

PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN *DIRECT INSTRUCTION* TERHADAP HASIL BELAJAR PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* DI LEMBAGA PELATIHAN KETENAGAKERJAAN PT ABC

Kurniawan¹ Amri Yanuar², Febriani Sulistyaningsih³

^{1,2,3}Jurusan Sains Terapan Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Email: kurniawan@gmail.com

Abstrak: Pentingnya peran lembaga pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan. Kemampuan yang dikenal juga sebagai kompetensi pekerjaan adalah hal yang harus dimiliki oleh setiap individu. Ini mencakup keterampilan, pengetahuan, dan sikap kerja. Kompetensi kerja terdiri dari *hardskill* dan *softskill*. *Hardskill* terkait dengan kemampuan dalam aspek kognitif dan keahlian khusus berdasarkan disiplin ilmu tertentu, sementara *softskill* merujuk pada perilaku interpersonal yang diperlukan untuk mengembangkan dan mengoptimalkan kinerja. Meningkatkan *hardskill* dan *softskill*, individu memiliki peluang yang lebih besar untuk mengembangkan pengetahuan dan keahliannya, yang pada akhirnya dapat membawa keberhasilan dan kesuksesan di masa depan. Tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini ialah guna mengetahui pengaruh hasil belajar pelatihan *digital marketing* peserta didik LPK PT ABC dengan menggunakan model pengajaran langsung (*Direct instruction/DI*). Penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode statistik dimana metode statistik digunakan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel dan memberikan pemahaman tentang apakah suatu variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel lainnya. Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi lembaga pelatihan ketenagakerjaan PT ABC dan instansi terkait, seperti dinas ketenagakerjaan Kota Tangerang, karena menyediakan informasi yang dapat digunakan dalam pengembangan program pelatihan di masa depan. Selain itu, temuan ini juga mendukung gagasan bahwa pendekatan model pembelajaran *direct instruction* memiliki aplikabilitas yang luas dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta dalam berbagai konteks pembelajaran.

Kata Kunci : Pengaruh, Model Pembelajaran, *Direct instruction*

PENDAHULUAN

Konteks kompetensi kerja yang mencakup *hardskill* dan *softskill* memainkan peran penting dalam kesuksesan individu. *Hardskill* dalam mencakup pemahaman mendalam tentang algoritma mesin pencari, analisis data pengoptimalan situs web, dan kemampuan manajemen kampanye iklan online. Sementara itu, *softskill* yang diperlukan termasuk kemampuan komunikasi yang efektif, kreativitas dalam strategi pemasaran, kepemimpinan dalam mengkoordinasikan tim, dan adaptabilitas terhadap perubahan tren digital.

Salah satu *hardskill* dan *softskill* yang perlu di latih dalam perubahan tren digital adalah *digital marketing*. Pelatihan *Digital Marketing* ini ditujukan untuk berbagai kelompok orang yang tertarik untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang pemasaran *digital*. ada beberapa latar belakang seseorang yang mengikuti kegiatan pelatihan *digital marketing* diantaranya yaitu mahasiswa dan *fresh graduate* karena pelatihan ini mampu meningkatkan pengetahuan mereka dalam pemasaran digital sebelum memasuki dunia kerja, selain itu juga terdapat pengusaha dan wirausahawan hal ini sangat relevan bagi para pengusaha dan wirausahawan yang ingin

memanfaatkan potensi pemasaran digital untuk mengembangkan bisnis mereka. bahkan pelatihan *digital marketing* ini sangat cocok untuk seseorang yang belum memiliki pekerjaan bahkan tidak dibatasi oleh tingkat pendidikan seseorang tersebut karena pelatihan *digital marketing* ini bertujuan untuk menambahkan pengetahuan seseorang dalam ilmu berwirausaha secara digital.

Konteks pelatihan digital marketing yang berfokus pada pengembangan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital, pelatihan *digital marketing* penelitian dilakukan pada PT ABC dimana Perusahaan ini memiliki anak perusahaan dimana anak perusahaan PT ABC ini merupakan perusahaan yang beroperasi dalam bidang kepelatihan ketenagakerjaan. Berdasarkan kerangka materi yang telah ditetapkan oleh PT ABC pada pelatihan *digital marketing* peserta didik dituntut untuk mampu mengimplementasikan bagaimana cara berjualan pada *marketplace* mulai dari membuat toko hingga mengoperasikan toko tersebut supaya berjalan. Penelitian ini dilakukan pada pelatihan *digital marketing* yang dilakukan pada bulan April 2023 yang diikuti oleh 31 orang peserta didik.

Hasil *pretest* dari pelatihan *digital marketing* terungkap beberapa permasalahan yang dapat menjadi fokus perbaikan bagi peserta. Permasalahan yang umum ditemui adalah kurangnya pemahaman tentang konsep dasar *digital marketing*, kesulitan dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial, serta kurangnya keterampilan dalam menganalisis data dan mengukur kinerja kampanye digital. Berikut adalah tabel 1.1 terkait hasil *pretest* dari pelatihan *digital marketing* pada lembaga pelatihan ketenagakerjaan PT ABC yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data Pretest Peserta Didik Pelatihan Digital Marketing

