

PELATIHAN PEMBUATAN APLIKASI PEMASARAN BERBASIS ANDROID UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA UPI

Dedi Rohendi¹, Heri Sutarno², Enda Permana³, Yaya Wihardi⁴

¹ Dosen DPTK FPTK UPI, Departemen Pendidikan Ilkom FPMIPA, dan
PTK SPs Universitas Pendidikan Indonesia

^{2,4} Dosen Departemen Pendidikan Ilkom FPMIPA Universitas Pendidikan Indonesia

³ Dosen DPTK FPTK Universitas Pendidikan Indonesia

Email : dedir@upi.edu/herisutarno@upi.edu/enda_per@yahoo.com/yayawihardi@upi.edu

ABSTRAK

Universitas Pendidikan Indonesia setiap tahun menghasilkan ribuan lulusan yang memerlukan pekerjaan, sedangkan lapangan pekerjaan yang tersedia setiap tahun jumlahnya terbatas. Oleh karena itu, diperlukan upaya agar lulusan UPI tidak tergantung kepada pihak lain, tetapi harus mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Seiring dengan perkembangan TIK memungkinkan lulusan UPI menciptakan usaha sendiri dengan berjualan *online* berbasis Android. Oleh karena itu diperlukan pelatihan mengembangkan aplikasi penjualan *online* berbasis Android. Luaran yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah: terlaksananya pelatihan mengembangkan aplikasi pemasaran berbasis android terhadap mahasiswa UPI, terdapat mahasiswa yang dapat mengembangkan aplikasi pemasaran *online* berbasis android, dan terdapat mahasiswa yang melakukan pemasaran *online* berbasis android.

Kata Kunci: pelatihan, aplikasi pemasaran, berbasis android.

ABSTRACT

Universitas Pendidikan Indonesia produces thousands of graduates who need jobs a year. While jobs are available each year was limited. Therefore, it is necessary to graduated of UPI does not depend on the others, but they can be able to create their own jobs. Along with the development of ICT enables graduates UPI create their own business by selling online based on Android. Therefore we need training to develop online sales application based on Android. Outcomes resulting from this activity are: implementation the training to teach students of UPI to develop marketing applications based on android, students of UPI can develop marketing applications based on android, and students of UPI can implement marketing application based on android to do an own bussiness.

Keyword : *Training, marketing application, based on android.*

PENDAHULUAN

Universitas Pendidikan Indonesia setiap tahun meluluskan sekitar lebih dari 5000 mahasiswanya. Dengan jumlah lulusan sebesar itu akan memerlukan lapangan kerja yang dapat menyerap mereka yang banyak pula. Namun, seperti yang kita ketahui bahwa kemampuan pemerintah untuk membuka lowongan kerja sangatlah terbatas. Begitu pula kesempatan kerja yang ditawarkan pihak swasta tidak sebanyak lulusan yang dihasilkan dari semua perguruan tinggi yang

ada. Selain itu pasar kerja juga kebanyakan hanya memerlukan pelamar yang siap kerja dan sudah memiliki kemampuan minimum yang mereka tetapkan. Dampaknya akan semakin banyak lulusan perguruan tinggi yang belum bisa langsung memperoleh pekerjaan termasuk lulusan UPI di dalamnya. Jika hal ini dibiarkan maka UPI akan menjadi salah satu perguruan tinggi yang turut berkontribusi terhadap meningkatnya jumlah pengangguran terdidik di Indonesia, karena lulusannya banyak yang belum bisa

langsung bekerja.

Salah satu upaya yang bisa ditempuh oleh universitas untuk mengurangi ketergantungan lulusan terhadap lowongan pekerjaan yang ditawarkan pihak lain adalah dengan memberikan pembekalan kewirausahaan kepada mahasiswa, baik ketika mereka berstatus mahasiswa ataupun pada saat mereka akan lulus. Diharapkan dengan bekal itu mereka akan bisa menciptakan dan membuka lapangan pekerjaan, paling tidak untuk mereka sendiri.

