

**IMPLEMENTASI PELATIHAN OPTIMASI BISNIS MELALUI
JARINGAN INTERNET BAGI PENGUSAHA KECIL DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA YANG DISELENGGARAKAN
OLEH MATA AIR *PRODUCTION***

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi sebagai Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh:
Mahardini Farizki
NIM. 05102241003

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH
JURUSAN PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
DESEMBER 2012**

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul **“Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air *Production*”** telah disetujui pembimbing untuk diujikan.

Yogyakarta,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Iis Prasetyo, M.M

NIP. 19800924 200501 1 002



Drs. R.B Suharta, M.Pd.

NIP. 19600416 198603 1 002



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Mahardini Farizki

NIM : 05102241003

Program Studi : Pendidikan Luar Sekolah

Fakultas : Ilmu Pendidikan

Dengan ini saya nyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak ada karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan tata penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam lembaran pengesahan adalah asli. Apabila terbukti tanda tangan dosen penguji palsu, maka saya bersedia memperbaiki dan mengikuti yudisium satu tahun kemudian

Yogyakarta, November 2012

Yang menyatakan



Mahardini Farizki
NIM. 05102241003

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air Production”** yang telah disusun oleh Mahardini Farizki, NIM 05102241005 ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 31 Oktober 2012 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda tangan	Tanggal
Dr. Iis Prasetyo, M.M	Ketua Penguji		29-11-2012
Entoh Tohani, M.Pd	Sekretaris Penguji		1-12-2012
Dr. Ibnu Syamsi	Penguji Utama		29-11-2012
RB. Suharta, M.Pd	Penguji Pendamping		29-11-2012

Yogyakarta, 21 DEC 2012
Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Dr. Maryanto, M.Pd.
NIP. 19600902 198702 1 0014

MOTTO

”Apa pun tugas hidup anda, lakukan dengan baik. Seseorang semestinya melakukan pekerjaannya sedemikian baik sehingga mereka yang masih hidup, yang sudah mati, dan yang belum lahir tidak mampu melakukannya lebih baik lagi” (Martin Luther King)

”Agar dapat membahagiakan seseorang, isilah tangannya dengan kerja, hatinya dengan kasih sayang, pikirannya dengan tujuan, ingatannya dengan ilmu yang bermanfaat, masa depannya dengan harapan, dan perutnya dengan makanan” (Frederick E. Crane)

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan pada:

1. Ayah (Alm), karenamu aku bisa seperti ini
2. Ibu dan Pak Dhe tercinta yang selalu
memberikan doa terbaik untukku
3. Nusa dan bangsa
4. Almamaterku

**IMPLEMENTASI PELATIHAN OPTIMASI BISNIS MELALUI
JARINGAN INTERNET BAGI PENGUSAHA KECIL DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA YANG DISELENGGARAKAN
OLEH MATA AIR *PRODUCTION***

Oleh:
Mahardini Farizki
05102241003

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perencanaan, pelaksanaan, hasil dan dampak dari pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Mengambil lokasi penelitian di lembaga swasta yaitu Mata Air *Production* yang menyelenggarakan program pelatihan kewirausahaan. Subyek penelitian ini adalah pengelola program, *trainer*, dan peserta pelatihan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti merupakan instrumen utama dalam melakukan penelitian yang dibantu oleh pedoman wawancara, pedoman observasi, dan pedoman dokumentasi. Triangulasi yang dipakai dalam penelitian adalah triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Perencanaan pelatihan ini diselenggarakan oleh Mata Air *Production* sebagai pihak pengelola dan tim BISMA sebagai *trainer*. Penyelenggara menjaring peserta dari semua kalangan masyarakat yang ingin mengembangkan usahanya. Tim *trainer* sebagai fasilitator pelatihan adalah orang-orang yang profesional dalam bidang bisnis *online*. 2). Pelatihan diadakan dalam waktu 2 hari. Materi yang disajikan seputar pengoptimasian bisnis melalui jaringan internet. Metode yang diterapkan *trainer* dalam pelatihan adalah metode ceramah, demonstrasi dan tanya jawab. Strategi pembelajaran dalam pelatihan menggunakan strategi pembelajaran ekspositori. 3). Pelatihan ini menghasilkan peserta yang dapat membuat web dan dapat mengoptimasikan internet sebagai media penunjang bisnisnya. 4). Dampak dari pelatihan dapat dilihat dari kesuksesan masing-masing peserta dalam menjalankan bisnisnya. Dari 100% peserta pelatihan, 70% diantaranya berhasil meningkatkan pendapatan melalui pengoptimasian bisnis mereka melalui internet. Sedangkan 30% peserta pelatihan kurang berhasil meningkatkan pendapatan dari bisnisnya.

Kata kunci: *pelaksanaan pelatihan, optimasi bisnis, Mata Air Production*

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rakhmat, Hidayah dan Inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Tak lupa penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

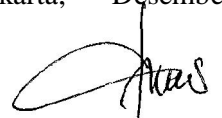
1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta Prof. Dr. Rochmat Wahab, MA, M.Pd. yang telah memberikan fasilitas dan sarana sehingga studi saya berjalan dengan lancar.
2. Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta Dr. Haryanto, M.Pd yang telah memberikan kemudahan dalam melakukan penelitian ini.
3. Ketua dan sekretaris Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta bapak Dr. Sujarwo, M.Pd dan bapak Lutfi Wibawa, M.Pd yang telah memberi kemudahan terhadap penulis dalam melakukan penelitian.
4. Bapak Dr. Iis Prasetyo, M.M selaku Dosen Pembimbing I, dan Bapak RB. Suharta, M.Pd selaku dosen pembimbing II, yang telah banyak memberikan bimbingan, dukungan, dan semangat hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ibnu Syamsi dan Bapak Entoh Tohani, M.Pd selaku penguji utama dan sekretaris penguji skripsi, terimakasih atas saran dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu dosen Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis.
7. Yang tercinta Ayahanda (Alm) Joko Suharyanto, Ibunda Asmah Sularsih dan Ayahanda Purwoto, satu dari sekian harapan kalian telah ananda penuhi, semoga harapan-harapan kalian yang lain dapat ananda wujudkan. Tidak ada kata yang pantas lagi ananda ucapkan selain ucapan terimakasih yang

sedalam-dalamnya atas segala pengorbanan, kasih sayang, dukungan dan bimbingan kalian serta kesabaran yang tak terhingga.

8. Kakak-kakak dan adik-adik ku, Mas Dana, Mbak Dini, Danu dan Tika terimakasih dukungan dan do'a yang kalian berikan.
9. Septian Iranto, terimakasih selalu mendukung, memberikan semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
10. Liliana Mulya, Listya Dyah Nindyamurti, Olivia Sonya Aresta dan Adhitya Kun Mahendra, terimakasih atas kebersamaan kita selama ini, motivasi, nasihat, dan do'a yang kalian berikan.
11. Teman-teman Pendidikan Luar Sekolah Angkatan '05 Ulfa, Neni, Nining, Didi, Ayu, Amir, Galang, Ririt, Fita, Sakti, Pipit, Frenky, Hari.
12. Keluarga besar UKMF CAMP FIP UNY
13. Pengelola Mata Air, semua staff, *trainer* dan peserta pelatihan, terimakasih atas bantuan dan kerja samanya sehingga penelitian ini terlaksanakan.
14. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesainya skripsi ini.

Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk penyempurnaan karya-karya yang akan datang. Harapan dari penulis, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang menggunakannya.

Yogyakarta, Desember 2012



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Kegunaan Penelitian.....	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Pendidikan sebagai Sistem	13
B. Kajian Pelatihan	16
C. Kajian Kewirausahaan.....	20
D. Kajian Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet	28
E. Kajian Usaha Kecil Menengah	39
F. Kerangka Berfikir.....	40
G. Pertanyaan Penelitian	44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	46
B. Subyek Penelitian.....	46
C. <i>Setting</i> , Waktu dan Lama Penelitian	47
D. Metode Pengumpulan Data.....	49
E. Instrumen Penelitian.....	52
F. Teknik Analisis Data	52
G. Keabsahan Data.....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	54
B. Hasil Penelitian	59
1. Perencanaan Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air <i>Production</i>	59
2. Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air <i>Production</i>	64
3. Hasil yang Dicapai dari Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air <i>Production</i>	70
4. Dampak dari Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air <i>Production</i> .	75
C. Pembahasan Penelitian	81
1. Perencanaan Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air <i>Production</i>	81
2. Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan	

Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air <i>Production</i>	85
3. Hasil yang Dicapai dari Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air <i>Production</i>	90
4. Dampak dari Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air <i>Production</i>	95
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
 DAFTAR PUSTAKA	103
 LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kisi-Kisi Penelitian	51
-------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berfikir	43
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Dokumentasi.....	107
Lampiran 2. Pedoman Observasi.....	109
Lampiran 3. Pedoman Wawancara	111
Lampiran 4. Instrumen Penelitian.....	118
Lampiran 5. Foto Pelaksanaan Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet	137
Lampiran 6. Brosur Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet.	140
Lampiran 7. Surat Ijin Penelitian Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.....	142
Lampiran 8. Surat Ijin Penelitian Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	144
Lampiran 9. Surat Ijin Penelitian Pemerintah Kota Yogyakarta	146
Lampiran 10. Surat Ijin Penelitian Mata Air <i>Production</i>	148

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Krisis berkepanjangan yang melanda dunia membawa dampak yang sangat besar pada roda perekonomian dunia, termasuk juga di Indonesia baik skala makro maupun mikro. Krisis ekonomi yang melanda perekonomian nasional telah menyadarkan banyak pihak bahwa pengelolaan ekonomi yang hanya bertumpu pada perusahaan besar akan melemahkan basis ekonomi nasional. Ketika krisis moneter terjadi, banyak perusahaan besar yang mengalami keterpurukan dan kerugian besar. Namun di tengah keterpurukan ekonomi yang terjadi, ternyata usaha kecil dan menengah yang dapat bertahan dan penerang dalam menjalankan roda perekonomian nasional.