No	Peserta Didik	Score	Predikat	Presentase Kelulusan
1	A	70 / 100	Lulus	70%
2	B	80 / 100	Lulus	100%
3	C	80 / 100	Lulus	80%
4	D	60 / 100	Tidak Lulus	60%
5	E	50 / 100	Tidak Lulus	50%
6	F	70 / 100	Lulus	70%
7	G	60 / 100	Tidak Lulus	60%
8	H	70 / 100	Lulus	70%
9	I	40 / 100	Tidak Lulus	40%
10	J	50 / 100	Tidak Lulus	50%
11	K	70 / 100	Lulus	70%
12	L	50 / 100	Tidak Lulus	50%
13	M	80 / 100	Lulus	100%
14	N	50 / 100	Tidak Lulus	50%
15	O	60 / 100	Tidak Lulus	60%
16	P	60 / 100	Tidak Lulus	60%
17	Q	60 / 100	Tidak Lulus	60%
18	R	80 / 100	Lulus	80%
19	S	80 / 100	Lulus	80%
20	T	30 / 100	Tidak Lulus	30%
21	U	30 / 100	Tidak Lulus	30%
22	V	70 / 100	Lulus	70%
23	W	80 / 100	Lulus	80%
24	X	60 / 100	Tidak Lulus	60%
25	Y	40 / 100	Tidak Lulus	40%
26	Z	60 / 100	Tidak Lulus	60%
27	AA	60 / 100	Tidak Lulus	60%
28	BB	70 / 100	Lulus	70%
29	CC	50 / 100	Tidak Lulus	50%
30	DD	70 / 100	Lulus	70%
31	EE	90 / 100	Lulus	90%

Data tersebut menunjukkan bahwa terdapat peserta didik yang masih belum memahami hal dasar mengenai *digital marketing* dimana pada *pretest* ini peserta didik diberikan beberapa pertanyaan hal dasar terkait *marketplace*, analisis SWOT, media sosial tidak sedikit peserta didik yang tidak begitu mengetahui terkait hal dasar pada *digital marketing*. Terlihat pada data diatas dari total 31 peserta didik terdapat 16 peserta didik yang tidak memenuhi nilai minimum kelulusan dalam pelatihan. Data tersebut peserta didik diwajibkan mencapai minimal nilai sebesar 70 dari 100. Mengatasi hal tersebut Lembaga pelatihan LPK PT ABC perlu menerapkan model pembelajaran yang tepat, seperti apa yang telah diterapkan model pembelajaran yang digunakan merupakan model pembelajaran langsung (DI)

Penelitian diatas menjadi sebuah saran yang baik bagi LPK PT ABC terhadap Pelatihan digital marketing ini yang menjadi harapan pada pelatihan digital marketing terhadap peserta didik ini adalah bisa mengoperasikan *marketplace* selain itu juga bisa melakukan sebuah pemasaran melalui *digital marketing* hal tersebut merupakan output dari pelatihan *digital marketing* ini. Kelulusan dalam pelatihan *digital marketing* ini didapatkan dari hasil test yang dilakukan setelah pelatihan sudah selesai dilaksanakan, Test ini dinamakan test *Postest*, test ini memiliki nilai minimum dari (0-100) dimana nilai pelatihan ini harus dapat menyentuh nilai 70 untuk mencapai target sebuah kelulusan.

METHODE PENELITIAN

1. Metode yang Digunakan

Menurut Sugiyono, (2022), metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode statistik dimana metode statistik digunakan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel dan memberikan pemahaman tentang apakah suatu variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel lainnya.

Menurut definisi metode penelitian diatas. Metode statistik dalam penelitian ini digunakan untuk menguji hubungan antara model pembelajaran terhadap hasil belajar dari pelatihan *digital marketing* ini memiliki pengaruh atau tidak.

2. Desain Penelitian

Metode yang sudah ditentukan peneliti perlu menentukan desain penelitian. Desain penelitian merupakan sebuah rancangan bagaimana suatu penelitian akan dilakukan dimana rancangan tersebut akan digunakan untuk mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang dirumuskan. Desain penelitian dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut

1. Studi Pendahuluan

Pada tahap ini peneliti mengawali dengan melakukan penelitian terlebih dahulu, peneliti akan melaksanakan pengamatan ditempat yang akan dijadikan penelitian. Pengamatan ini dilaksanakan melalui kegiatan internship di PT ABC pada pelaksanaan pelatihan *digital marketing* dengan pengamatan secara langsung.

2. Studi Lapangan

Tahap ini dilakukan secara langsung ke lapangan dengan mengamati alur proses pelatihan *digital marketing* secara langsung terhadap kegiatan pelatihan yang

didalamnya terdapat kegiatan *pretest*, *treatment*, *posttest*, pelatihan ini pun pelaksanaannya menggunakan model pembelajaran *direct instruction*.

3. Studi kepustakaan

Studi putaka berisi referensi untuk menudukung penelitian. Studi dijadikan sebagai dasar bagi peneliti untuk mendukung penulisan. studi pustaka dalam penelitian ini memperoleh berupa literatur, teori dan informasi beberapa penelitian terdahulu untuk diolah sehingga dapat diharapkan menjadi bahan untuk pembelajaran yang berkaitan dengan masalah yang akan diiteliti oleh peneliti.

4. Identifikasi masalah

Identifikasi masalah yang terjadi selama proses pelatihan *digital marketing* dimana selama pelatihan terdapat banyaknya peserta didik yang belum memahami pengetahuan terkait *digital marketing* sebelum diberikannya *treatment* atau pelatihan.

5. Rumusan masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini ialah berupa sejauh mana peserta didik mengetahui pemahaman terkait *digital marketing*, pada penelitian ini model pembelajaran *direct instruction* sejauh mana memberikan pengaruh terhadap nilai hasil belajar peserta didik setelah diberikan *treatment* atau pelatihan.

6. Tujuan penelitian

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini tentunya mengacu pada jawaban pada rumusan masalah yaitu ingin mengiukur apakah model pembelajaran *direct instruction* pada pelatihan *digital marketing* ini berpengaruh terhadap hasil belajar dari peserta didik setelah diberikannya *treatment* oleh pengajar pada pelatihan.

7. Menentukan variabel

Penelitian ini memiliki variabel terhadap didalam pengujian pengaruh model pembelajaran *direct instruction* terhadap hasil belajar peserta didik dimana yang menjadi variabel bebas adalah model pembelajaran *direct instruction* dan yang menjadi variabel terikat ialah hasil belajar yang menfokuskan pada penilaian terhadap ranah kognitif atau pengetahuan peserta didik terkait *digital marketing*.