Berwirausaha dapat dilakukan dengan berbagai cara. Mulai dari cara konvensional sampai dengan yang memanfaatkan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin pesat. Akses mahasiswa ke koneksi internet sudah sangat mudah saat ini baik dengan menggunakan komputer *desktop*, laptop, maupun internet yang diakses *Handphone* (HP) melalui *Adroid*-nya. Rata-rata mahasiswa sudah memanfaatkan internet dalam kegiatan kesehariannya. Namun, sangat disayangkan kebanyakannya hanya dimanfaatkan untuk kepentingan hiburan, bukan untuk kepentingan akademiknya, seperti untuk memperoleh bahan kuliah, *download* materi kuliah, dan sebagainya. Apalagi untuk kepentingan pengembangan jiwa berwirausaha. Padahal dengan perkembangan TIK yang ada kita dapat memanfaatkannya untuk kepentingan berwirausaha, tanpa perlu tempat yang luas, modal yang besar, ijin yang rumit dan lain sebagainya, seperti pemasaran *online*.

Pemasaran *online* merupakan prosedur berdagang atau mekanisme jual-beli di internet dimana pembeli dan penjual dipertemukan di dunia maya. Pemasaran *online* juga dapat didefinisikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan “*get and deliver*“. Munawar (2009).

Pemasaran *online* akan merubah semua kegiatan pemasaran dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan *trading*

(perdagangan). Proses yang ada dalam pemasaran *online* adalah sebagai berikut :

- 1) Presentasi elektronik (pembuatan *website*) untuk produk dan layanan.
- 2) Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.
- 3) Otomasi *account* Pelanggan secara aman (baik nomor rekening maupun nomor kartu kredit)
- 4) Pembayaran yang dilakukan secara langsung (*online*) dan penanganan transaksi. Januri, dkk(2008).

Pemanfaatan internet untuk berwirausaha bagi mahasiswa saat ini masih terbuka luas, namun pengembangan aplikasi dan pemanfaatannya masih sangat kurang. Salah satu kendalanya dimungkinkan karena banyak mahasiswa yang belum mengetahui mengembangkan aplikasi tersebut dan bagaimana pemanfaatannya. Oleh karena itu, dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut: (1) Banyak lulusan yang dihasilkan UPI, sementara lowongan kerja yang ditawarkan oleh pemerintah maupun swasta sangat terbatas. (2) Kompetensi lulusan yang siap pakai masih terbatas yang dihasilkan oleh universitas, terutama kompetensi untuk bisa berupaya sendiri menciptakan lowongan kerja. (3) Mahasiswa banyak memanfaatkan internet dan android, tetapi banyak yang untuk kepentingan hiburan. Dan (4) Pengembangan aplikasi penjualan dan pemanfaatannya di kalangan mahasiswa masih terbatas.

TEORI DASAR

1) Aplikasi Pemasaran *Online*

Pemasaran *online* dilakukan melalui sistem komputer *online* interaktif, yang menghubungkan pembeli dan penjual secara elektronik. Ada 2 (dua) jenis saluran pemasaran *online*, yaitu:

- a) *Layanan online komersial*. Internet layanan yang menawarkan informasi dan layanan pemasaran *online* kepada pelanggan yang membayar biaya bulanan, seperti *America online*, *compuserve*, dan *prodigy*.
- b) *Internet*, web global jaringan komputer yang luas dan berkembang pesat yang tidak mempunyai manajemen dan

kepemilikan sentral.

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) adalah istilah umum untuk proses pembelian dan penjualan yang di dukung oleh sarana elektronik. Nugroho (2006)

Konsumen *online* adalah pengguna internet. Cara melakukan pemasaran *online* dengan cara menciptakan kehadiran *online* elektronik. Cara ini bisa dilakukan dengan dua cara yaitu: membeli ruang dilayanan *online* komersial dan membentuk situs internet sendiri misalnya dengan situs internet Perusahaan (*corporate web site*), situs internet pemasaran (*marketing websSite*) mempunyai strategi dalam pemasaran *online*, diantaranya: (1) Menempatkan iklan *online*, merupakan iklan yang muncul ketika para pelanggan menjelajahi layanan *online* / situs internet yang mempunyai papan iklan, jendela timbul tengelam, *ticker*, *roadblock*; (2) Berpartisipasi dalam forum, kelompok berita dan masyarakat internet; dan (3) Menggunakan *e-mail* dan *webcasting*, Yang dimaksud dengan *webcasting* adalah pen-*download*-an secara otomatis informasi-informasi yang diminati yang sudah dikotomisasi ke PC si penerima yang membuat saluran yang menarik mampu mengirimkan pemasangan iklan internet / informasi lain.

