

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu materi kursus yang paling populer saat ini adalah *digital marketing*. Namun sayangnya, di Indonesia harga kursus ini masih tinggi. Pengetahuan tentang *digital marketing* sangat dibutuhkan masyarakat karena sudah menjadi kebutuhan untuk menjalankan aktivitas bisnis. Di Indonesia, pengguna perangkat *mobile* sangat banyak sehingga membangun sistem pembelajaran *online* dengan pendekatan perangkat *smartphone* dianggap sangat tepat. Jika ada sistem pembelajaran *digital marketing* yang praktis, mudah dan murah tentu saja hal ini akan sangat bermanfaat untuk masyarakat. *Mobile Learning* menawarkan kemudahan melakukan kegiatan belajar kapan saja dan dimana saja dengan bebas tanpa memerlukan ruang kelas (Aripin 2018; Nurhadryani, Sianturi, and Hermadi 2013). Sistem *Mobile Learning* berbasis aplikasi android saat ini menjadi alat yang mulai banyak digunakan untuk mengajar dan belajar di Indonesia (Abdullah and Azelin 2010).

Penelitian ini membahas tanggapan pengguna atau peserta kuliah *digital marketing* yang menggunakan piranti *mobile* atau lebih dikenal sebagai *Mobile Learning*. Dalam penelitian ini aplikasi *mobile* digunakan untuk memudahkan pembelajaran *online* bagi masyarakat yang ingin mempelajari *digital marketing*. Alasan utama menggunakan sistem berbasis aplikasi android adalah karena alat ini memiliki fleksibilitas tinggi dan merupakan satu-satunya alat yang paling banyak disentuh setiap harinya oleh sebagian besar masyarakat saat ini.

Pengertian *Mobile Learning* dalam penelitian ini adalah teknologi *mobile* sebagai alat pembelajaran (Osman et al. 2016). Ada banyak pilihan teknologi *smartphone* yang dapat digunakan, namun dalam penelitian ini dikembangkan yang berbasis android karena diketahui sistem operasi ini paling banyak digunakan, ada 73% pengguna android di seluruh dunia (Katadata.co.id 2017; Rahadi 2014).

Aplikasi android telah sukses digunakan untuk berbagai keperluan seperti transportasi dan perdagangan. Namun untuk pembelajaran masih berada pada tahap awal sehingga masih membutuhkan banyak penelitian. *Smartphone* memiliki fleksibilitas tinggi, namun jika dikaitkan dengan pembelajaran memiliki beberapa kekurangan, antara lain keterbatasan memori, keterbatasan komputasi, dan kenyamanan antarmuka. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah penggunaan *Mobile Learning* untuk dapat meningkatkan kemudahan peserta dalam memahami materi *digital marketing*. Penelitian ini perlu dilakukan karena setiap orang mempunyai preferensi yang berbeda dalam hal bagaimana memproses sebuah informasi (Widayanti 2013). Disisi lain, setiap materi kuliah memiliki karakteristik penyampaian yang berbeda sehingga cara menyajikan dalam *smartphone* pun berbeda. Ada bahan pembelajaran yang tidak memerlukan media pembelajaran, tetapi ada yang memerlukan media pembelajaran (Muhson 2010).

Hasil penelitian ini sangat bermanfaat untuk pengembangan model pembelajaran, terutama *Mobile Learning*. Masyarakat lebih memilih menggunakan perangkat *mobile* adalah karena kemudahannya, namun dalam penggunaan untuk pembelajaran ada faktor lain yang membutuhkan perhatian, yaitu unsur kenyamanan dan efektivitas. Jika dua unsur ini dapat digali dari penelitian ini maka masyarakat akan semakin mudah untuk meningkatkan pengetahuannya dan pada akhirnya bisnis di era digital ini semakin tumbuh.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahannya adalah pembelajaran *digital marketing* selama ini menggunakan metode pembelajaran dalam kelas di tempat kursus dengan biaya yang mahal dan aplikasi *mobile* yang sudah tersedia mempelajari *digital marketing* sehingga memberi pemahaman yang lebih tentang mempelajari bisnis dalam pemasaran secara *online*.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini materi yang akan dikembangkan hanya terbatas pada pembelajaran *digital marketing*. Media

pembelajaran yang dikembangkan berbasis *Mobile Learning* dengan menggunakan courselab 3.1.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah mengembangkan aplikasi *Mobile Learning* untuk pembelajaran *digital marketing* yang mencakup materi dan soal-soal.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Siswa
 - a. Dapat belajar dan memahami konsep-konsep pokok *digital marketing* dimana dan kapan saja.
 - b. Dapat mengoptimalkan fungsi perangkat telepon pintar (*Smartphone*).
 - c. Dapat mempermudah dalam efisiensi waktu pembelajaran.
 - d. Meringankan biaya untuk *training*.
2. Guru bisa membimbing dan memantau hasil belajar siswa dengan mudah.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dari penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I menjelaskan tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, dan sistematika penulisan pada tugas akhir ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab II menjelaskan tinjauan pustaka dan teori-teori pemecah masalah yang digunakan sebagai pendukung segala sesuatu yang berhubungan dengan topik penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab III metodologi yang digunakan pada penelitian dan membuat rancangan sistem agar dapat diimplementasikan sesuai harapan dengan mengacu mengacu pada teori-teori penunjang dan metode yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV menjelaskan hasil yang diperoleh dari seluruh penelitian dan dilakukan pengujian terhadap hasil implementasi sistem kemudian menganalisa agar sistem berjalan sesuai dengan perancangan pada bab-bab sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran yang diambil dari penelitian ini dan saran untuk pengembangan lebih lanjut.