McRae (1995: 5) mengatakan bahwa,

”Meninjau batas kemakmuran masing-masing kawasan berarti menduga bagaimana negara-negara di setiap kawasan mengubah cara mereka mengorganisasi diri sendiri. Cukup mengetahui apa yang mendorong pertumbuhan ekonomi untuk merasa cukup yakin bahwa ada hal-hal tertentu yang harus dilakukan negara-negara kalau mereka ingin memberikan unjuk kerja ekonomi yang bagus”.

Dalam arena persaingan global yang sangat ketat, eksistensi individu, masyarakat ataupun organisasi sangat ditentukan oleh daya saing yang berkesinambungan. Hanya dengan sumber daya manusia (SDM) unggul dan mempunyai daya saing tinggilah suatu masyarakat dapat mengatasi tantangan dan manfaat peluang yang ada. Karier kewirausahaan dapat mendukung kesejahteraan masyarakat serta memberikan banyak pilihan barang dan jasa bagi konsumen, baik dalam maupun luar negeri.

Ropke dalam Tiktik Sartika Partomo & Rachman Soejoedono (2002: 69) mengatakan bahwa suatu bangsa akan berkembang lebih cepat apabila ia mempercepat kelompok wirausahanya, memperluas lingkup kemerdekaan ekonomi. Pengembangan kewirausahaan menjadi cara mengurangi jumlah pengangguran, menciptakan lapangan kerja, mengentaskan masyarakat dari kemiskinan dan keterpurukan ekonomis. Lebih jauh lagi secara politik, kewirausahaan dapat meningkatkan harkat sebagai bangsa yang mandiri dan bermartabat. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendorong perubahan, inovasi dan kemajuan suatu negara adalah para wirausahawan. Berkaitan dengan itu, Wirakusumo dalam Suryana (2003: 10) menerangkan bahwa, istilah kewirausahaan dari terjemahan *entrepreneurship*, yang dapat di artikan sebagai '*the backbone of economy*', yaitu syaraf pusat perekonomian atau '*tailbone of economy*', yaitu pengendali perekonomian suatu bangsa.

Indonesia adalah negeri yang luar biasa dengan segala potensi sumber daya alamnya, tetapi tanpa jiwa kewirausahaan maka komoditi sumber energi, dan mineral yang melimpah di Indonesia tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Maka diperlukan langkah nyata untuk menghasilkan para pelaku wirausaha baru, mengatasi kemiskinan dan pengangguran, sekaligus membangun kesejahteraan. Salah satunya dengan pelatihan pengembangan kewirausahaan untuk memberdayakan masyarakat dalam bidang kewirausahaan.

Pelaku wirausaha dituntut untuk peka akan teknologi yang selalu berkembang yang dapat memberi keuntungan dalam proses produksi dan

distribusi juga memiliki peran penting dalam pengembangan wirausaha. Meredith (2002: 202) mengatakan, bisnis menggunakan perkembangan-perkembangan teknologi yang baru untuk memproduksi produk dan jasa baru, dan wirausaha harus menyadari bahwa perkembangan teknologi baru akan mempengaruhi operasi bisnis mereka. Mengembangkan dan mendayagunakan kemajuan teknologi baru ini berkaitan dengan penggalan potensi yang dapat memberikan pengaruh besar pada bisnis di masa yang akan datang. Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi maka internet telah memasuki hampir seluruh aspek kehidupan. Mulai dari dunia hiburan, pendidikan hingga bisnis, telah memanfaatkan dunia internet sebagai pendukungnya. Internet menyediakan situs-situs berupa layanan komunikasi dan layanan sumberdaya informasi yang mudah diakses oleh seluruh manusia dipenjuru dunia. Perkembangan internet yang luar biasa di berbagai kalangan tentunya disikapi dengan hal positif.

Perkembangan mutakhir teknologi-teknologi khususnya dibidang sistem informasi memudahkan dan membantu semua orang untuk dan menyebarluaskan konten mereka sendiri. Membuat berita di *blog*, dan jejaring sosial lainnya dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang. Selama ini masyarakat hanya memanfaatkan media internet untuk sekedar mengisi waktu luang dan jarang dimanfaatkan untuk melakukan aktivitas transaksi jual beli barang dan jasa yang lebih menguntungkan. Jika dilihat lebih jeli, media internet memberikan banyak manfaat salah satunya dapat menjadi media pemasaran.

Media internet menawarkan berbagai keunggulan dibanding dengan media lainnya. Salah satunya dalam dunia bisnis atau usaha yang mengandalkan media internet sebagai media informasi maupun memasarkan produk-produknya, baik berupa barang maupun jasa. Hal ini menjelaskan bahwa media internet sangat ampuh untuk mengkomersilkan dan promosi tanpa modal serta berjalan secara otomatis, dengan harapan pengguna internet dapat melihat dan mengenal produk yang ditawarkan.

Pada era sekarang ini dengan adanya internet maka menjalankan bisnis menjadi sangat mengglobal. Pangsa pasar menjadi sangat luas tidak hanya dikalangan domestik saja bahkan yang lebih luas lagi dipasar manca negara. Pemasaran produk melalui media internet (*online*) memiliki perbedaan dengan pemasaran tidak melalui media internet (*offline*). Secara garis besar pemasaran *online* dengan menggunakan media internet lebih luas cakupan target pasar yang akan dibidik. Aktivitas pemasaran menjadi lebih luas dengan adanya internet.

Berwirausaha dengan *online* merupakan cara yang efektif dan efisien dalam memasarkan produk ke konsumen. Untuk itu perlu strategi tertentu agar mencapai keuntungan sebanyak-banyaknya. Banyak jalan cara untuk melakukan pemasaran melalui internet. Dibantu dengan situs-situs jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, *blog* dan jejaring sosial lainnya serta dengan *web hosting*. Namun masyarakat banyak belum memahami pemaksimalan penggunaan internet sebagai media berwirausaha. Beberapa orang sudah menggunakan media-media di internet untuk memasarkan barang dan jasa

yang mereka tawarkan terlebih lagi pemahaman mereka mengenai pengoptimasian bisnis melalui internet, hanya sebagian kecil dari masyarakat di Indonesia khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Peluang-peluang inilah yang seharusnya di maksimalkan oleh masyarakat yang mau dan mampu untuk berwirausaha atau para pengusaha yang sudah menjalankan usaha sebelumnya. Sehingga mereka bisa sukses dalam upaya peningkatan usahanya

Melihat *trend* seperti ini, banyak yang memanfaatkan internet untuk memasarkan sebagian produk dan jasa yang mereka tawarkan. Transaksi bisnis *online* menawarkan berbagai kemudahan, seperti mendapatkan informasi produk dan jasa dengan lengkap, menghemat waktu dan menghemat biaya. Hal ini menyebabkan kecenderungan pengguna internet melakukan transaksi bisnis *online*, tentu saja membuka peluang usaha di internet. Maka dapat dipastikan mekanisme pasar antara penawaran dan permintaan, serta interaksi antara penjual dan pembeli dapat dengan mudah dan langsung ditemukan di internet.

Maraknya bisnis *online* dewasa ini menyebabkan adanya kompetisi usaha yang tidak bisa dihindari. Pesatnya pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Kota Yogyakarta secara tidak langsung memacu para wirausaha merancang strategi dagang yang efektif dan efisien dengan mendayagunakan teknologi yang ada. Permintaan konsumen yang selalu meningkat sesuai perkembangan zaman, maka para wirausaha di Yogyakarta pada umumnya sangat pandai meniru bisnis yang sedang berkembang. Ditambah dengan Daerah Istimewa

Yogyakarta merupakan salah satu pusat ilmu pengetahuan dan teknologi, dinamika teknologi akan cepat masuk dan otomatis cepat merubah dinamika bisnis di kota ini.

Undang-undang Republik Indonesia nomer 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 26 ayat 1 dan 2 menjelaskan bahwa:

“1. Pendidikan nonformal diselenggarakan bagi warga masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai pengganti, penambah, dan/ atau pelengkap pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat; 2. Pendidikan nonformal berfungsi mengembangkan potensi peserta didik dengan penekanan pada penguasaan pengetahuan dan keterampilan fungsional serta pengembangan sikap dan kepribadian professional”.

Berdasarkan undang-undang tersebut jelas bahwa tujuan pendidikan nonformal adalah memberikan layanan pendidikan kepada masyarakat untuk mengembangkan potensi masyarakat yang disertai kualitas perubahan tingkah laku yang didapat dari hasil belajar. Dengan demikian tujuan pendidikan luar sekolah lebih menekankan kepada perubahan tingkah laku fungsional peserta didik dalam hal pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan.

Pendidikan Luar Sekolah merupakan bagian integral dari sistem pendidikan nasional. Secara garis besar, pendidikan luar sekolah dapat diartikan sebagai suatu kegiatan pendidikan yang diselenggarakan secara terorganisir dan sistematis serta tidak dibatasi oleh waktu dan tempat. Ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Sudjana mengenai pendidikan Non Formal (2005: 20) bahwa, setiap kegiatan pendidikan yang terorganisir dan sistematis di luar sistem persekolahan mapan yang dilakukan secara mandiri atau merupakan bagian penting dari kegiatan yang lebih luas,

yang sengaja dilakukan untuk melayani peserta didik tertentu untuk mencapai tujuan belajarnya. Dari pengertian di atas, dapat dikatakan bahwa pendidikan luar sekolah merupakan kegiatan yang diselenggarakan di luar sistem persekolahan, yang di dalamnya dapat menciptakan kondisi bagi peserta untuk mengembangkan diri, baik yang menyangkut pengetahuan, sikap, maupun keterampilan. Ini berkaitan dengan tujuan pelatihan, yakni untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, serta pengembangan diri para pesertanya.