E-commerce memiliki beberapa manfaat, baik itu organisasi, perusahaan dan masyarakat itu sendiri, berikut beberapa manfaat dari *e-commerce* (Suyanto, 2003:50-51):

- a. Bagi organisasi pemilik *e-commerce*, yaitu: (1) Memperluas market place hingga kepasar nasional dan internasional. (2) Dengan capital outplay yang minim, sebuah perusahaan dapat dengan mudah menemukan lebih banyak pelanggan, supplier yang lebih baik dan partner bisnis yang paling cocok dari seluruh dunia. (3) *E-commerce* menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan, dan pencarian informasi yang menggunakan kertas; dan (4) *E-commerce* mengurangi waktu antara outlay modal dan penerimaan produk dan jasa.
- b. Bagi konsumen, yaitu : (1) *E-commerce*

memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi. (2) *E-commerce* memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan, mereka bisa memilih berbagai produk dari banyak vendor. (3) *E-commerce* menyediakan produk dan jasa yang tidak mahal kepada pelanggan dengan cara mengunjungi banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat. Dan (4) Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detil dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.

- c. Bagi masyarakat, yaitu: (1) *E-commerce* memungkinkan orang untuk bekerja didalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini berakibat menurunkan arus kepadatan lalu lintas dijalan serta mengurangi polusi udara. (2) *E-commerce* memungkinkan orang di negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa *e-commerce*.

Agar sebuah perdagangan antar pembeli dan penjual dapat dilakukan, maka harus ada satu proses tertentu. Proses transaksi *E-commerce* bisa mencakup tahap-tahap sebagai berikut (Suyanto, 2003:46):

1. *Show*. Penjual menunjukkan produk atau layanannya di situs yang dimiliki, lengkap dengan detail spesifikasi produk dan harganya.
2. *Register*. Konsumen melakukan register untuk memasukkan data-data identitas, alamat pengiriman dan informasi login.
3. *Order*. Setelah konsumen memilih produk yang diinginkan, konsumen pun selanjutnya melakukan order pembelian.
4. *Payment*. Konsumen melakukan pembayaran.
5. *Verification*. Verifikasi data konsumen sepeti data-data pembayaran (No. rekening atau kartu kredit).
6. *Deliver*. Produk yang dipesan pembeli kemudian dikirimkan oleh penjual ke konsumen.

2) Kemampuan Berwirausaha

Tantangan kehidupan yang harus dihadapi dewasa ini dan masa depan begitu berat. Selain itu peran pendidikan tinggi dalam menghasilkan lulusan yang baik dan profesional andal serta berkemampuan tinggi, produktif dan efisiensi dalam berproduksi di Indonesia agar mampu bersaing di kancah global sangat dibutuhkan. Oleh karena itu, sangat penting dilakukan pengembangan kewirausahaan (*entrepreneurship*) bagi calon lulusan perguruan tinggi.. Meningkatnya kebutuhan akan entrepreneur yaitu munculnya aneka ragam kesempatan berusaha di segala bidang. Kecenderungan ke arah desentralisasi dalam produksi, distribusi, dan pemasaran telah menimbulkan kesempatan-kesempatan baru bagi berkembangnya industri barang dan jasa yang berorientasi lokal. Berkembangnya teknologi informasi dan program-program komputer yang canggih telah mendorong tumbuhnya kesempatan kerja yang dapat memanfaatkan perkembangan tersebut, seperti misalnya penjualan *online*. Perkembangan baru dalam industri jasa seperti konsultan komputer, manajemen, periklanan, dan kepariwisataan juga terus akan berkembang secara meluas sebagai sektor-sektor penunjang industri. Wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Sementara jumlah wirausahawan di Indonesia saat ini masih sedikit dengan mutunya yang belum bisa dikatakan hebat, sehingga persoalan pembangunan wirausaha Indonesia merupakan persoalan mendesak. Jika kita perhatikan manfaat adanya wirausaha banyak sekali, antara lain:

- a) Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran.
- b) Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, kesejahteraan dan sebagainya.
- c) Menjadi contoh bagi anggota

masyarakat lain, sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh, teladani, karena seorang wirausaha itu adalah orang terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain.

