

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat saat ini telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan, ekonomi, dan terutama dalam strategi pemasaran suatu bisnis. Pergeseran pola pemasaran dari metode konvensional ke arah digital menjadi salah satu dampak yang paling signifikan dari kemajuan teknologi tersebut. Pemasaran digital atau dikenal dengan *digital marketing* telah menjadi komponen penting dari strategi bisnis modern karena mampu menjangkau pelanggan secara lebih cepat, luas, dan efisien melalui berbagai *platform* digital seperti media sosial, *email*, situs web, dan mesin pencari. Tidak seperti pemasaran tradisional, pemasaran digital memungkinkan keterlibatan interaktif dengan pelanggan secara *real-time* (Visser et al., 2021).

Seiring dengan itu, penggunaan internet di Indonesia tumbuh secara signifikan. Pernyataan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221 juta jiwa yang mana jumlah ini meningkat 1,4% dari tahun sebelumnya. Angka ini menunjukkan potensi yang besar bagi pasar digital di Indonesia juga meningkatnya kebutuhan tenaga kerja yang memiliki kompetensi digital, terutama di bidang *digital marketing*. Oleh karena itu, para pelaku bisnis dari skala mikro hingga makro harus dapat menerapkan pendekatan digital yang sesuai ke dalam strategi pemasaran bisnis mereka. Sejalan dengan hal itu Dašić et al (2023) menyatakan bahwa meskipun ada banyak alat pemasaran digital yang tersedia, suatu bisnis harus memilih alat yang sesuai dengan kebutuhan spesifik mereka.

Nabilla Zahra Amellia, 2025

PERAN INSTRUKTUR SEBAGAI FASILITATOR DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI PESERTA PELATIHAN DIGITAL MARKETING DI SMART GEN INSTITUTE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Di era digital saat ini, keterampilan dalam memasarkan secara digital sangat dibutuhkan karena bisa menjadi salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha agar dapat menjangkau konsumen mereka secara lebih efisien dan efektif. Sejak masa pandemi transformasi digital telah berkembang dengan pesat mempercepat digitalisasi di berbagai sektor, sehingga para pelaku bisnis yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan transformasi digital ini akan sulit untuk mempertahankan persaingan pasar (Prilandewi, 2021). Maka dari itu, para pelaku usaha dituntut untuk memiliki keterampilan pemasaran digital agar produk mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Keterampilan *digital marketing* juga tidak hanya penting bagi para pelaku usaha akan tetapi juga bagi para pencari kerja, karena di era digitalisasi saat ini banyak perusahaan yang mencari calon karyawan yang memiliki pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran digital, SEO, analisis data, media sosial, serta berbagai aspek pemasaran digital lainnya. Sehingga dengan memiliki keterampilan *digital marketing* ini dapat meningkatkan persaingan di dunia kerja juga membuka peluang karir yang lebih luas.

Dengan demikian untuk menghadapi perkembangan teknologi yang kian pesat setiap harinya, pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi hal yang perlu diperhatikan secara khusus untuk dapat menjawab tantangan tersebut. Sejalan dengan hal itu Wibowo dalam Joko et al (2022) mengemukakan bahwa pemerintah dan institusi pendidikan memegang peran penting dalam meningkatkan kompetensi SDM di era digital ini. Sumber daya manusia yang berkualitas dapat diwujudkan melalui manusia yang memiliki ilmu pengetahuan yang didapatkan melalui program pendidikan. Pendidikan secara umum menurut Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No.20 Tahun 2003, “Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana

untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat”.

Salah satu jalur pendidikan yaitu pendidikan nonformal atau biasa disebut pendidikan masyarakat, memiliki karakteristik fleksibel dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Cronnoly (2003) dalam buku dengan judul “Pendidikan Masyarakat” oleh Sudiapermana (2021, hal. 59) pendidikan masyarakat merupakan proses pendidikan yang fleksibel di atas segalanya, dan dapat diadaptasi dan digunakan oleh setiap kelompok peserta atau masyarakat untuk mencapai tujuannya. Salah satu program pendidikan dalam jalur pendidikan nonformal untuk mengembangkan SDM ini yaitu program pelatihan. Pelatihan adalah salah satu program pendidikan dalam jalur pendidikan nonformal yang dilaksanakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program pendidikan dengan menciptakan lingkungan dimana peserta pelatihan dapat memperoleh atau mempelajari perilaku, keterampilan, keahlian, pengetahuan yang spesifik yang berkaitan dengan pekerjaan mereka (Agoes Noor Zain & Nurmalasyiah, 2024, hal. 2). Selanjutnya Flippo, E. B (1994) dalam Elis & Santika (2018, hal. 50) menyatakan bahwa *“training is the act of increasing the knowledge and skill of an employee for doing a particular job”* yang artinya pelatihan merupakan tindakan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seorang karyawan dalam melaksanakan pekerjaan tertentu. Pelatihan merupakan salah satu bagian pendidikan nonformal yang diselenggarakan oleh lembaga pemerintah atau lembaga kursus dan pelatihan. Pendidikan nonformal dapat membantu mengembangkan potensi peserta didik dengan meningkatkan penguasaan pengetahuan dan keterampilan