Salah satu bentuk pembelajaran atau pun satuan pendidikan luar sekolah adalah pelatihan. Ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Pendidikan Nonformal bahwa,

”Satuan pendidikan nonformal terdiri atas lembaga kursus, lembaga pelatihan, kelompok bermain, pusat kegiatan belajar masyarakat, dan majelis ta’lim serta satuan pendidikan yang sejenis. Kursus dan pelatihan diselenggarakan bagi masyarakat yang memerlukan bekal pengetahuan, keterampilan, kecakapan hidup, dan sikap untuk mengembangkan diri, mengembangkan profesi, bekerja, usaha mandiri, dan/atau melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi”.

Proses belajar dapat terjadi oleh siapapun dan dimanapun. Proses belajar menjadikan manusia berkembang baik secara mental dan moral untuk membangun kehidupan lebih baik. Hal ini juga berlaku pada industri kewirausahaan untuk meningkatkan mutu dan menyesuaikan pada perubahan-perubahan seiring dengan berkembangnya zaman. Banyak dari industri kewirausahaan mengikuti pelatihan atau seminar-seminar yang berkaitan dengan kewirausahaan, yang membahas tentang kegiatan pemasaran, produk, tempat, dan cara memproduksi barang atau jasa. Diharapkan dengan

mengikuti kegiatan-kegiatan tersebut para wirausahawan dapat mengembangkan usahanya dan meningkatkan pendapatan dalam usaha yang dijalankan.

Pendidikan Luar Sekolah sebagai pendidikan berkelanjutan yang memfasilitasi pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan bertujuan untuk membangun masyarakat yang mandiri dalam kehidupannya. Memiliki keretampilan dan mampu membaca peluang-peluang dan sadar terhadap kesempatan-kesempatan untuk mencapai kemajuan. Tidak hanya sebagai karyawan tetapi mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Maka pelatihan kewirausahaan diharapkan bisa meningkatkan mutu ketrampilan, pengetahuan, sikap dan bakat seseorang atau kelompok dalam bidang kewirausahaan sehingga mampu bersaing dalam sektor perekonomian, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Banyak lembaga yang memfasilitasi adanya pelatihan kewirausahaan. Selain lembaga pemerintahan ada juga pihak swasta yang berpartisipasi dan peduli akan peningkatan mutu dan kualitas hidup masyarakat. Salah satu lembaga swasta itu adalah *Event Organizer* yang menyelenggarakan pelatihan kewirausahaan. Mereka memfasilitasi sarana dan prasarana pelatihan kewirausahaan dan menyalurkan pengetahuan berwirausaha kepada masyarakat. Sehingga diharapkan masyarakat dapat mandiri dalam berwirausaha.

Mata Air Production adalah salah satu lembaga swasta yang menyelenggarakan pelatihan berbasis pada pendidikan berkelanjutan. Mata

Air Production mengkhhususkan pada pelatihan kewirausahaan yang menekankan pada bisnis melalui jaringan internet atau sering disebut bisnis *online*. yaitu tentang optimasi bisnis melalui jaringan internet untuk pengusaha kecil memfasilitasi masyarakat khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta untuk lebih terampil dalam bidang wirausaha dan dapat mendayagunakan teknologi dan peka terhadap peluang-peluang usaha yang ada.

Sehubungan dengan hal yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik ingin meneliti “Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis Melalui Jaringan Internet Bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan Oleh Mata *Air Production*.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Belum maksimalnya pemberdayaan masyarakat di Indonesia khususnya dalam bidang kewirausahaan untuk menciptakan masyarakat yang mandiri, meningkatkan taraf hidup masyarakat, sekaligus meningkatkan harkat dan martabat bangsa.
2. Masyarakat masih terkonsentrasi pada bisnis konvensional dimana mereka menawarkan barang dan jasa terbatas pada ruang dan waktu.
3. Kurangnya keefektifan dan efisiensi pendayagunaan media internet oleh masyarakat sebagai media menawarkan barang dan jasa khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

4. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai keunggulan-keunggulan bisnis melalui jaringan internet.
5. Masih segelintir orang yang mengetahui cara-cara pengoptimasian bisnis melalui jaringan internet.
6. Pelatihan-pelatihan yang menawarkan pengetahuan dan pengembangan bisnis khususnya mengenai *e-marketing* belum dilirik oleh masyarakat.

C. Batasan Masalah

Berangkat dari latar belakang dan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi penelitian pada perencanaan, implementasi, hasil dan dampak pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*.

D. Rumusan Masalah

Dari indentifikasi dan batasan masalah di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*?
2. Bagaimana implementasi pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*?
3. Bagaimana hasil pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*?

4. Bagaimana dampak pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*.
2. Untuk mengetahui implementasi pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*.
3. Untuk mengetahui hasil dari pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*.
4. Untuk mengetahui dampak dari pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*.

F. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat berkontribusi dalam pendidikan. Adapun kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai bahan informasi dan menambah pengetahuan serta wawasan mengenai kewirausahaan dan kaitannya dengan bidang Pendidikan Luar Sekolah.
2. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan Mata Air *Production* selaku penyelenggara dalam penyelenggaraan pelatihan untuk upaya peningkatan kualitas.
3. Memberi masukan kepada pemerintah bahwa pendidikan kewirausahaan yang merupakan salah satu sektor pendidikan nonformal menjadi salah satu solusi untuk menekan jumlah angka pengangguran sekaligus membangun kesejahteraan masyarakat.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Pendidikan sebagai Sistem

Dalam penyelenggaraan kegiatan pendidikan adanya sistem sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan pendidikan nasional yang sesuai dengan UU No 2 tentang pendidikan nasional yaitu sistem pendidikan masyarakat, bangsa dan Negara. Proses pendidikan terjadi apabila antara unsur atau komponen pendidikan yang ada didalam upaya pendidikan itu saling berhubungan secara fungsional dalam satu kesatuan yang terpadu.

Pengertian sistem menurut Amirin dalam Umar Tirtarahardja & L. S. La Sulo (2005: 57-58) adalah sebagai berikut:

“1. Sistem adalah suatu kebulatan yang kompleks atau terorganisir, suatu himpunan atau paduan hal-hal atau yang membentuk suatu kebulatan; 2. Sistem merupakan himpunan komponen yang saling berkaitan yang bersama-sama berfungsi untuk mencapai suatu tujuan; 3. Sistem merupakan sehimpunan komponen atau subsisten yang terorganisasikan dan berkaitan sesuai dengan rencana untuk mencapai suatu tujuan tertentu”.

Dari pengertian di atas menurut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa poin pertama menekankan soal wujud sistem. Poin kedua menaruh pengertian pada fungsi komponen yang saling berkaitan dengan tujuan sistem. Poin ketiga menampilkan unsur rencana disamping kaitan antara komponen dan tujuan dari sistem.

Menurut Umar Tirtarahardja & L.S. La Sulo (2005: 58), sistem dapat diartikan sebagai suatu kesatuan integral dari sejumlah komponen. Komponen-komponen tersebut merupakan suatu keterkaitan dan saling

mempengaruhi dalam terbentuknya suatu sistem dengan fungsi masing-masing yang berbeda. Komponen-komponen tersebut memiliki fungsi yang terarah, bekerja bersama untuk mencapai hasil yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan.

Pendekatan sistem pendidikan terdiri dari unsur-unsur atau komponen-komponen yaitu *raw input*, *instrumental input*, *environmental input*, proses pendidikan dan *output*. Menurut Musaheri (2007: 55), *Raw input* adalah masukan utama pendidikan yang berupa peserta didik. Peserta didik adalah unsur masukan yang utama yang mendapatkan perlakuan dalam proses pendidikan dan perlakuan dalam proses pendidikan secara proporsional agar masukan tersebut mendapat pemberdayaan yang pada gilirannya dapat mandiri ditengah-tengah lingkungannya.

Musaheri (2007: 55) mengemukakan bahwa, *Instrumental input* adalah alat masukan pendidikan yang berupa tujuan pendidikan, kurikulum, fasilitas dan media pendidikan, sistem administrasi dan supervisi, sistem penyampaian, tenaga pendidik, sistem evaluasi dan bimbingan konseling. Perencanaan pendidikan mengenai *instrumental input* diperhatikan dengan seksama dan disusun secara sistematis sehingga menjadi sistem yang baku dalam proses pendidikan. Kurikulum dan evaluasi pendidikan disusun dengan kebutuhan peserta didik dan tenaga pengajar adalah orang yang mengerti dan paham tentang materi pendidikan yang akan diajarkan serta mengerti tentang psikologi pendidikan. Fasilitas dan media pendidikan juga harus disesuaikan dengan materi yang ada dalam kurikulum yang telah disusun guna membantu

pemahaman peserta didik dalam proses pendidikan. Diharapkan komponen-komponen dalam *instrumental input* dapat bersinergis dengan baik sehingga penyelenggaraan pendidikan berjalan sesuai dengan tujuan pendidikan.