- d) Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu memperjuangkan lingkungan.
- e) Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial, sesuai dengan kemampuannya.
- f) Berusaha mendidik karyawannya menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, tekun dalam menghadapi pekerjaan.
- g) Memberi contoh bagaimana Kita harus bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama, dekat kepada Allah Swt.
- h) Hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros.
- i) Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan.

METODELOGI

1) Metode Penyelesaian Masalah

Untuk mengantisipasi permasalahan yang dihadapi, perlu dicarikan solusi dengan metode yang tepat dan cepat. Metode yang dipilih dalam kegiatan ini adalah dengan metode kursus dan pelatihan. Dengan metode ini kami akan memberikan kursus pembuatan aplikasi pemasaran *online* kepada mahasiswa dilanjutkan dengan pelatihan pemanfaatan aplikasi tersebut untuk kepentingan wirausaha mahasiswa. Teknik penyampaian materi dalam pelatihan ini adalah: ceramah, tanya jawab, diskusi, praktek, *workshop*, proyek-proyek, tugas, dan evaluasi.

2) Materi Yang Diberikan

Dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh khalayak sasaran ada beberapa tahapan yang akan dilakukan, yaitu:

- a) Memberikan materi pelatihan tentang bahasa pemrograman berbasis android untuk pengembangan aplikasi pemasaran *online*.
- b) Memberikan materi pelatihan tentang

- prinsip pemasaran *online*
- c) Penugasan dan proyek pembuatan aplikasi pemasaran *online* kepada peserta.
 - d) *Sharing* informasi dari praktisi pemasaran *online* yang sudah maju.
 - e) Proyek implementasi terbatas penggunaan pemasaran *online* pada penjualan barang
- 3) **Cara Pengumpulan dan Analisis Data**
Kegiatan ini berupa pelatihan dan workshop dengan fokus adalah dicapainya kemampuan mahasiswa berwirausaha dengan memanfaatkan dunia dengan mampu mengembangkan aplikasi yang dibutuhkan. Data kuantitatif diperoleh dari evaluasi produk dan survey kepuasan pelaksanaan pelatihan, sedangkan data kualitatif berupa kualitas dari aplikasi yang dikembangkan dan proyek implementasi yang akan diujicobakan.
- 4) **Khalayak Sasaran**
Yang menjadi khalayak sasaran dalam kegiatan ini adalah mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia dari semua program studi/departemen yang ada di UPI. Jumlah peserta yang akan dilatih direncanakan sebanyak 20 orang mahasiswa UPI dan yang mendaftar lebih dari 30 orang, tetapi yang hadir dalam pelatihan hanya 16 orang.
Kegiatan PkM kewirausahaan ini dilaksanakan di laboratorium komputer Departemen Pendidikan Ilmu Komputer FPMIPA UPI. Pelaksanaan pelatihan dilakukan selama 1 minggu pelatihan dan 2 minggu pembimbingan.

PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

3) **Persiapan**

Kegiatan pelatihan telah dilakukan pada tanggal 15 Agustus 2016- 26 Agustus 2016. Sebelum pelaksanaan pelatihan dilakukan persiapan-persiapan sebagai berikut:

- a) Penentuan lokasi kegiatan pelatihan, persiapan yang dilakukan adalah melakukan survey lapangan terhadap

laboratorium komputer yang akan dipakai apakah sedang tidak dipergunakan perkuliahan, apakah komputer yang akan digunakan memadai untuk pelatihan, dan apakah kapasitas, kemampuan listrik, serta fasilitas pendukung lainnya memenuhi syarat.