8. Pengumpulan data

Pengumpulan data ini tentunya menggunakan sebuah metode pre-eksperimental dimana menggunakan *one group pretest-posttest design* metode pengumpulan data ini digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan hasil tes yang diberikan kepada peserta didik pelatihan .

9. Pengolahan data

Pengolahan data bisa dilakukan apabila pengumpulan data telah selesai dilakukan. Hasil pengumpulan data berupa data primer yaitu data peserta didik dan nilai hasil belajar yang nantinya akan diolah menggunakan metode statistik.

10. Pembahasan

Pembahasan akan dijabarkan oleh penelti terhadap hasil data yang telah diolah, sehingga dari hasil pengolahan data tersebut diharapkan mampu memberikan bantuan berupa penilaian terhadap implementasi model pembelajaran *direct instruction* pada pelatihan *digital marketing* yang sudah berjalan.

11. Kesimpulan dan saran

Kesimpulan serta saran pada hasil penelitian berisikan output dari adanya penelitian terhadap pengaruh model pembelajaran *direct instruction* terhadap hasil belajar peserta didik pada pelatihan selain kesimpulan terdapat juga saran peneliti sebagai masukan terhadap perusahaan terhadap penerapan model pembelajaran *direct instruction* yang telah diterapkan.

3. Operasional Variabel

Sugiyono (2010) menyatakan bahwa variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala bentuk yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari guna mendapatkan informasi tentang suatu hal, kemudian dari data yang diperoleh, kesimpulan dapat diambil. Kelinger berpendapat bahwa variabel adalah konstruk atau sifat yang akan menjadi objek penelitian, sehingga berfungsi sebagai representasi nyata dari konsep abstrak (Purwanto, 2019).

Selain dari pengertian dari sugiyono (2010) terdapat definisi lain dari terkait operasional variabel. Definisi operasional adalah penjelasan yang diberikan untuk setiap variabel dengan cara memberikan makna (dalam bentuk operasional) yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Suganjar & Hermawati, 2020).

4. Populasi dan Sampel

Berdasarkan penelitian yang diangkat berikut merupakan populasi dan sampel pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

A. Populasi

Populasi merupakan seluruh obyek penelitian yang meliputi manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa yang memiliki ciri-ciri tertentu dalam suatu penelitian. Fungsi dari populasi adalah untuk memungkinkan penentuan ukuran sampel yang diambil dari populasi tersebut dan membatasi wilayah generalisasi penelitian (Purwanza, dkk., 2022). Populasi penelitian ini yaitu peserta didik pelatihan *digital marketing* pada lembaga pelatihan ketenagakerjaan PT ABC.

B. Sampel

Menurut (Delice, 2010) dalam (Firmansyah & Dede, 2022) Sampling adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk secara sistematis memilih sebagian kecil (subset) item atau individu dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya, dengan tujuan menjadikan mereka sebagai subjek (sumber data) untuk observasi atau eksperimen sesuai dengan maksud studi. Penelitian ini menggunakan seluruh anggota populasi sebanyak 31 peserta didik dijadikan sampel dengan kata lain penelitian ini menggunakan sampel jenuh atau sensus dikarenakan sampel yang digunakan adalah seluruh anggota yang terdapat pada populasi. Sampel jenuh sendiri memiliki definisi bahwa sensus merupakan metode pengambilan sampel di mana seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel (Dzulhidayat, 2022).

5. Sumber dan Cara Penentuan Data / Informasi

Berikut merupakan sumber dan cara penentuan data atau informasi yang dilakukan selama penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Objek Penelitian

Objek penelitian sendiri adalah salah satu faktor yang tidak dapat dipisahkan dari suatu penelitian. Objek penelitian adalah sumber diperolehnya data dari penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan objek penelitian yang telah dilaksanakan:

Nama Perusahaan : PT ABC – Lembaga pelatihan ketenagakerjaan PT ABC

Alamat : GWR, Lt. UG Jl. MH. Thamrin Km 2,7, RT.007/RW.001, Panunggangan Utara, Kec. Pinang, Kota Tangerang, Banten 15143.

Telp. : (021) 50835035

b. Sumber Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara Sugiyono (2019:137) dalam (Artika & Shara, 2021). Bila dilihat dari sumbernya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer pada penelitian ini adalah hasil nilai belajar *pretest* dan *posttest*.

c. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2103: 224) dalam (Gatot Margisal Utomo & Daru Cahyono, 2020) teknik pengumpulan data merupakan langkah awal yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data. Penggunaan Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Tes