Unsur pendidikan yang ketiga adalah *environmental input*. Musaheri (2007: 56) mengatakan bahwa, *Environmental input* adalah masukan dari aspek lingkungan yang keberadaannya merupakan faktor penting dalam penyelenggaraan pendidikan berupa ekologi atau alam sekitar, masyarakat, dan keluarga, serta media massa. Lingkungan berperan penting dalam perencanaan dalam terselenggaranya pendidikan. Lingkungan dapat mendukung lancarnya proses pendidikan yang akan dijalankan. Lingkungan tidak hanya mencakup tempat penyelenggaraan pendidikan namun semua yang ada didalam lingkungan akan membantu pembentukan peserta didik dalam mengolah informasi dalam pendidikan.

Input-input yang telah dirancang atau disusun secara matang tersebut dilanjutkan pada tahap proses pendidikan. Musaheri (2007: 56) mengatakan bahwa, proses pendidikan adalah proses pendidikan yang merupakan interaksi antara *raw input* dengan *instrumental input* serta *environmental input*. Proses pendidikan ini yang sangat esensial untuk melahirkan *output* pendidikan yang berguna. Dalam proses pendidikan, antara *raw input*, *instrumental input* dan *environmental input* saling mempengaruhi dalam proses pembentukan *output* yang ingin dihasilkan dalam sebuah pendidikan. Antara input-input tersebut tidak dapat dipisahkan dalam pendidikan yang nantinya akan berpengaruh pada proses pendidikan.

Setelah dilaksanakannya proses pendidikan maka diharapkan akan tercipta *output* yang sesuai dengan tujuan dari pendidikan. Musaheri (2007: 56) berpendapat bahwa, *Output* merupakan keluaran berupa lulusan dari satuan pendidikan yang siap terjun dalam kehidupan bermasyarakat. *Output* berkaitan dengan peserta didik yang dihasilkan oleh proses pendidikan yang dipersiapkan untuk menghadapi tantangan dalam kehidupan dan bisa menjadi pribadi yang mandiri serta mempunyai wawasan dan pengetahuan lebih luas.

Balikan dari hasil *output* pendidikan merupakan umpan balik yang dapat dijadikan informasi sebagai bahan untuk mengadakan evaluasi terhadap kondisi *raw input*, *instrumental input* dan *environmental input* guna usaha perbaikan pendidikan dimasa depan. Pendidikan sebagai sistem ini dapat diartikan bahwa proses pendidikan memerlukan interaksi komponen-komponen yang berperan aktif, sehingga tujuan pendidikan dapat tercapai secara optimal.

B. Kajian Pelatihan

Menurut Westerman & Donoghue (1994: 90), pelatihan dapat didefinisikan sebagai pengembangan secara sistematis pola sikap, pengetahuan, keahlian yang diperlukan oleh seseorang untuk melaksanakan tugas atau pekerjaannya secara memadai.

Menurut Agus Hardjana (2001: 24), pelatihan merupakan kegiatan yang direncanakan, dilaksanakan secara metodis dan sistematis, dan dievaluasi secara tuntas.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelatihan merupakan kegiatan yang direncanakan, dilaksanakan secara metodis dan sistematis, dan dievaluasi, yang melibatkan sejumlah pencapaian keterampilan, konsep, aturan, ataupun perilaku untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan.

Pelatihan merupakan proses pendidikan yang dilaksanakan untuk meningkatkan kemandirian dan kemampuan para peserta pelatihan. Pelatihan ini identik dengan mempersiapkan peserta didiknya yang tertuju pada persiapan dunia kerja. Adapun konsep sistem pelatihan menurut Oemar Hamalik (2001: 10-12)

”Pelatihan adalah suatu proses; pelatihan dilaksanakan dengan sengaja; pelatihan diberikan dalam bentuk pemberian bantuan; sasaran pelatihan adalah unsur ketenagakerjaan; pelatihan dilaksanakan oleh tenaga profesional; pelatihan berlangsung dalam suatu waktu tertentu; pelatihan meningkatkan kemampuan kerja peserta; pelatihan harus berkenaan dengan pekerjaan tertentu”.

Pelatihan merupakan proses pendidikan yang dilakukan bertahap, berkesinambungan dan terpadu. Dalam pelatihan dilakukan secara sengaja ini berarti proses pelatihan terdapat perencanaan terlebih dahulu yang disusun secara terperinci dan tepat. Rancangan yang disusun berisi materi yang akan disampaikan dalam pelatihan dan penilaian program yang akan menunjukkan tingkat keberhasilan pelatihan secara menyeluruh. Pelatihan diberikan dalam bentuk bantuan artinya dalam pelatihan terdapat bimbingan, arahan, penyampaian informasi dan keterampilan yang diberikan kepada peserta didik. Pelatihan identik dengan pengembangan pengetahuan yang terkait dengan lapangan pekerjaan, didalamnya ada

tenaga kerja yang membantu mengelola alam untuk kesejahteraan masyarakat.

Tenaga kerja adalah unsur masukan dalam proses pelatihan. Ketenagakerjaan dapat dilihat dari segi pendidikan dan pengalaman, serta potensi yang dimilikinya. Pada proses pelatihan, tenaga kerja dalam pelatihan dilatih oleh tenaga pengajar yang profesional serta telah memiliki kemampuan dalam pendidikan umum, pendidikan spesial, dan kemampuan dalam belajar-mengajar. Kegiatan pelatihan mempunyai tujuan tertentu, ialah untuk meningkatkan kemampuan kerja peserta yang menimbulkan perubahan perilaku aspek-aspek kognitif, keterampilan dan sikap pada setiap peserta didiknya.

Tujuan diadakannya pelatihan tidak lepas dari tujuan pendidikan itu sendiri. Menurut Oemar Hamalik (2001: 14-15) mengenai tujuan pelatihan dapat dilihat dari beberapa segi, antara lain: a. Pengembangan kualitas SDM; b. Tujuan pendidikan; c. Lembaga pendidikan dan pelatihan; dan d. Jenis pekerjaan dan jenis pelatihan. Dari segi pengembangan kualitas SDM, hal ini berkaitan dengan pembentukan SDM yang akan menerima pendidikan pelatihan. Informasi dan pengetahuan serta keterampilan yang didapat selama menjalani pelatihan diharapkan akan merubah pola pikir. Dengan demikian SDM atau peserta pelatihan dapat mengembangkan informasi, pengetahuan dan keterampilan yang didapat selama pelatihan. Sehingga para peserta dapat meningkatkan taraf hidup dan membuka lapangan pekerjaan yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan dan

peningkatan pendapatan. Jika dilihat lebih luas lagi, ketika masyarakat sudah sejahtera maka kemajuan dan pembangunan negara akan meningkat pula. Dalam tujuan pelatihan yang berkaitan dengan SDM diharapkan para peserta pelatihan dapat mandiri dan disiplin dalam kehidupan nyata.

Dari segi tujuan pendidikan sudah tercantum dalam tujuan pendidikan nasional adalah menghasilkan manusia yang berkualitas yang dideskripsikan dengan jelas dalam UU No 2 tentang pendidikan nasional dan GBHN 1993. Dalam UU No 2 dan GBHN 1993 menjelaskan tentang tujuan dari diadakannya pendidikan. Pelatihan merupakan salah pendidikan yang bertujuan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan membentuk karakter peserta didik ke arah yang lebih baik. Pendidikan bertujuan untuk mengembangkan peserta didiknya disegala sektor, baik sektor agama, ekonomi, budaya, kesehatan dan lain sebagainya.

Jika melihat tujuan pendidikan dari segi lembaga pendidikan dan pelatihan maka setiap lembaga pendidikan dan pelatihan memiliki tujuan yang berbeda sesuai dengan fungsi dan tugas pokok lembaga tersebut dalam sebuah pelatihan. Perencanaan program pelatihan setiap penyelenggara berbeda-beda sesuai dengan ciri khas suatu lembaga. Banyak bidang yang dapat berpeluang untuk merencanakan suatu pelatihan. Misalnya pada bidang pemasaran secara *online*. Belum banyak yang paham dengan strategi, cara-cara dan keuntungan dalam menjalankan bisnis *online*. Maka Mata Air *Production* mengadakan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet untuk pengusaha kecil khususnya di

Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan dari diadakannya pelatihan ini dikhususkan pada pengetahuan cara-cara mengoptimasikan bisnis melalui jaringan internet. Bukan hanya Mata Air *Production* sebagai lembaga penyelenggara pelatihan, namun banyak lembaga swasta maupun lembaga pemerintah yang mengadakan pelatihan-pelatihan untuk mengembangkan pengetahuan masyarakat tentang suatu hal. Walaupun berbeda pada setiap perencanaan pelatihan tujuan pelatihan itu sendiri adalah mempersiapkan peserta didik dalam duni kerja.

Dilihat dari segi jenis pekerjaan dan jenis pelatihan, dapat diartikan suatu program pelatihan dapat dilihat dari peluang pekerjaan yang digeluti oleh sekelompok orang. Dari jenis pekerjaan maka dapat ditentukan jenis pelatihan yang akan diberikan kepada kelompok orang yang mempunyai jenis pekerjaan tertentu dengan masalah yang relatif sama. Pelatihan ini bertujuan untuk membangun dan membina keprofesionalan kerja dengan disiplin dan etos kerja yang baik.

C. Kajian Kewirausahaan

1. Pengertian Kewirausahaan

Menurut Peter F. Drucker dalam Kasmir (2011: 20) mengatakan bahwa, kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Sedangkan Zimmerer dalam Kasmir (2011: 20) mengartikan kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi

dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda, kreatif dan inovatif dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Kreativitas dan inovasi tersebut akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat.

2. Pengertian Wirausahawan

Menurut Kasmir (2011: 19) wirausahawan atau *entrepreneur* adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan.