- b) Pembuatan jadwal pelatihan disertai dengan penempatan instruktur yang akan terlibat, baik instruktur tim pelaksana maupun praktisi dari luar.
 - c) Penjaringan peserta pelatihan, dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi yang terintegrasi ke *facebook*, sehingga calon peserta dapat mendaftarkan diri secara *online*.
 - d) Membuat materi ajar pelatihan yang sederhana dan mudah dipelajari.
 - e) Menentukan template pemrograman android yang simpel dan mudah digunakan bahkan oleh mahasiswa yang awam sekalipun dengan pemrograman.
 - f) Menentukan mahasiswa yang dapat membantu kegiatan pelatihan.
 - g) Persiapan lainnya seperti: penetapan konsumsi, makan, dan calon pembicara tamu dari praktisi aplikasi pemasaran android.
 - h) Pembuatan spanduk dan daftar hadir peserta.
 - i) Penyiapan ruang laboratorium berupa instalasi pemrograman berbasis android.
- 4) **Pelaksanaan**

Dengan persiapan yang sudah dilakukan sedetail mungkin, maka kegiatan pelaksanaan pelatihan PkM kewirausahaan dapat dilakukan sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Pelaksanaan tetap dilakukan sesuai jadwal, yaitu dari tanggal 15 sd 19 Agustus 2016, sedangkan kegiatan pembimbingan bagi peserta terpilih dilakukan selama 2 minggu dari tanggal 22 Agustus 2016 sd 3 september 2016. Peserta yang terlibat berjumlah 16 orang mahasiswa UPI dari berbagai program studi, diantara: prodi ilmu komputer,

pendidikan ilmu komputer, pendidikan teknik elektro, ilmu keolahragaan, kimia, manajemen bisnis, dan biologi.

3) Hasil Evaluasi

- a) Peserta terpantau antusias dalam mengikuti pelatihan, walaupun mereka sebagiannya bukan berasal dari yang berlatar belakang pemrograman.
- b) Jumlah peserta tidak sesuai dengan yang diharapkan sejumlah 20 orang mahasiswa dari yang mendaftar sebanyak 30 orang, tetapi hanya 16 orang. Hal ini terjadi, karena dimungkinkan karena pelaksanaan pelatihan dilaksanakan di bulan Agustus dimana sebagian besar mahasiswa sedang libur akhir semester dan sebagian lagi sedang mengikuti KKN atau PLP. Tetapi menurut kami jumlah 16 orang dipandang masih memenuhi syarat dan pelatihan tetap dilakukan.
- c) Materi pelatihan yang diberikan dipandang sesuai dengan kebutuhan pelatihan, yaitu membekali peserta agar dapat mengembangkan aplikasi pemasaran *online* berbasis android. Dengan pengemasan materi pelatihan agar dapat diserap oleh mahasiswa yang awam sekalipun terhadap pemrograman, maka materi yang diberikan dapat dengan mudah diterima oleh peserta.
- d) Rata-rata peserta tertarik untuk berwirausaha menggunakan aplikasi pemasaran *online* berbasis android, tetapi sebagian besar peserta adalah pemula dalam bidang pemasaran, sehingga perlu waktu untuk mulai berwirausaha apalagi berbasis android.

4) Tindak Lanjut

Kegiatan yang masih dilakukan dalam PkM kewirausahaan ini, yaitu:

- a) Melakukan pembimbingan peserta yang ditugaskan untuk mengembangkan aplikasi pemasaran *online* berbasis android.
- b) Melakukan pendaftaran akun ke *play store* untuk menyimpan aplikasi yang sudah dikembangkan agar dapat

dipakai oleh peserta

- c) Mendokumentasikan aplikasi yang dibuat oleh peserta.
- d) Menyebarluaskan hasil pengembangan kepada peserta lain yang tidak melakukan pembimbingan.
- e) Mengawal peserta yang ditugaskan untuk mengembangkan aplikasi agar memanfaatkan aplikasi yang sudah dikembangkan untuk dipergunakan berjalan *online*.

5) Kendala yang Dihadapi

Kendala yang dihadapi dalam melaksanakan PkM kewirausahaan ini sebagai berikut:

- 1) Kendala dalam menjaring peserta yang dapat mewakili seluruh Departemen/program studi yang ada, apalagi waktu pelaksanaan pelatihan dilakukan pada saat liburan panjang
- 2) Dalam menentukan calon instruktur dari ahli *e-commerce* dan praktisi pemasaran *online*.
- 3) Dalam menentukan waktu pelaksanaan pelatihan PkM kewirausahaan, apakah pada saat perkuliahan berlangsung atau pada saat liburan semester.
- 4) Keterbatasan dana dan biaya penyelenggaraan PPM untuk keperluan penggandaan buku pedoman.