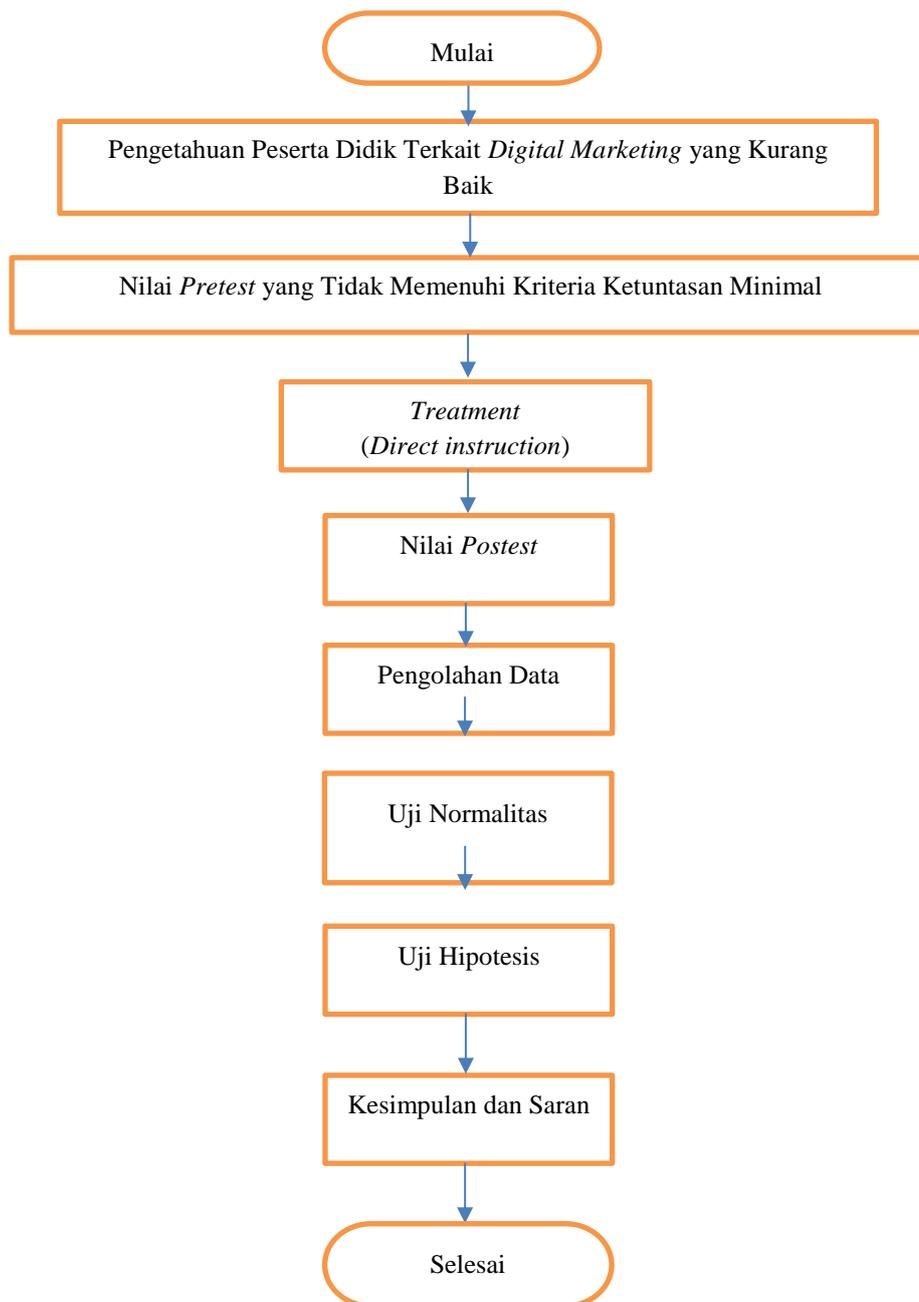
Tes adalah suatu sarana yang berisikan serangkaian pertanyaan yang harus dijawab atau perintah yang harus dilaksanakan guna mendapatkan gambaran tentang kemampuan siswa atau sekelompok siswa (Paris, dkk., 2021). Tes bertujuan untuk mengukur pengetahuan yang dimiliki siswa terkait dengan ranah kognitif di bidang *digital marketing* dengan menggunakan pendekatan pembelajaran *direct instruction*. Tes ini dilakukan sebanyak 2 kali tes dimana dilakukannya tes sebelum *treatment* yaitu *pretest* dan tes setelah *treatment* yaitu *posttest* masing-masing tes tersebut diberikan sebanyak 10 soal di setiap tes nya. Skala pengukuran pada tes ini menggunakan skala rasio dengan nilai tertinggi sebanyak 100 dari 10 soal dengan kriteria ketuntasan minimal 70 atau 7 soal.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan analisis teoritis yang dilakukan dengan menyelidiki dan membaca kembali beberapa referensi ilmiah (Sugiono, 2012) dalam (Isnaeni, dkk., 2020). Sumber data yang digunakan adalah literatur-literatur yang relevan seperti buku, jurnal, atau artikel ilmiah yang berhubungan dengan topik yang telah dipilih.

d. Rancangan Analisis

Rancangan analisis tahapan yang menjelaskan terkait proses pemecahana masalah menggunakan metode statistik mulai dari pengumpulan data dan pengolahan data hingga kesimpulan penelitian yang dilakukan. Adapun rancangan analisis yang dilakukan peneliti, terlihat dalam gambar 3.2 dibawah ini:



Sumber: Peneliti, 2023

Berdasarkan gambar 1 maka dapat dideskripsikan proses dalam melaksanakan rancangan analisis sebagai berikut:

1. Menemukan fenomena atau rumusan masalah
Fenomena atau rumusan masalah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kurangnya pengetahuan peserta didik terhadap *digital marketing* hal ini diketahui dari para peserta didik yang berminat untuk mengikuti pelatihan *digital marketing* dimana peserta didik mengikuti pelatihan guna menambahkan pengetahuan terkait *digital marketing*.
2. Hal yang ditimbulkan dari fenomena
Hal yang timbul ketika para peserta didik tidak memiliki pengetahuan yang cukup banyak terkait *digital marketing* ialah pada saat pelatihan peserta didik diberikan berupa *pretest* terkait *digital marketing* dimana pada saat tes peserta didik tidak sedikit yang tidak memenuhi kriteria ketuntasan minimal pada *pretest*.
3. Solusi yang dihadirkan
Pelatihan *digital marketing* ini memberikan solusi dengan memberikan *treatment* kepada peserta didik melalui model pembelajaran *direct instruction* atau pembelajaran secara langsung guna meningkatkan pengetahuan dan meningkatkan hasil belajar peserta didik pada pelatihan *digital marketing*.
4. Pengumpulan data
Peneliti mengumpulkan data berupa data *posttest* yang sudah dilakukan oleh peserta didik setelah dilakukannya *treatment* terhadap mereka terkait materi *digital marketing*.
5. Pengolahan data
Pada penelitian ini pengolahan data menggunakan metode statistik dimana melakukan uji normalitas. Hal ini digunakan untuk mengetahui data dari masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak.
6. Uji Normalitas
Sampel akan distandardisasi dan dibandingkan dengan distribusi normal standar dengan memperkirakan mean dan variasi dari distribusi referensi yang sama. Berikut merupakan hipotesis yang diajukan dari uji kolmogorov-smirnov yaitu sebagai berikut:

H_0 : $f(X) = \text{normal}$

H_1 : $f(X) \neq \text{tidak normal}$

Langkah-langkah dari uji Kolmogorov-smirnov adalah:

- 1) Menentukan rata-rata dan standar deviasi data
- 2) Menyusun data dimulai dari yang terkecil diikuti dengan frekuensi masing-masing frekuensi kumulatif (F) dari masing-masing skor. Nilai Z ditentukan rumus:

$$Z \text{ skor} = \frac{X - \bar{X}}{\sigma} \quad (3.1)$$

Dimana:

\bar{X} : rata-rata

σ : simpangan baku

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(x_1 - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

- 3) Tentukan probabilitas dibawah nilai Z yang dapat dilihat pada table Z ($P \leq Z$)

- 4) Tentukan nilai selisih masing-masing baris $F / n = Fz$ dengan $P \leq Z$ (nilai a_2) dan selisih masing-masing f / n dengan a_2 (nilai a_1)
- 5) Selanjutnya bandingkan nilai tertinggi dari a_1 dengan tabel Kolmogorov Smirnov
- 6) Selanjutnya kriteria pengujian adalah:
 - Terima H_0 jika $a_1 maks \leq D_{tabel}$
 - Tolak H_0 jika $a_1 maks > D_{tabel}$

Menguji normalitas menggunakan rumus *Kolmogorov Smirnov* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Penggunaan rumus tersebut guna mengetahui apakah distribusi frekuensi masing-masing variabel normal atau tidak dapat dilihat dari nilai Asymp.Sig. Dasar dalam pengambilan keputusan uji normalitas menurut abs yaitu:

- a) Jika sig (signifikansi) $< 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal.
- b) Jika sig (signifikansi) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

7. Uji hipotesis

Tujuan penelitian adalah membandingkan hasil pengukuran sebelum dan sesudah perlakuan yang telah diberikan pada peserta didik. Analisis statistik yang digunakan yaitu dengan menggunakan uji-t (*t-test*) berpasangan dengan cara mengikuti data hasil *pretest* dan *posttest*.

Adapun Langkah-langkah dalam menganalisis data, yaitu sebagai berikut:

- 1) Mencari mean dari difference

$$M_D = \frac{\sum D}{N} \quad (3.3)$$

- 2) Mencari deviasi standard dari *difference*

$$SE_{MD} = \frac{SD_D}{\sqrt{N-1}} \quad (3.4)$$

- 3) Mencari standar error dari mean of difference

$$SE_{MD} = \sqrt{\frac{\sum D^2}{N} - \left(\frac{\sum D}{N}\right)^2} \quad (3.5)$$

- 4) Menghitung perbedaan rata-rata uji-t dengan rumus:

$$t_0 = \frac{M_D}{SD_{MD}} \quad (3.6)$$

- 5) $Df = N-1$

Keterangan:

M_D : *Mean of difference* (nilai rata-rata hitung dari selisih antara skor *pretest* dan skor *posttest*)

$\sum D$: Jumlah beda/selisih antara skor *pretest* dan skor *posttest*

N : *Number of Case* (Jumlah subjek yang diteliti)

SE_{MD} : *Standard Error* (Standar kesesatan dari *mean of difference*)

SD_D : Deviasi standar dari perbedaan antara *score pretest* dan *score posttest*

Df : Derajat kebebasan / *Degree of Freedom*

Apabila t hitung (t_0) besar nilainya dari table (t_t) dengan taraf signifikansi 5%, maka hipotesis nihil (h_0) ditolak dan hipotesis alternatif (h_a) diterima, artinya efektivitas penggunaan model pembelajaran *direct instruction* dapat meningkatkan hasil belajar peserta didik terhadap pelatihan *digital marketing*, tetapi apabila t hitung (t_0) kecil nilainya dari t tabel (t_t) dengan taraf signifikansi

5%, maka hipotesis nihil (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak, artinya efektivitas penggunaan model pembelajaran *direct instruction* tidak dapat meningkatkan hasil belajar peserta didik dalam pelatihan *digital marketing*.

HASIL PENELITIAN

1. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pengumpulan dan Pengolahan Data" membahas tentang bagaimana data dikumpulkan, disusun, dan diolah untuk mendukung tujuan tertentu, seperti analisis, pengambilan keputusan, atau penelitian. Berikut merupakan pembahasan terkait pengumpulan data serta pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini.

a. Pengumpulan Data

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Pre Experimental Design. Penelitian ini berfokus pada satu kelompok, yaitu kelompok eksperimen yang menerima pengajaran melalui model pembelajaran Direct Instruction. Secara esensial, penelitian ini merupakan upaya pencarian yang berdasarkan metodenya. Karena itu, pemilihan metode yang sesuai menjadi krusial untuk mencapai tujuan penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pre Experimental Design dengan skema one group pretest-posttest. Dalam desain eksperimen ini, pendekatan One Group Pre-Test diterapkan, di mana pengamatan dilakukan dua kali sebelum eksperimen dilaksanakan (Pre Test) dan setelah eksperimen selesai (Post Test). Sampel penelitian diambil dari keseluruhan peserta pelatihan digital marketing sebanyak 31 peserta didik di lembaga pelatihan ketenagakerjaan PT ABC yang diadakan pada bulan April 2023.