Sementara itu, menurut Rhenald Kasali, dkk (2010: 12) *entrepreneur* adalah seorang yang berusaha dengan berani dan kegigihan sehingga usahanya mengalami pertumbuhan. Dari kedua pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa wirausahawan adalah orang yang berani dan gigih mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan sehingga usahanya mengalami pertumbuhan. Seorang wirausahawan selalu berusaha mencari, memanfaatkan, dan menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan. Wirausahawan harus

memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan ide.

Seorang wirausahawan perlu memiliki karakter-karakter dasar. Menurut McGraith & Mac Millan dalam Rhenald Kasali, dkk (2010: 18-19), karakter tersebut adalah *action oriented* atau bukan tipe menunda, berpikir simpel, selalu mencari peluang baru, mengejar peluang dengan disiplin tinggi, hanya mengambil peluang yang terbaik, fokus pada eksekusi, dan memfokuskan energi setiap orang pada bisnis yang digeluti.

Resiko adalah bagian dari kehidupan seorang wirausaha sehari-hari. Resiko itu berujung pada aspek finansial yang dapat mematikan usaha, yang tidak bisa diatasi, bahkan dapat merusak reputasi dan kepercayaan diri. Hanya manusia kreatif yang dapat lolos dari bencana dan kerugian. Tidak sedikit pengusaha yang mengalami kerugian dan akhirnya bangkrut. Namun banyak juga wirausahawan yang berhasil lolos dari keterpurukan dan sukses karena ketekunannya. Keberhasilan atas usaha yang dijalankan memang merupakan harapan pengusaha.

Seorang wirausahawan adalah orang yang kreatif dan mampu melihat peluang-peluang bisnis yang menguntungkan dan mampu menyediakan kebutuhan yang tepat untuk para konsumen. Wirausaha dapat dikatakan berhasil dijelaskan oleh Kasmir (2011: 30-31) bahwa wirausaha,

”Memiliki visi dan tujuan yang jelas, inisiatif dan selalu proaktif, berorientasi pada prestasi, berani mengambil resiko, kerja keras, bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang, komitmen pada berbagai

pihak, mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak”.

Seorang wirausaha harus memiliki visi dan tujuan yang jelas dalam menjalankan usahanya. Dengan menetapkan visi dan tujuan maka wirausaha dapat menentukan langkah yang akan ditempuh untuk mewujudkan tujuan yang akan dicapai. Dalam rangka mewujudkan tujuan dan visi seorang wirausaha mampu berinisiatif dan selalu proaktif. Tidak hanya menunggu suatu yang telah terjadi tetapi wirausaha lebih dulu menciptakan ide-ide dalam memecahkan sebuah masalah dan mampu mencari peluang dalam meningkatkan usaha dan menjadi pelopor dalam rangka meningkatkan pendapatan usaha.

Seorang wirausaha berorientasi pada prestasi yang membuat mereka berpikir selalu ingin sukses dan selalu menginginkan yang terbaik dari yang kemarin. Peningkatan kinerja dan pelayanan kepada pelanggan menjadi hal yang utama dalam menjalankan usaha. Aktivitas usahanya selalu diperhatikan dan bertekad untuk melayani pelanggan lebih baik dari sebelumnya.

Wirausaha hendaknya berani mengambil resiko seberat apapun resiko tersebut baik dari segi uang maupun waktu. Banyak resiko-resiko yang akan dihadapi oleh para wirausaha salah satunya adalah kebangkrutan. Seorang wirausaha selalu tidak pantang menyerah lantaran resiko yang akan mereka hadapi. Ketika hal buruk terjadi pada usahanya

maka pengusaha bergegas untuk membangkitkan lagi usaha yang mulai terpuruk ataupun bangkrut.

Wirausaha yang sukses adalah seorang pekerja keras. Menjadi pengusaha pekerjaannya tidak terpaud waktu. Seorang pengusaha yang pekerja keras akan menggunakan sebagian besar waktunya untuk mengelola dan mengatur usahanya serta menciptakan ide-ide baru dan merealisasikannya kedalam bentuk usaha. Realisasi ide-ide baru tersebut akan menjadi peluang dalam menjalankan usahanya. Pengusaha yang sukses selalu menyelesaikan masalah dan tidak ada kata pantang menyerah dalam menjalankan usahanya.

Rasa tanggung jawab perlu dimiliki oleh seorang wirausahawan yang sukses. Pengusaha hendaknya bertanggung jawab atas segala aktivitas yang dijalankan khususnya pada usahanya. Tanggung jawab ini tidak terbatas pada hal yang material saja tetapi juga moral. Sebagai pengusaha banyak bersinggungan dengan pihak lain. Tidak lari dari permasalahan yang menyangkut orang banyak dan pihak yang terkait dalam masalah itu adalah hal yang harus dilaksanakan oleh pengusaha. Pembinaan moral dan manajemen emosi yang baik mendukung terciptanya suasana yang nyaman ketika berhadapan dengan pihak lain yang berkaitan dengan usahanya.

Berhubungan dengan tanggung jawab secara moral maka wirausaha yang sukses dapat menjaga komitmennya pada berbagai pihak. Menepati janji dengan berbagai pihak merupakan kewajiban yang harus

dilakukan. Menjalin dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak baik yang berhubungan langsung dengan bidang usaha maupun tidak. Hal ini akan menguntungkan bagi pengusaha untuk meningkatkan usahanya. Hubungan baik yang dijalankan antara lain hubungan baik dengan pelanggan, distributor, produsen, pemerintah maupun masyarakat luas.

3. Strategi Pemasaran

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalani untuk mencapai sebuah tujuan. Seorang wirausaha menjalankan strategi pemasaran agar barang/jasa yang mereka tawarkan dapat memuaskan pelanggan. Dalam proses merencanakan strategi pemasaran, seorang wirausaha perlu mempertimbangkan peluang dan ancaman yang akan dihadapi. Menurut Kasmir (2011: 188) menyatakan bahwa, pelaksanaan strategi pemasaran dibagi ke dalam strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan distribusi, serta strategi promosi. Kegiatan pemasaran oleh para wirausahawan tidak terlepas dari strategi-strategi tersebut dan masing-masing strategi saling berhubungan erat satu sama lain.

Memiliki sebuah usaha pastilah ada produk berupa barang/ jasa yang menjadi ciri khas sebuah perusahaan baik dari tampilan bentuk, isi dan nama produk. Strategi produk dilakukan dalam rangka mengembangkan produknya. Menurut Kasmir (2011: 189-190) yang perlu dilakukan dalam strategi produk adalah menentukan logo dan motto, menciptakan merek, menciptakan kemasan dan keputusan label. Mendisain logo, motto, merek,

kemasan dan label perlu adanya kreativitas. Disain yang dibuat harus memiliki arti, mudah diingat, menarik dan orisinal. Hal ini akan menarik perhatian konsumen untuk mencoba barang/ jasa yang ditawarkan dan juga konsumen mudah mengingat produk yang ditawarkan. Selain itu, kualitas produk harus selalu dijaga kualitasnya sehingga pelanggan tidak merasa dirugikan.

Setelah memiliki produk yang menarik bagi pelanggan maka langkah selanjutnya adalah menentukan harga. Adapun tujuan menentukan harga untuk sebuah produk menurut Kasmir (2011: 191-192) adalah untuk bertahan hidup, memaksimalkan laba, memperbesar *market share*, pertimbangan mutu produk, dan karena persaingan. Tujuan bertahan hidup diartikan sebagai penentuan harga semurah mungkin sehingga produk yang ditawarkan laku di pasaran tetapi harga yang ditetapkan masih dapat menguntungkan bagi perusahaan. Dengan harga murah dan kualitas barang dapat bersaing, maka penjualan akan meningkat sehingga laba menjadi maksimal. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan dapat memperbesar atau memperluas *market share*. Penentuan harga juga dapat dilihat dari mutu produk. Menentukan harga yang tinggi mengesankan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang lebih bagus dari pesainya. Harga yang ditetapkan diharapkan bisa lebih kompetitif dibandingkan dengan harga yang ditawarkan pesaing.

Distribusi produk berfungsi sebagai penyaluran produk dari produsen ke konsumen atau pelanggan. Strategi distribusi penting dilakukan dalam upaya perusahaan melayani pelanggan lebih cepat dan tepat sasaran. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi strategi distribusi menurut Kasmir (2011: 197) yaitu, pertimbangan pembeli atau faktor pasar, karakteristik produk, serta faktor produsen atau pertimbangan pengawasan dan keuangan. Perusahaan harus mempertimbangkan masalah jumlah pembeli dan lokasi geografis pendistribusian produknya. Dalam pendistribusian produknya, perusahaan harus mempertimbangkan bentuk dan kondisi dari produknya. Misalnya produk yang tidak tahan lama memerlukan pendistribusian yang cepat. Produk yang mudah rusak didistribusikan secara hati-hati. Produk yang dibuat khusus didistribusikan secara cepat. Menilik dari faktor keuangan produsen atau perusahaan maka perusahaan besar lebih banyak memilih distribusi dengan cara langsung. Sedangkan perusahaan kecil lebih cenderung memakai jasa perantara untuk mendistribusikan produknya.

Sarana promosi produk yang dihasilkan oleh perusahaan bertujuan untuk menginformasikan produk mereka kepada konsumen dan menarik perhatian calon konsumen terhadap barang atau jasa yang perusahaan tawarkan. Macam-macam sarana untuk media promosi menurut Kasmir (2011: 198) antara lain, periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), penjualan pribadi (*personal selling*). Periklanan dapat dilakukan pada media-media seperti pemasangan

billboard di jalan dan tempat strategis; menyebarkan brosur; pemasangan spanduk; pemasangan iklan melalui media cetak seperti koran, majalah, buku dan lainnya; dan pemasangan iklan melalui media elektronik seperti internet, televisi, radio atau lainnya. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik pembeli dengan memberikan harga khusus, undian, hadiah dan promosi lainnya. Publisitas dilakukan perusahaan dengan cara mengikuti bazaar, pameran dan kegiatan lainnya untuk meningkatkan pamor perusahaan supaya dikenal oleh banyak orang. Sedangkan penjualan pribadi dilakukan oleh *selesman* atau *salesgirl* yang melakukan penawaran produk dengan cara memperkenalkan langsung kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan.