6) Cara Mengatasi Masalah

- a. Untuk mengatasi masalah dalam menjaring peserta agar dapat mewakili semua prodi/Departemen yang ada di UPI, sudah dilakukan proses pendaftaran peserta secara terbuka dan meluas. Form pendaftaran di ekspos melalui median sosial Facebook dan bisa dibuka oleh siapa saja. Selain itu juga dilakukan penyebaran flyer di semua majalah dinding/papan pengumuman di tiap fakultas.
- b. Untuk mengatasi masalah dalam menentukan instruktur ahli, dilakukan kontak ke sejumlah ahli dan praktisi yang ada, baik dari bukalapam.com, olx.com, tokoonline.com, dan beberapa praktisi pemasaran *online* lainnya. Akhirnya ada instruktur

praktisi dan ahli yang berhasil dan bersedia menjadi nara sumber dalam kegiatan pelatihan ini.

- c. Mengatasi masalah waktu pelaksanaan, dilakukan dengan memilih pada saat libur semester mengingat ketersediaan laboratorium yang akan digunakan. Dikhawatirkan, jika PkM dilakukan pada masa perkuliahan laboratorium dipakai oleh praktikum perkuliahan.
 - d. Mengatasi keterbatasan dana yang ada disiasati dengan mengurangi pos-pos pengeluaran yang dipandang tidak perlu.
- 7) **Faktor Pendorong.**

Selama kegiatan pelatihan ini berlangsung beberapa faktor yang mendukung atas terlaksananya kegiatan ini adalah:

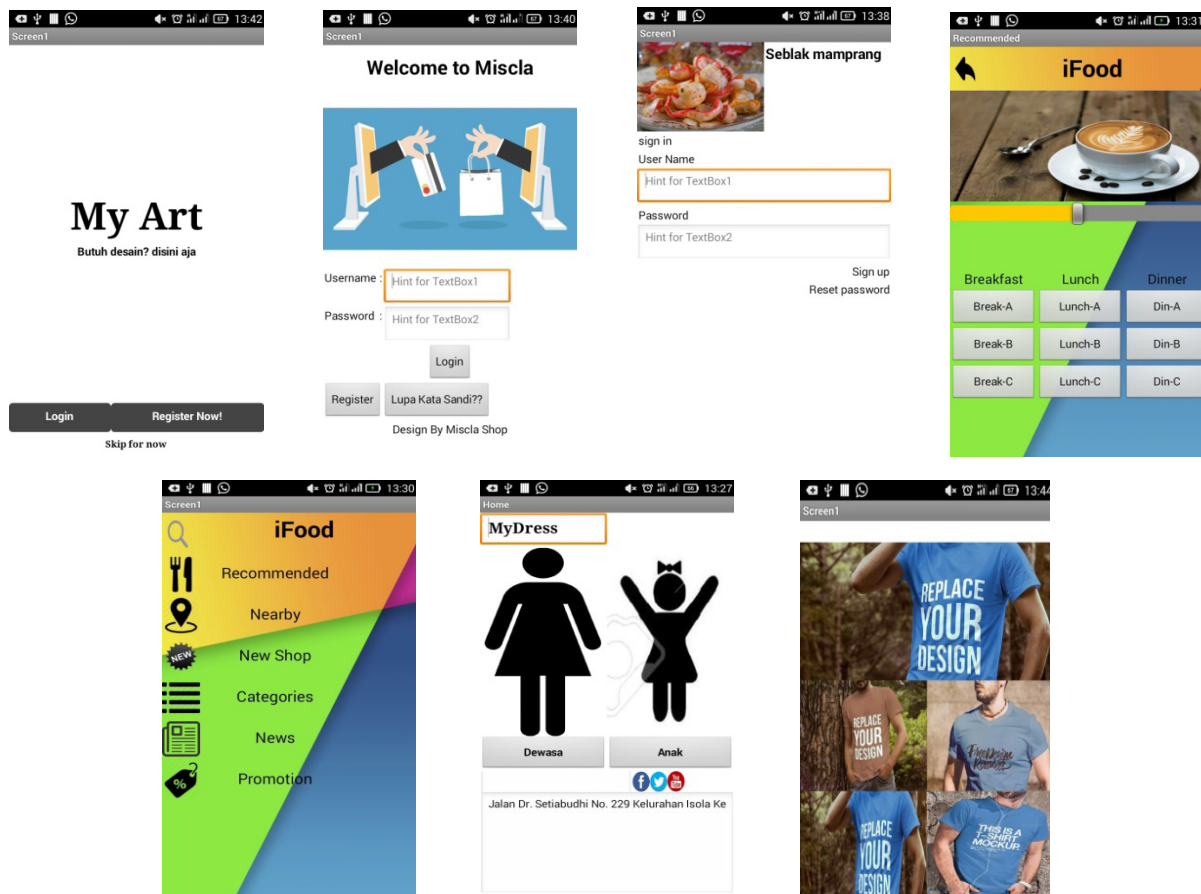
- 1) Dukungan dari Jurusan Pendidikan Teknik Mesin FPTK UPI dalam proses perizinan pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat.
- 2) Dukungan tenaga pendukung, yaitu mahasiswa prodi ilmu komputer UPI yang bersedia menjadi asisten