Berikut merupakan data yang akan diukur dalam penelitian *one group pretest-posttest* adalah sebagai berikut:

1. Deskripsi data pretest

Penelitian eksperimen ini bertujuan untuk mengetahui sebab dan akibat dari sebelum dan sesudah perlakuan. Sebelum adanya perlakuan dalam pengumpulan data ini dinamakan data pretest, data ini didapatkan setelah para peserta didik melakukan test sebelum pelatihan didapatkan oleh para peserta didik. Berikut merupakan data pretest pada pelatihan digital marketing di lembaga pelatihan ketenagakerjaan PT ABC sebagai berikut :

Tabel 1 Data Pretest Peserta Didik Pelatihan Digital Marketing

No	Peserta Didik	Score
1	A	70 / 100
2	B	80 / 100
3	C	80 / 100
4	D	60 / 100
5	E	50 / 100
6	F	70 / 100
7	G	60 / 100
8	H	70 / 100
9	I	40 / 100
10	J	50 / 100
11	K	70 / 100
12	L	50 / 100
13	M	80 / 100
14	N	50 / 100
15	O	60 / 100
16	P	60 / 100
17	Q	60 / 100
18	R	80 / 100
19	S	80 / 100
20	T	30 / 100
21	U	30 / 100
22	V	70 / 100
23	W	80 / 100
24	X	60 / 100
25	Y	40 / 100
26	Z	60 / 100
27	AA	60 / 100
28	BB	70 / 100
29	CC	50 / 100
30	DD	70 / 100
31	EE	90 / 100

Sumber: Penulis, 2023

2. Deskripsi Data Postest

3. Penelitian *one group pretest-postest* selain dari data pretest terdapat data postest data ini merupakan nilai yang didapatkan setelah dilakukannya treatment atau pelatihan digital marketing yang dilakukan selama 3 hari. Hari terakhir tersebut dilakukan kegiatan postest dengan pertanyaan sama dengan pretest. Nilai postest pada penelitian ini sebanyak 31 sampel sama halnya dengan banyaknya sampel pretest karena sampel penelitian ini menggunakan sampel yang sama. Berikut merupakan data postest pelatihan digital marketing di lembaga pelatihan ketenagakerjaan PT ABC ya

No	Peserta Didik	Score
1	A	80 / 100
2	B	70 / 100
3	C	80 / 100
4	D	70 / 100
5	E	60 / 100
6	F	70 / 100
7	G	60 / 100
8	H	50 / 100
9	I	80 / 100
10	J	40 / 100
11	K	80 / 100
12	L	90 / 100
13	M	80 / 100
14	N	60 / 100
15	O	40 / 100
16	P	60 / 100
17	Q	50 / 100
18	R	80 / 100
19	S	70 / 100
20	T	60 / 100
21	U	70 / 100
22	V	70 / 100
23	W	90 / 100
24	X	60 / 100
25	Y	50 / 100
26	Z	70 / 100
27	AA	70 / 100
28	BB	50 / 100
29	CC	80 / 100
30	DD	90 / 100
31	EE	100 / 100

Tabel 4. 2 Data postest Peserta didik Pelatihan Digital Marketing

Sumber: Penulis, 2023

Gambar 2 merupakan data nilai pretest dari peserta didik dimana nilai tersebut merupakan nilai yang didapatkan dari pemberian soal tes pretest yang dilakukan setelah pemberian treatment. Pengolahan data pretest ini nantinya akan dibandingkan dengan nilai pretest yang dilakukan sebelum pemberian pelatihan digital marketing terhadap peserta didik.

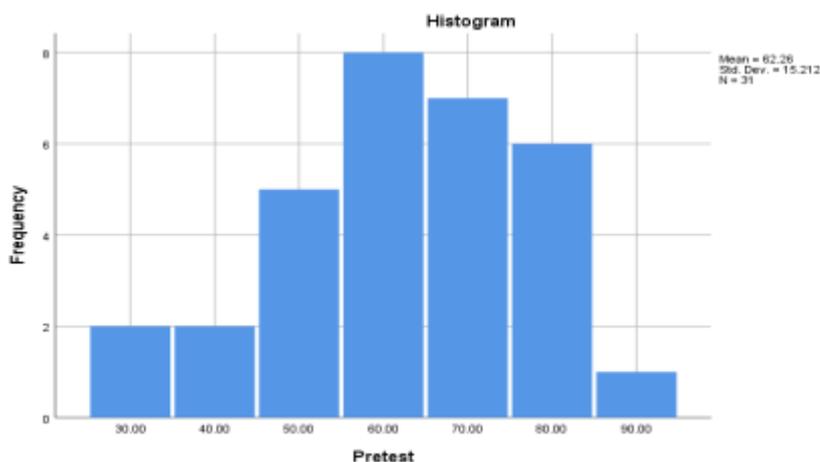
4. Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini terdapat 2 pengujian yaitu uji normalitas dan uji hipotesis. Pengujian ini akan memberikan penyajian terkait pengujian diikuti dengan hasil dari pengujian.

A. Uji Normalitas

Uji distribusi normalitas digunakan untuk penilaian apakah sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel berdistribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas pada penelitian ini digunakan sebagai syarat untuk penggunaan statistik parametrik yaitu uji t berpasangan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kolmogorov smirnov dengan sampel sebanyak 31 peserta didik. Data dikatakan berdistribusi normal apabila histogram yang dihasilkan membentuk lonceng simetris antara sisi kanan dan sisi kiri. Berikut histogram berdasarkan data nilai pretest dan postest dalam pelatihan digital marketing terhadap peserta didik yaitu sebagai berikut:

1. Pretest



Gambar 4.1 menjelaskan bahwa beberapa frekuensi dari beberapa nilai yang didapatkan oleh peserta didik. Histogram tersebut menunjukkan bahwa data pretest menunjukkan bahwa data berdistribusi normal karena histogram memperlihatkan terbentuknya lonceng simetris antara sisi kanan dan sisi kiri.