D. Kajian Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet

1. Pengertian Optimasi

Optimasi berasal dari bahasa inggris yaitu *optimization*. Menurut Syahu Sugian (2006: 160), *optimization* atau optimasi adalah proses menyusun berbagai usaha dari berbagai komponen menuju pencapaian tujuan yang paling memenuhi semua persyaratan.

Dalam artikel yang berjudul Dunia Optimasi dijelaskan bahwa,

“Optimasi secara umum adalah untuk memaksimalkan suatu hal yang bertujuan untuk mengelola sesuatu yang dikerjakan, sehingga optimasi bisa dikatakan sebagai kata benda yang berasal dari kata kerja, dan optimasi bisa dianggap baik sebagai ilmu pengetahuan dan seni menurut tujuan yang ingin dimaksimalkan”.

Ilmu pengetahuan adalah teknik optimasi, seni adalah menentukan di mana dan kapan optimasi harus diterapkan. Menurut definisi, optimasi

adalah proses produksi lebih efisien, dalam arti lebih kecil dan/atau lebih cepat, program melalui seleksi dan desain struktur data, algoritma, dan urutan instruksi dan lain-lainnya. Banyak Faktor yang berkaitan dengan optimasi, seperti optimasi komputer, optimasi *Web* dan lain-lainnya, sehingga optimasi memang diperlukan untuk hal apapun dan optimasi itu artinya membuat sesuatu sebagus mungkin atau paling maksimal.

Persoalan optimasi adalah persoalan yang sangat penting untuk diterapkan untuk segala sistem maupun organisasi. Dengan optimasi pada sebuah sistem kita akan bisa berhemat dalam segala hal antara lain energi, keuangan, sumber daya alam, kerja dan lain-lain, tanpa mengurangi fungsi sistem tersebut.

2. Bisnis Melalui Jaringan Internet

a. Bisnis

1) Pengertian Bisnis

Menurut Amirullah Imam & Harjanto (2005: 2), bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.

Sedangkan menurut Huat dalam Amirullah Imam & Harjanto (2005: 2) mendefinisikan bisnis sebagai suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat kita (*business is the simply a system that produces goods and service to satisfy the need of our society*).

Menurut M. Manullang (2002: 3) kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*. Bisnis dapat didefinisikan sebagai segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari.

Jadi inti dari bisnis adalah pertukaran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Hal ini berkaitan dengan keniagaan atau perdagangan yang berlangsung dari jaman dahulu dengan sistem barter. Seiring dengan perkembangan jaman maka sistem perdagangan juga mengalami perubahan. Sistem pembayaran menggunakan mata uang dalam dikenal dalam masyarakat ketika peradaban mulai maju.

Bisnis dapat mendorong denyut ekonomi suatu negara dan menyediakan berbagai sarana yang bisa memperbaiki standar hidup. Menurut Nimpoena dalam Pandji Anoraga & Djoko Sudantoko (2002: 178), bisnis merupakan usaha yang terkait erat dengan ekonomi dan politik. Hal ini disebabkan dunia ekonomi dan dunia politik pada dasarnya merupakan suatu hubungan yang saling tergantung, dan yang turut mencerminkan efektivitas suatu masyarakat dalam gerak usaha.

M. Manullang (2002: 3) menjabarkan pengertian bisnis tersebut ada sejumlah unsur penting dalam definisi tersebut, yaitu:

“a) Segala aktivitas, berarti beraneka aktivitas, seperti: produksi, distribusi, konsumsi, dan berbagai aktivitas lainnya yang ada kaitannya kepada aktivitas tersebut, seperti transportasi, pembelian, dan lain-lainnya; b) Institusi

atau badan hukum atau lembaga atau suatu organisasi merupakan sekumpulan faktor-faktor produksi terdiri dari tanah, tenaga kerja, modal dan pemimpin, yang menghasilkan barang atau jasa misalnya perusahaan-perusahaan, rumah sakit, sekolah dan berbagai macam organisasi yang ada dalam suatu masyarakat; c) Menghasilkan barang dan jasa, artinya ada *output* dari institusi tersebut baik berupa barang berwujud maupun tidak berwujud, barang berwujud dihasilkan oleh perusahaan, sedangkan barang yang tidak berwujud berupa saran, nasihat, pendapat, atau buah fikiran, dihasilkan oleh institusi, seperti pendidikan, rumah sakit, kantor konsultan, kantor pengacara dan lain sebagainya; d) Perlu untuk kehidupan masyarakat berarti ada manfaatnya kepada kehidupan masyarakat, seperti dihasilkannya berbagai jenis barang, peningkatan kesehatan atau peningkatan pendidikan anggota masyarakat dan lain sebagainya”.

Pada prosesnya, bisnis ditandai dengan aktivitas bisnis yang sangat luas. Aktivitas tersebut pada dasarnya terdiri dari produksi, distribusi dan konsumsi. Menurut M. Manullang (2002 : 12), produksi berarti setiap aktivitas untuk memuaskan kebutuhan manusia. Produksi yang dilakukan produsen antara lain mencakup penarikan sumber daya alam yang ada dilingkungan, pengolahan sumberdaya alam menjadi bahan yang siap pakai atau berupa penyediaan jasa.

Distribusi menurut M. Manullang (2002: 13) adalah, pemindahan tempat barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Distribusi akan terlaksana karena adanya aktivitas produksi dan permintaan barang atau jasa dari konsumen. Distribusi meliputi mengepakan dan transportasi kepada konsumen.

Pemakai akhir dari barang atau jasa yang disediakan oleh produsen adalah konsumen. Kegiatan menghabiskan barang atau jasa adalah kegiatan konsumsi. M. Manullang (2002: 14) berpendapat bahwa, tes terakhir dari keberhasilan produsen adalah permintaan kepada barang-barang dan jasa-jasa ini yang ditunjukkan oleh volume penjualan barang dan jasa. Permintaan barang atau jasa yang akan diproduksi oleh produsen datang dari konsumen yang membutuhkannya. Konsumen memakai dan menghabiskan barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen untuk memuaskan kebutuhan pemakai akhir produksinya.

b. Internet

Menurut Boone & Kurtz (2002: 20), internet yaitu sebuah jaringan dunia dari komputer-komputer yang saling terhubung, yang sampai batas tertentu memungkinkan setiap orang yang memiliki akses ke computer pribadi bisa mengirim dan menerima gambaran serta data dari manapun.

Menurut Rieyke Ustadiyanto (2002: 1), internet adalah sebuah alat penyebaran informasi secara global, sebuah mekanisme penyebaran informasi dan sebuah media untuk berkolaborasi dan berinteraksi antara individu dengan menggunakan komputer tanpa terhalang batas geografis.

Sedangkan menurut Bride (2001: 1), internet adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan

komputer, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi, baik pemerintah maupun swasta.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa internet adalah suatu rangkaian atau jaringan komunikasi global yang saling berhubungan, menyimpan dan menerbitkan informasi. Dengan adanya hubungan komunikasi lintas jaringan pada internet, setiap komputer yang terdapat di dunia dapat terhubung satu dengan yang lain. Hal inilah yang menyebabkan komunikasi di internet sangat cair. Karena penggunaan internet tidak mengenal batas negara, status ekonomi, ideologi dan faktor-faktor lain yang biasanya dapat menghambat komunikasi dan pertukaran informasi di dunia nyata. Dengan alasan inilah, sebagian orang menyebut internet sebagai revolusi di bidang teknologi dan informasi.

Popularitas internet yang awalnya sebagai alat komunikasi waktu perang, internet menjadikan komputer-komputer pribadi dapat dihubungkan bersama-sama. Internet juga menguntungkan perusahaan-perusahaan kecil dengan menggunakan internet untuk memantapkan keberadaan secara internasional. Semakin banyak perusahaan menganggap internet sebagai suatu alat informasi yang dapat menyebabkan mereka menjadi lebih kompetitif. Diawal perkembangannya, internet melayani dua hal yaitu sebagai jaringan militer yang ampuh dan sebagai sistem komunikasi percobaan dalam komunitas akademis. Tujuannya adalah untuk merangsang para

peneliti, dengan banyak memberikan penghargaan penelitian dari pemerintah.

Menurut Riyeke Ustadiyanto (2002: 2) sejarah perkembangan teknologi internet melibatkan empat aspek yang saling berintegrasi, yaitu:

”1) Aspek teknologi, yaitu diawali sebuah riset dalam packet switching dan ARPANET, serta teknologi yang terkait, kemudian diikuti oleh pengembangan infrastruktur untuk berbagai macam dimensi, seperti ukuran, kinerja dan fungsi serta level atas lainnya; 2) Aspek operasional dan manajemen, yaitu untuk mengatur secara operasional infrastruktur yang kompleks dan bekerja secara global; 3) Aspek sosial, yaitu aspek ini menghasilkan suatu komunitas internet yang luas dimana mereka saling bekerjasama untuk mengembangkan teknologi baru; 4) Aspek komersialisasi, yaitu dengan menghasilkan suatu perubahan yang sangat efektif dari sebuah hasil penelitian menjadi sebuah infrastruktur penyedia dan penyebar informasi yang dapat mencakup wilayah yang luas”.