pelatihan dan membantu operasional pelaksanaan PkM kewirausahaan ini.

- 3) Tingkat kesadaran peserta untuk menambah wawasan dalam pemasaran *online* berkelanjutan.
- 4) Pada hakekatnya model pelatihan semacam ini cukup diminati oleh mahasiswa terutama mahasiswa ilkom dan pendikom, tetapi agar perwakilan peserta merata, maka kami membatasi peserta dari mereka karena alokasi peserta hanya 20 orang.
- 5) Tingkat kedisiplinan peserta dalam mengikuti kegiatan ini cukup tinggi, hal ini terlihat dari tingkat kehadiran peserta antusias dan cukup tinggi
- 6) Adanya kesadaran yang tinggi dari para peserta tentang manfaat pengetahuan pemasaran *online* berbasis android iniebagai bekal mencari pekerjaan dan bekal kelangsungan kehidupannya.
- 7) Keterlibatan dan dukungan pimpinan lembaga selama kegiatan cukup tinggi.



Foto-foto kegiatan pelatihan pembuatan aplikasi pemasaran berbasis android



Tampilan aplikasi awal yang dibuat

KESIMPULAN

Berdasarkan kepada hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Peserta pelatihan antusias dalam mengikuti pelatihan pembuatan aplikasi pemasaran *online* berbasis android, apalagi dengan didatangkannya praktisi penjualan *online* dan praktisi ecommerce.
- 2) Mereka tampak tidak mengalami kesulitan dalam membuat aplikasi, sekalipun mereka belum memiliki latar belakang pemrograman, karena aplikasi yang digunakan dirancang sedemikian ruap menggunakan template yang mudah dibuat.
- 3) Pembimbingan lanjutan pembuatan aplikasi dapat diikuti oleh beberapa orang peserta yang terpilih.
- 4) Pemanfaatan aplikasi yang dikembangkan perlu ditindaklanjuti dengan pelatihan lanjutan, agar mereka lebih fokus dalam berwirausaha secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Januri, B.M. Dkk. 2008. e-Commerce dan Standar- Standar Dalam e-Commerce. <http://wilis.himatif.or.id/.../ecommerce%20dan%20standarstandar%20dalam%20ecommerce.doc>. Diakses tanggal 8 Februari 2010.
- Munawar, Kholil. 2009. E-commerce. <http://staff.uns.ac.id>.
- Nugroho, Adi (2006). e-Commerce Memahami Perdagangan Moderen di Dunia Maya. Informatika: Jakarta
- Suyanto M, 2003, Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia, Andi, Yogyakarta.

BIODATA

Dr. Dedi Rohendi, MT.,

Dosen DPTK FPTK UPI, Departemen Pendidikan Ilkom FPMIPA UPI, dan PTK SPs Universitas Pendidikan Indonesia.

Drs. Heri Sutarno, MT.

Dosen Departemen Pendidikan Ilkom

FPMIPA Universitas Pendidikan Indonesia.

Drs. Enda Permana, M.Eng.,
Dosen DPTK FPTK Universitas Pendidikan
Indonesia.

Yaya Wihardi, S.Kom., M.Kom.,
Dosen Departemen Pendidikan Ilkom
FPMIPA Universitas Pendidikan Indonesia.