Kriteria pengujian H_0 yaitu sebaran data tidak menyimpang dari distribusi normal data berdistribusi tidak normal jika $\text{sig.} \leq \alpha 0.05$ sebaliknya data berdistribusi normal jika $\text{sig.} \geq \alpha 0.05$. Pengolahan data uji normalitas kolmogorov Smirnov ini diolah menggunakan software SPSS dengan memasukkan data pretest tersebut kedalam pemrosesan software SPSS sehingga menghasilkan nilai sebagai berikut:

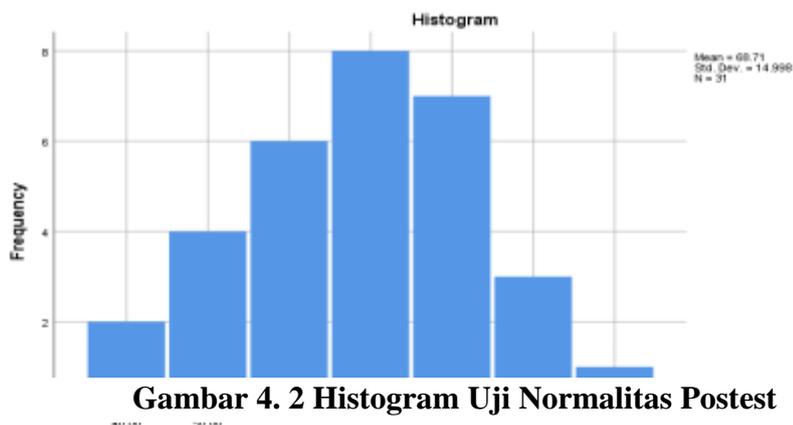
Tests of Normality						
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Pretest	0,151	31	0,071	0,943	31	0,103

Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas Data Pretest Kolmogorov Smirnov

Sumber: Penulis, 2023

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sampel data pretest memiliki distribusi normal dapat terlihat pada tes kolmogorov smirnov data pretest memiliki nilai signifikansi sebesar 0,071 hal ini menandakan bahwa nilai lebih besar dari 0,05 maka dapat dipastikan data pretest berdistribusi normal.

1. Postest



Gambar 4. 2 Histogram Uji Normalitas Postest

Sumber: Penulis, 2023

Gambar 4.2 menjelaskan bahwa histogram tersebut memiliki frekuensi yang didominasi oleh nilai 70. Sama halnya dengan data pretest histogram tersebut menunjukkan bahwa data postest menunjukkan bahwa. Data berdistribusi normal karena histogram memperlihatkan terbentuknya lonceng simetris antara sisi kanan dan sisi kiri.

Pengujian data Ho juga dilakukan kepada data postest apakah data postest ini berdistribusi normal atau tidak. Pengolahan data postest dalam pengujian uji normalitas juga menggunakan Kolmogorov Smirnov sama halnya dengan pengujian data pretest. Pengujian ini dihasilkan dari pengolahan yang diolah melalui software SPSS. Berikut hasil pengolahan data postest yang telah diuji melalui software SPSS yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas Data Postest Kolmogorov Smirnov

Tests of Normality						
Data	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Postest	0,147	31	0,085	0,958	31	0,257

Sumber: Penulis, 2023

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sampel data pretest memiliki distribusi normal dapat terlihat pada tes kolmogorov smirnov data postest memiliki nilai signifikansi sebesar 0,071 hal ini menandakan bahwa nilai lebih besar dari 0,05 maka dapat dipastikan data pretest berdistribusi normal.

B. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini mengaju kepada model desain penelitian pre-eksperimental yaitu dengan menggunakan one group pretest-postet dengan melibatkan dua kali pengukuran yaitu:

1. Pretest: Pengukuran variabel Y sebelum perlakuan atau treatment
2. Postest: Pengukuran Variabel Y sesudah perlakuan atau treatment

Penelitian one group pretest-postest juga hanya melibatkan 1 kelompok yaitu kelompok X yang diberikan treatment atau perlakuan artinya penelitian ini tidak melibatkan kelompok yang lain seperti kelompok control atau pembanding. Hipotesis teori dalam penelitian ini apakah pemberian pelatihan digital marketing menggunakan model pembelajaran direct instruction memiliki pengaruh terhadap pengetahuan peserta didik terkait

digital marketing. Hipotesis dalam pengukuran statistic ini mengacu pada hipotesis teori apabila:

1. H_0 = Tidak ada perbedaan nilai pengetahuan peserta didik sebelum dan setelah diberikan treatment berupa model pembelajaran direct instruction.
2. H_a = Ada perbedaan nilai pengetahuan peserta didik sebelum dan sesudah diberikan treatment berupa model pembelajaran direct instruction.

Berdasarkan hipotesis dalam pengukuran statistik tersebut maka berikut merupakan kriteria pengujian yaitu H_0 akan ditolak apabila signifikansi $\leq \alpha$ 0,05. Berdasarkan uji prasyarat dalam pengujian hipotesis ini yaitu menggunakan Kolmogorov Smirnov dengan data yang berdistribusi normal maka penelitian ini menggunakan uji t berpasangan atau paired-samples t-test. Setelah dilakukannya pengolahan data pretest postest hasil dari pengujian uji t berpasangan mempunyai 2 output yaitu sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ini berkaitan dengan penyajian, pengumpulan data secara rinci tujuannya untuk memberikan gambaran umum terkait data yang disajikan. Berdasarkan perhitungan yang sudah dilakukan melalui software SPSS dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Pretest-Postest

Paired Samples Statistics				
Pengujian	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pretest Digital marketing	62,2581	31	15,21177	2,73211
Postest Digital Marketing	68,7097	31	14,99821	2,69376

Sumber: Penulis, 2023

2. Berdasarkan tabel 4.5 terdapat perbedaan terkait data dua pengujian yang berupa antara mean pretest yang memiliki 62, 2581 dengan postest 68,7097. Std. deviation pada pretest memiliki nilai 15, 21177 sedangkan postest 14, 99821 dilanjutkan dengan Std Error Mean yang memiliki nilai yang berbeda juga yaitu pretest 2,73211 sedangkan postest 2,69376. Persamaan nilai dari tabel 4.5 hanya pada N yang berarti banyaknya sampel yang dilakukan berjumlah 31 orang dengan sampel yang sama. Hasil Uji T

Hasil uji T dalam penelitian ini berfokus pada signifikansi nya saja yang merujuk kepada apabila H_0 ditolak apabila $\leq \alpha$ 0,05. Oleh karena itu berikut hasil yang telah diproses melalui software SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji T

Paired Samples Test								
Pengujian	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference	t	df	Sig. (2-tailed)	
				Lower	Upper			
Pretest Digital marketing - Postest Digital Marketing	-6,45161	16,64299	2,98917	-12,55631	-0,34691	-2,158	30	0,039

Sumber: Penulis, 2023

Tabel 4.6 memberikan informasi terkait hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, hasil berfokus terhadap nilai signifikansi yang menghasilkan nilai sebesar 0,039 hal ini mampu dikatakan bahwa hasil signifikansi pada penelitian ini $\leq \alpha$ 0,05.

KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi lembaga pelatihan ketenagakerjaan PT ABC dan instansi terkait, seperti dinas ketenagakerjaan Kota Tangerang, karena menyediakan informasi yang dapat digunakan dalam pengembangan program pelatihan di masa depan. Selain itu, temuan ini juga mendukung gagasan bahwa pendekatan model pembelajaran direct instruction memiliki aplikabilitas yang luas dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta dalam berbagai konteks pembelajaran.

Penelitian ini dilakukan dalam konteks pelatihan digital marketing di Kota Tangerang, hasil dan kesimpulan yang dihasilkan dapat diterapkan secara lebih luas dalam berbagai bidang pembelajaran. Temuan ini juga selaras dengan hasil penelitian serupa sebelumnya, yang memberikan kontribusi pada pemahaman kita tentang pentingnya desain pembelajaran yang efektif dalam meningkatkan pengetahuan peserta.

Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2023 dengan melibatkan 31 peserta pelatihan digital marketing yang merupakan penduduk Kota Tangerang. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan peserta terkait digital marketing, merespons kebutuhan akan keterampilan tersebut di masyarakat.

Penelitian ini melibatkan dua kali pengujian Kolmogorov-Smirnov untuk menguji distribusi normalitas dari data pretest dan posttest. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kedua kelompok data tersebut memiliki nilai signifikansi sebesar 0,071, yang lebih besar dari nilai ambang 0,05. Ini menunjukkan bahwa data pretest dan posttest dapat dianggap berdistribusi normal.

Hasil pengujian hipotesis menggunakan statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata (mean) dari pretest adalah 62,2581 dan posttest adalah 68,7097. Standar deviasi pada pretest adalah 15,21177 dan pada posttest adalah 14,99821. Pengujian hipotesis selanjutnya menggunakan uji-t, yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,039. Nilai ini lebih kecil dari nilai ambang 0,05, yang mengindikasikan bahwa terdapat signifikansi statistik dalam hubungan antara model pembelajaran direct instruction dengan peningkatan pengetahuan peserta.

Temuan ini memberikan jawaban terhadap tujuan penelitian, yaitu bahwa model pembelajaran direct instruction berpengaruh positif terhadap pengetahuan peserta dalam pelatihan digital marketing. Hal ini memberikan implikasi penting bagi lembaga pelatihan ketenagakerjaan PT ABC, serta bagi dinas ketenagakerjaan Kota Tangerang sebagai penyelenggara program. Penelitian ini juga mengonfirmasi efektivitas model pembelajaran direct instruction dalam meningkatkan pengetahuan, yang telah terbukti dalam penelitian serupa sebelumnya.

Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa model pembelajaran direct instruction sangat efektif dan direkomendasikan bagi lembaga pelatihan ketenagakerjaan PT ABC. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang membahas pengaruh model pembelajaran terhadap hasil belajar. Dengan demikian,

penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman kita tentang efektivitas model pembelajaran dalam meningkatkan pengetahuan peserta pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, R. (2020). E-Book Digital Marketing Content. *E-Book Digital Marketing*, 14.
- Alit, I. G. A. N. (2019). Model Pembelajaran Direct Instruction Dengan Metode Demonstrasi Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Prestasi Belajar Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan Siswa Kelas Iii Semester I Tahun Pelajaran 2018/ 2019 Sd Negeri 22 Dauh Puri. *Adi Widya: Jurnal Pendidikan Dasar*, 4(1), 73. <https://doi.org/10.25078/aw.v4i1.932>
- Artika, D., & Shara, Y. (2021). Analisis Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Kota Medan. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 1(2), 237–248. <https://doi.org/10.54259/ijba.v1i2.78>
- Darmiyati, & Jannah, A. M. (2020). Meningkatkan Kemampuan Matematika Awal Anak Usia Dini Melalui Model Direct Instruction Kombinasi Model Make A Match dan Pemberian Tugas. *Jurnal Paud*, 1, 7–16. <http://eprints.ulm.ac.id/3184/>
- DeAquir, R. (2021). Direct Instruction. *Encyclopedia of Autism Spectrum Disorders*, 2(1), 1485–1486. https://doi.org/10.1007/978-3-319-91280-6_1025
- Dzulhidayat. (2022). 1860-Article Text-4697-1-10-20220727. 3, γ787(8.5.2017), –2003 2005.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Gatot Margisal Utomo, & Daru Cahyono. (2020). Analisis Gerak Teknik Dasar Dalam Melakukan Pukulan Servis Pada Atlet Tenis Lapangan Usia 13–15 Tahun Di Semen Indonesia Tenis Akademi. *Journal STAND: Sports Teaching and Development*, 1(1), 22–26. <https://doi.org/10.36456/j-stand.v1i1.2329>
- Guru, P., Dasar, S., Nahdlatul, U., & Surabaya, U. (2022). Pengaruh Budaya Literasi terhadap Hasil Belajar IPA di Sekolah Dasar Frita Dwi Lestari 1 □ , Muslimin Ibrahim 2 , Syamsul Ghufon 3 , Pance Mariati 4. *Jurnalbasicedu*, 5(6), 5087–5099.
- Hendra, H. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi, Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4813>
- Hutapea, R. H. (2019). Instrumen Evaluasi Non-Tes dalam Penilaian Hasil Belajar Ranah Afektif dan Psikomotorik. *BIA': Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen Kontekstual*, 2(2), 151–165. <https://doi.org/10.34307/b.v2i2.94>