Hanson (2000: 5) mengemukakan, pemecahan kebutuhan adalah *World Wide Web*. Penemuan akan perangkat yang esensial adalah *web browsers* dan *web server*. Keduanya menyediakan inovasi terutama dalam kemudahan pengguna multimedia. Sehingga hal yang memudahkan penggunaan internet untuk tiap-tiap individu menjadi penting. Saat ini terdapat suatu cara yang mudah untuk bernavigasi di internet dengan mengeklik pada rangkaian tombol dan mengetikkan alamat-alamat di internet.

Van Clever & Britton (1999: 10) mengatakan bahwa internet dapat memenuhi banyak kebutuhan pengelola informasi, yang utama sebagai berikut:

”1) Kolaborasi dokumen, seperti papan pengumuman digital termasuk fungsi pengarahan dan persetujuan; 2) Sambungan ke sistem, menyediakan akses lebih mudah ke sistem tertutup seperti informasi penjualan; 3) Sambungan ke informasi, seperti buku penuntun sumber daya manusia, formulir, dan direktori telepon; 4) Mendukung pekerjaan *mobile* (bergerak) dan menciptakan lingkungan untuk *telecommuting* di massa mendatang.

Cara-cara penggunaan internet berkembang sama cepatnya sesuai dengan peningkatan peranti dalam kemudahan dan kemapuan cara pakai. Sehingga nantinya internet memiliki banyak fungsi lain. Van Clever & Britton (1999: 14) juga menjelaskan, fungsi internet meluas dengan cepat meninggalkan tempat penyimpanan informasi statis yang biasa. Ada banyak keuntungan dari internet termasuk akses informasi, pengelolaan informasi yang efektif dan peningkatan produktifitas. Jumlah pengguna internet yang besar dan semakin berkembang, telah mewujudkan budaya internet. Internet juga mempunyai pengaruh yang besar atas ilmu, dan pandangan dunia. Dengan hanya berpanduan mesin pencari seperti *Google*, pengguna di seluruh dunia mempunyai akses internet yang mudah atas bermacam-macam informasi. Dibanding dengan buku dan perpustakaan, internet melambangkan penyebaran atau pengetahuan informasi dan data secara ekstrim.

- c. Pelatihan Bisnis Melalui Jaringan Internet yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*.

Pengembangan dengan internet juga telah memengaruhi perkembangan ekonomi. Berbagai transaksi jual beli yang sebelumnya

hanya bisa dilakukan dengan cara tatap muka dan sebagian sangat kecil melalui pos atau telepon, kini sangat mudah dan sering dilakukan melalui internet. Meningkatnya peran pemasaran melalui internet datang begitu cepatnya, sehingga mampu menarik ratusan pesaing didalamnya. Tidak dapat dibantah bahwa beberapa bisnis melalui internet akan tumbuh dan mencapai kemakmuran.

Bisnis melalui jaringan internet atau lebih sering disebut bisnis *online* atau *e-commerce*. Sering diasumsikan bahwa semua jenis bisnis yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan internet sebagai media pemasaran barang dan jasa. Menurut Riyke Ustadiyanto (2002: 28), *elektonic commerce* atau perniagaan elektronik, sebagai bagian dari *e-business* atau bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*, oleh para ahli dan pelaku bisnis dicoba dirumuskan definisinya dari terminologi *e-commerce*. Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan barang dan jasa dengan menggunakan media elektronik.

Jadi dalam hal ini internet hanyalah sebagai media karena internet sendiri mampu menyediakan informasi bagi pengguna internet. Maka tidak heran jika pelaku bisnis maupun personal menggunakan internet sebagai media yang ampuh untuk mengkomersilakan dan promosi atas produk mereka dengan harapan bahwa pengguna internet dapat melihat dan mengenal hingga akhirnya tertarik menggunakan produknya.

Internet memudahkan hubungan baru yang interaktif antara bisnis dan pelanggan mereka. Peranti ini secara dramatis dapat mengubah praktik bisnis di sebagian industri. Dalam lingkungan dunia usaha yang sangat kompleks dewasa ini, kebutuhan untuk mengelola internet secara efisien dan cepat merupakan hal yang sangat penting. Informasi, tentunya, dapat melibatkan banyak hal yaitu informasi mengenai lokasi dan pola pemesanan pelanggan, informasi mengenai persediaan dan barang jadi di tangan, informasi mengenai pembayaran dan produktivitas pekerja, informasi mengenai produk-produk yang berada dalam tahap pengembangan, dan informasi mengenai para pesaing dan pelanggan.

Lingkungan bisnis berubah dengan cepat dan kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Salah satu perubahan penting dalam tahun-tahun terakhir ini adalah pertumbuhan *e-commerce*, pembelian dan penjualan barang melalui internet. Menurut Nickels, McHugh & McHugh (2008: 18), ada 2 jenis transaksi *e-commerce* yaitu bisnis ke pelanggan (*business-to-costummer-B2C*) dan bisnis ke bisnis (*business-to-business-B2B*). Walaupun peran internet sangat penting dalam pasar konsumen, peran tersebut lebih penting lagi dalam bisnis ke bisnis yang terdiri atas penjualan barang dan jasa dari perusahaan yang satu ke perusahaan yang lain.

Selain B2C dan B2B ada pula C2C yaitu pelanggan ke pelanggan (*costummer-to-costummer*). Menurut Turban, Rainer &

Potter (2006: 16), C2C merujuk pada *e-commers* dimana pembeli dan penjualnya adalah individu, bukan perusahaan. C2C dilakukan dalam beberapa cara dalam internet. Dengan aktivitas yang paling banyak dikenal adalah lelang, iklan kecil, dan layanan personal. Lelang kebanyakan dilakukan oleh perantara seperti eBay.com, iklan kecil di internet memiliki satu keuntungan daripada jenis iklan kecil yang lebih tradisional yaitu iklan kecil ini menawarkan pembaca nasional bahkan internasional. Sedangkan layanan personal seperti pengacara, tukang, penasihat investasi, layanan kencan dan layanan lain yang tersedia di internet.

Pengembangan produksi oleh pelaku ekonomi dilirik oleh Mata Air *Production* sebagai penyelenggara acara untuk meningkatkan dan mengembangkan bisnis yang ada di Kota Yogyakarta dengan memfasilitasi pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet kepada para pelaku bisnis. Karena penyelenggara merasa ilmu yang ada khususnya ilmu dan pengetahuan bisnis *online* sangat penting dalam upaya mengembangkan usaha pebisnis yang ada di Kota Yogyakarta. Penyelenggara dalam hal ini Mata Air *Production* menjadi penghubung antara tutor dan para pebisnis untuk dapat mengetahui dan bertukar pikiran mengenai bisnis yang selama ini mereka jalankan.

E. Kajian Usaha Kecil Menengah

Yang dimaksud dengan usaha kecil menurut surat edaran bank Indonesia No. 26/1/UKK tanggal 29 Mei 1993 perihal Kredit Usaha Kecil (KUK) dalam Pandji Anoraga & Djoko Sudantoko (2002: 224-225) adalah, usaha yang memiliki total aset maksimum Rp. 600 juta (enam ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan rumah yang ditempati. Pengertian usaha kecil ini meliputi usaha perorangan, badan usaha swasta dan koperasi, sepanjang aset yang dimiliki tidak melebihi nilai Rp. 600 juta (enam ratus juta rupiah).

Sedangkan berdasarkan UU No. 9/1995 tentang usaha kecil dalam Pandji Anoraga & Djoko Sudantoko (2002: 225), usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha kecil yang dimaksud disini meliputi juga usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional.

Menurut Pandji Anoraga & Djoko Sudantoko (2002: 225-226) secara umum sektor usaha kecil memiliki karakteristik sebagai berikut:

“1. Sistem pembukuan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di – *up to date* sehingga sulit untuk menilai kinerja usahanya; 2. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi; 3. Modal terbatas; 4. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas; 5. Skala ekonomi yang terlalu kecil, sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang; 6. Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah”.

Pentingnya usaha kecil menengah di negara-negara berkembang sering kali dikaitkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial seperti pengangguran, kemiskinan, terutama dari masyarakat golongan pendidikan rendah. Ditambah lagi masalah urbanisasi dan persebaran penduduk yang tidak merata. Adanya usaha kecil menengah dan perkembangannya diharapkan dapat memberi suatu kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah-masalah tersebut.

Usaha kecil mempunyai peran besar dalam menciptakan sebagian besar lapangan kerja baru, merupakan ajang penelitian dan pengembangan bagi perekonomian, menciptakan banyak perusahaan baru dan para pemilik dari usaha kecil merupakan jantung dari perekonomian. Para pemilik usaha kecil yang baru dan yang sudah ada terus mengembangkan ide baru, mencoba cara baru untuk mengembangkan sesuatu dan menguji produk-produk atau jasa baru. Keuntungan dari keberhasilan usaha kecil merupakan sumber utama modal untuk membiayai pertumbuhan. Perusahaan lain meniru dan mengikuti perusahaan-perusahaan yang berhasil sehingga tercipta lingkungan persaingan.

F. Kerangka Berfikir

Sektor usaha kecil memegang peranan penting terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sektor usaha kecil ini menjadi kreatif dan inovatif serta tanggap akan keinginan pasar yang kian berkembang. Para pengusaha kecil senantiasa menciptakan ide-ide baru yang kreatif dan inovatif, menganalisis keinginan pasar lalu menciptakan barang/jasa sesuai dengan keinginan pasar

serta mendayagunakan teknologi yang ada untuk menghasilkan produk-produk yang mampu bersaing di pasar domestik maupun manca negara.