fungsional serta mengembangkan sikap kepribadian profesional (Agoes & Nurmalasyiah, 2023, hal. 3).

Sebagai bagian dari lembaga pendidikan nonformal, Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) memiliki peran penting dalam mendukung program peningkatan kompetensi masyarakat, terutama dalam menyiapkan tenaga kerja yang siap berkompetisi di dunia industri. Seperti yang dinyatakan Rifal & Widiastuti (2018, hal. 32) bahwa LKP merupakan salah satu jalur pendidikan nonformal dengan fokus untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan sikap peserta didik sehingga mereka memiliki kemampuan untuk bekerja atau membuat usaha mandiri untuk meningkatkan penghasilan hidup mereka. Smart Gen Institute, sebagai salah satu LKP di Kota Bandung menjadi salah satu lembaga pendidikan nonformal yang berkomitmen dalam mengambil peran aktif untuk menjawab tantangan di era digital saat ini. Dengan memiliki misi dan tujuan untuk menciptakan generasi wirausaha muda dan meningkatkan kemampuan *skillset* yang kompetitif agar dapat berkontribusi di industri saat ini. Di bawah payung hukum Yayasan Kreasi Digital Indonesia, lembaga kursus ini didirikan pada tahun 2022 dengan Nomor Akta Kemenkumham AHU-0020418.AH.01.12. Smart Gen Institute menyelenggarakan kursus dan pelatihan dengan 3 bidang keahlian yaitu *Public Speaking In Professional Bussiness*, *Digital Creator & Marketing*, dan *Digital Creative Entrepreneurship* yang di dukung oleh tenaga pendidik berkualitas dan berpengalaman di bidangnya. LKP ini pun telah menjalin kerja sama dengan pemerintah pusat, pemerintah daerah, swasta, komunitas bisnis dan media. Serta memiliki kurikulum berdasar SKKNI dan program aplikatif terintegrasi yang menjadi acuan dasar dalam pelaksanaan pelatihannya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pihak LKP diketahui bahwa program pelatihan *digital marketing* ini merupakan salah satu program yang paling banyak diminati masyarakat. Setiap tahunnya, pelatihan ini dilaksanakan dalam tiga gelombang dengan jumlah peserta yang stabil, yaitu lebih dari sepuluh orang pada setiap gelombangnya. Antusiasme peserta tidak hanya terlihat dari jumlah pendaftar, tetapi juga dari hasil pembelajaran yang dapat diukur melalui peningkatan hasil antara *pres-test* dan *post-test* yang secara konsisten menunjukkan kemajuan yang signifikan. Hal ini menunjukkan adanya daya tarik yang kuat dari program pelatihan dan nilai manfaat yang dirasakan langsung oleh peserta pelatihan. Selanjutnya, keberhasilan program pelatihan ini juga tidak terlepas dari kualitas instruktur yang dimiliki oleh lembaga. Instruktur yang terlibat merupakan instruktur profesional yang memiliki pengalaman dan keahlian yang mumpuni dalam bidang *digital marketing*. Kompetensi yang mereka miliki membantu menciptakan lingkungan belajar yang sesuai dengan kebutuhan industri dan dapat mengatasi tantangan peserta pelatihan yang berasal dari berbagai latar belakang.

