti.com>. 2010. Web. 21 Mei 2019
- Sirclo. [www.sirclo.com](http://www.sirclo.com). 2017. Web. 4 Maret 2019

Jl Jayagiri No 63 Jayagiri  
Lembang, Kabupaten Bandung Barat  
Jawa Barat 40391



@pppauddikmasjabar



PP Paud dan Dikmas Jawa Barat



#pauddikmasjabar



<https://pauddikmasjabar.kemdikbud.go.id>