Di samping itu, adanya uji kompetensi sebagai bagian dari sistem pelatihan memperkuat komitmen lembaga untuk menjaga kualitas lulusannya, serta memastikan bahwa peserta tidak hanya mengikuti pelatihan secara teori tetapi benar-benar menguasai materi secara aplikatif. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan pelatihan *digital marketing* di Smart Gen Institute merupakan hasil dari proses pembelajaran yang disusun secara sistematis dan difasilitasi dengan efektif. Hal tersebut pastinya tidak terlepas dari peran penting seorang instruktur, khususnya peran instruktur sebagai fasilitator, karena instruktur sebagai fasilitator yang berperan memfasilitasi seluruh kegiatan pelatihan. Dengan kata lain, keberhasilan pelatihan dalam

meningkatkan kemampuan peserta sangat tergantung pada cara instruktur melaksanakan peran fasilitator dengan maksimal di setiap tahap pembelajaran. Fokus penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan memahami secara menyeluruh bagaimana peran instruktur sebagai fasilitator dalam menjalankan tugas mereka, mulai dari merencanakan pembelajaran, menyiapkan materi pelatihan, menciptakan lingkungan belajar, menggunakan metode pembelajaran yang sesuai, serta mengevaluasi pembelajaran sehingga dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kompetensi peserta pelatihan *digital marketing*.

Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang berhasil dihimpun oleh peneliti. Pada penelitian yang dilakukan oleh Badarani (2024) yang berjudul “Dampak Kualitas Instruktur Pelatihan Terhadap Efektivitas Pelatihan (Berdasarkan Studi Penelitian pada Pelatihan E-Learning Instruktur Daerah Sensus Pertanian 2023 Di BPS Provinsi Banten)”. Penelitian tersebut dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan desain penelitian secara kausal yang berkaitan dengan hubungan sebab akibat. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengkaji bagaimana kualitas instruktur pelatihan berdampak pada efektivitas pelatihan. Selain itu, untuk melihat pengaruh variabel lain terhadap efektivitas pelatihan, seperti kualitas materi pelatihan dan metode pelatihan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlu adanya peningkatan kemampuan atau kompetensi instruktur pelatihan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sulistiawati (2024) dengan judul “Peran Instruktur dalam Meningkatkan Kecakapan Hidup Melalui Pelatihan Pembuatan Kerajinan Rotan pada Warga Belajar di UPTD Pelatihan Koperasi Samarinda”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa peran instruktur dalam meningkatkan kecakapan hidup melalui pelatihan kerajinan rotan memenuhi perannya sebagai informator, fasilitator, motivator dan

evaluator dengan baik. Selain itu, penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat faktor pendukung instruktur yang mempengaruhi keberhasilan dalam pelaksanaan pelatihan yaitu instruktur yang kompeten dalam bidang kerajinan rotan serta bersertifikasi nasional dan fasilitas yang memadai sebagai penunjang untuk kelancaran proses kegiatan pelatihan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Daryani et al (2023) dengan judul “Peran Fasilitator dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Kursus Tata Busana Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Jelita”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peran fasilitator sebagai pengawas pelatihan akan mengarahkan setiap kegiatan, khususnya penguasaan pola perubahan perilaku, baik pengetahuan maupun keterampilan, dan sikap yang sangat menentukan metode dan hasil suatu pelatihan. Sehingga dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa peran fasilitator dalam kelas menjahit dan mendandani memberikan kesempatan kepada siswa untuk melayani masyarakat dengan berbagi pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Hal ini merupakan komponen yang memainkan peran strategis penting membantu inisiatif untuk memerangi kemiskinan dan pengangguran.

Adapun *research gap* dari ketiga penelitian terdahulu yang telah dipaparkan yaitu, penelitian Badarani (2024) lebih menitikberatkan pada kualitas instruktur dalam kaitannya dengan efektivitas pelatihan, sedangkan penelitian ini berfokus pada kompetensi peserta pelatihan. Selain itu, penelitian terdahulu mendalami empat peran instruktur, sementara penelitian ini secara khusus mengeksplorasi peran instruktur sebagai fasilitator. Perbedaan lainnya terletak pada tujuan penelitian, di mana penelitian sebelumnya menyoroti peran fasilitator dalam meningkatkan kualitas pembelajaran, sedangkan penelitian ini menekankan pada peningkatan

kompetensi peserta pelatihan. Dari ketiga penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan/*novelty* dalam fokus kajiannya, dimana penelitian ini secara khusus mendalami peran instruktur sebagai fasilitator dalam meningkatkan kompetensi peserta pelatihan *digital marketing* di Smart Gen Institute. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengkaji peran instruktur secara keseluruhan atau efektivitas pelatihannya, penelitian ini secara *detail* mengeksplorasi bagaimana instruktur menjalankan perannya sebagai fasilitator dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi proses pelatihan berbasis digital. Dengan penekanan pada bidang *digital marketing* dan konteks lembaga pelatihan yang menggunakan pendekatan kurikulum nasional dan internasional, penelitian ini menjadi relevan dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan pelatihan vokasional di era digital.

Dengan demikian, berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, fokus pada penelitian ini adalah guna memberikan gambaran dan deskripsi secara mendalam perihal peran seorang instruktur sebagai fasilitator dalam meningkatkan kompetensi peserta pelatihan di bidang pemasaran digital dengan harapan dapat memberikan pandangan yang berharga mengenai peran instruktur yang efektif dalam konteks pelatihan *digital marketing* dan berpotensi menjadi pembelajaran bagi pengembangan program pelatihan sejenis di lembaga lain. Maka dari itu, mengingat pentingnya instruktur sebagai fasilitator dalam meningkatkan kompetensi peserta pelatihan, peneliti merasa perlu meneliti lebih lanjut topik ini dan merinci hasil temuannya dalam skripsi dengan judul “Peran Instruktur Sebagai Fasilitator dalam Meningkatkan Kompetensi Peserta Pelatihan *Digital Marketing* di Smart Gen Institute”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti menyusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran instruktur sebagai fasilitator dalam pelatihan *Digital Marketing* di Smart Gen Institute?
2. Bagaimana tingkat kompetensi peserta sebelum dan sesudah pelatihan *Digital Marketing* di Smart Gen Institute dilaksanakan?
3. Bagaimana penilaian peserta terhadap kompetensi instruktur dalam meningkatkan kompetensi peserta pada pelatihan *Digital Marketing* di Smart Gen Institute?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan peran instruktur sebagai fasilitator dalam pelatihan *Digital Marketing* di Smart Gen Institute.
2. Mendeskripsikan tingkat kompetensi peserta sebelum dan sesudah pelatihan *Digital Marketing* di Smart Gen Institute dilaksanakan.
3. Menganalisis penilaian peserta terhadap kompetensi instruktur dalam meningkatkan kompetensi peserta pada pelatihan *Digital Marketing* di Smart Gen Institute.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori mengenai peran instruktur sebagai

fasilitator dalam meningkatkan kompetensi peserta pelatihan. Selain itu dapat memperkaya literatur di bidang pendidikan dan pelatihan khususnya mengenai pembelajaran keterampilan *digital marketing*. Kemudian dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang relevan.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu baru secara lebih mendalam khususnya mengenai peran instruktur sebagai fasilitator pada sebuah program pelatihan, serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

b) Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi lembaga untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas program pelatihan yang ada. Selain itu lembaga dapat mengidentifikasi kebutuhan pengembangan profesional bagi para instruktur.

c) Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan kepada pembaca secara lebih mendalam bagaimana mengenai peran instruktur sebagai fasilitator dalam meningkatkan kompetensi peserta pada sebuah program pelatihan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis mengenai peran instruktur sebagai fasilitator dalam meningkatkan kompetensi peserta pelatihan *digital marketing* di Smart Gen Institute. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menguraikan dan memahami secara mendalam bagaimana instruktur menjalankan perannya dalam proses

pelatihan, khususnya sebagai fasilitator yang membantu meningkatkan kompetensi peserta. Fokus penelitian ini adalah pada peran instruktur sebagai fasilitator yang mencakup kegiatan merencanakan pembelajaran, menyiapkan materi pelatihan, menciptakan suasana belajar yang interaktif dan kondusif, menggunakan metode pembelajaran yang sesuai, serta melakukan evaluasi terhadap proses dan hasil pembelajaran. Penelitian ini tidak membahas secara komprehensif seluruh peran instruktur, tetapi lebih menekankan pada peran instruktur khususnya sebagai fasilitator.

Objek pada penelitian ini adalah program pelatihan *digital marketing* yang diselenggarakan oleh Smart Gen Institute. Subjek dari penelitian ini yaitu dua peserta pelatihan, satu instruktur dan satu pengelola program. Penelitian ini dilakukan dalam periode tertentu pada tahun 2025 dan hanya mencakup satu *batch* pelatihan, sehingga temuan penelitian ini tidak dimaksudkan untuk diaplikasikan secara luas, namun diharapkan dapat memberikan gambaran dan menjadi referensi untuk pelaksanaan pelatihan serupa di institusi lain. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi dengan seluruh data yang diperoleh akan dianalisis untuk menjelaskan secara komprehensif bagaimana peran instruktur sebagai fasilitator dapat membantu meningkatkan kompetensi peserta pelatihan, baik dalam hal pemahaman teori, keterampilan praktis, maupun kesiapan untuk menghadapi tantangan di dunia kerja digital.