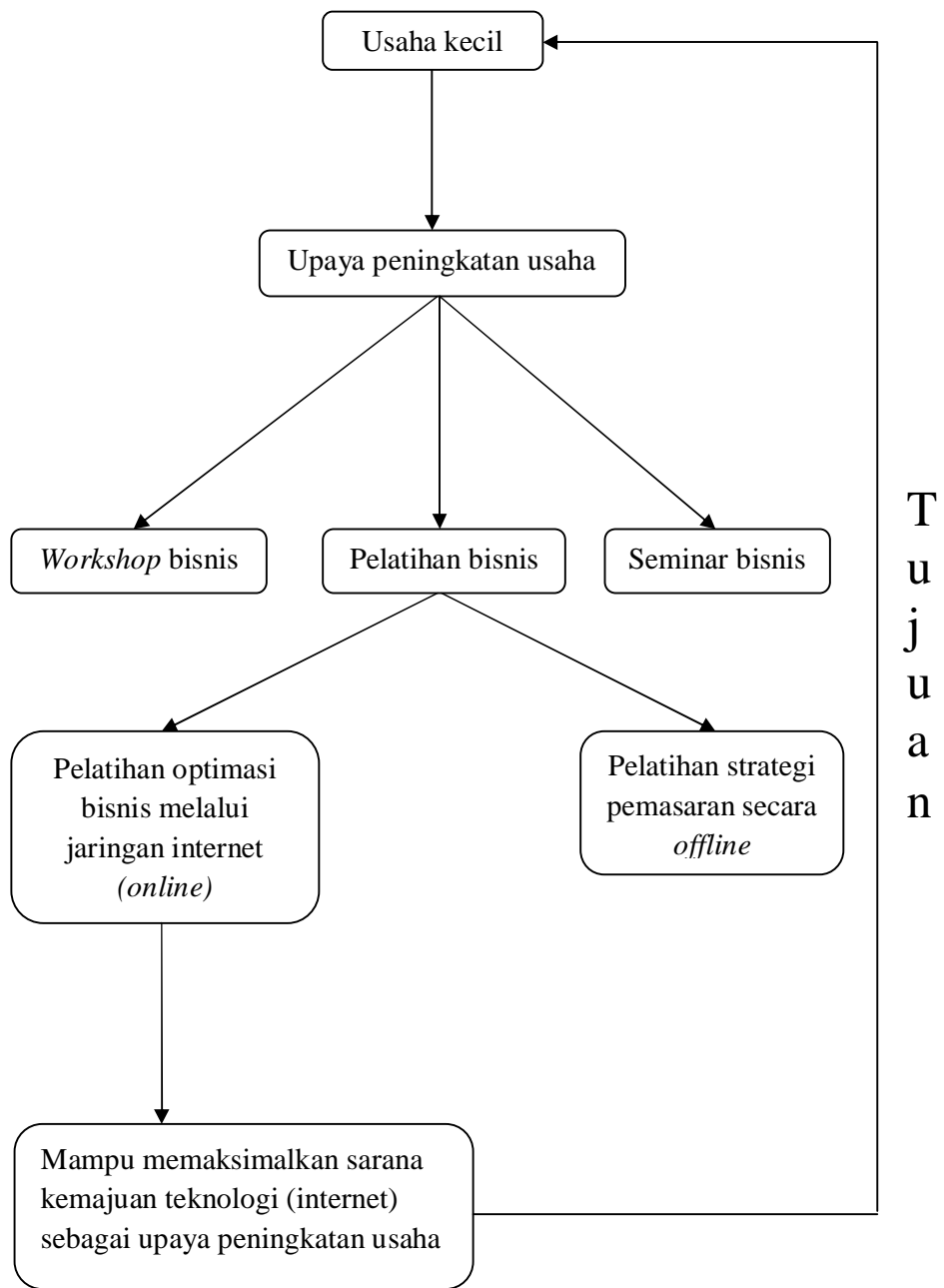
Kreatifitas dan inovasi yang dilakukan pengusaha kecil tak lepas dari kemajuan ilmu dan teknologi. Para pengusaha kecil hendaknya peka terhadap kemajuan ilmu dan teknologi yang mempermudah para pengusaha kecil melakukan kegiatan perniagaan, mulai dari produksi sampai distribusi barang/jasa yang mereka produksi. Manusia mengembangkan dan menguasai pengetahuan, keterampilan, dan teknologi merupakan upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Semakin maju dan semakin banyak jumlah orang yang berpengetahuan, berketerampilan, dan menguasai teknologi, maka akan semakin mamacu pertumbuhan ekonomi suatu negara. Kualitas hidup merujuk pada kesejahteraan suatu masyarakat secara umum dalam hal kebebasan berpolitik, lingkungan hidup yang bersih dan segala sesuatu yang menuju pada kepuasan dan kesenangan.

Internet salah satu dari perkembangan ilmu dan teknologi yang berguna untuk mempermudah komunikasi bagi masyarakat pada umumnya dan pengusaha kecil pada khususnya. Dengan internet kita dapat dengan mudah mengakses informasi-informasi dari manapun, kapanpun dan dimanapun kita berada. Internet sebagai media komunikasi memungkinkan kita terhubung dengan semua pengguna internet didunia, karna cakupan internet sangatlah luas. Hal tersebut hendaknya dijadikan peluang oleh pengusaha kecil untuk meningkatkan usahanya dalam rangka memperluas jaringan distribusi barang/jasa yang mereka produksi untuk peningkatan usahanya.

Banyak cara menggali pengetahuan dan informasi mengenai strategi dan cara-cara berbisnis baik melalui media internet yang sering disebut bisnis *online* maupun strategi dan cara-cara berbisnis tanpa melalui internet. *Workshop*, seminar dan pelatihan kewirausahaan untuk bertukar informasi, pengetahuan dan pengalaman antara pengusaha dan masyarakat pada umumnya mengenai berbisnis.

Mata Air *Production* sebagai penyelenggara acara yang terkonsentrasi di bidang *entrepreneurship* mengadakan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang sering disebut bisnis *online*. Mengajak para pengusaha kecil serta masyarakat umum untuk mendayagunakan internet sebagai media berwirausaha serta menyalurkan informasi dan ilmu yang berkaitan dengan strategi, cara, dan trik berbisnis melalui jaringan internet. Sehingga para pengusaha kecil dan masyarakat yang mengikuti pelatihan optimasi bisnis tersebut dapat memaksimalkan kemajuan ilmu dan teknologi khususnya internet sebagai medianya.

Berikut adalah skema dari kerangka berfikir yang telah dijabarkan diatas :



Gambar 1. Kerangka Berfikir

G. Pertanyaan Penelitian

Untuk mengarahkan penelitian yang akan dilaksanakan agar dapat memperoleh hasil yang maksimal, maka perlu dimunculkan pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana perencanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*?
 - a. Bagaimana peserta pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*?
 - b. Bagaimana *trainer* pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*?
 - c. Bagaimana pembiayaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*?
 - d. Bagaimana kelengkapan sarana dan prasarana dalam pelaksanaan pelatihan?
2. Bagaimana implementasi pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*?
 - a. Apa saja materi yang diberikan dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?
 - b. Apa metode yang digunakan dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?

- c. Bagaimana strategi pembelajaran dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?
3. Bagaimana hasil dari pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini?
- a. Bagaimana interaksi peserta dengan *trainer* berkaitan dengan materi yang disampaikan?
 - b. Bagaimana tingkat keberhasilan *trainer* dalam memotivasi peserta pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?
 - c. Bagaimana evaluasi yang diberikan trainer kepada peserta pelatihan?
4. Bagaimana dampak dari pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini terhadap perkembangan usaha peserta?
- a. Sejauh mana penerapan materi yang didapat pada saat pelatihan oleh peserta setelah mengikuti pelatihan?
 - b. Bagaimana penggunaan internet sebagai upaya peningkatan usaha oleh peserta setelah mengikuti pelatihan?
 - c. Bagaimana pengaruh berbisnis melalui jaringan internet terhadap tingkat pendapatan peserta setelah mengikuti pelatihan?

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti bermaksud mendeskripsikan, menguraikan dan menggambarkan implementasi pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata air. Menurut Suharsimi Arikunto (2003: 310)

“Penelitian deskriptif hanya menggambarkan “apa adanya” tentang suatu variabel, gejala atau keadaan. Dalam penelitian kualitatif data yang diperoleh berupa informasi, keterangan dan berupa hasil-hasil pengamatan. Hasil dari pengamatan penelitian ini disajikan dalam bentuk kata-kata sehingga diperoleh pemahaman-pemahaman yang lebih mendalam mengenai penelitian selama berinteraksi dilapangan”.

B. Subjek Penelitian

Suharsimi Arikunto (2003: 119) menyebutkan bahwa, subjek penelitian merupakan sesuatu yang kedudukannya sentral karena pada subjek penelitian itulah data tentang variabel yang diteliti berada dan diamati oleh peneliti. Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data dapat berupa orang, benda gerak, atau proses tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi dalam mengumpulkan data, maka sumber data adalah kata-kata atau tindakan orang yang diwawancara, sumber data tertulis, dan foto.

Subjek sasaran penelitian ini adalah 2 orang pengelola program, 2 orang *trainer*, dan 3 orang peserta dalam program pelatihan optimasi bisnis melalui internet. Pemilihan subjek penelitian ini dilakukan dengan tehnik

purposive sampling. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan subjek penelitian yang tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Pertimbangan lain dalam pemilihan subjek adalah subjek memiliki waktu apabila peneliti membutuhkan informasi untuk pengumpulan data dan dapat menjawab berbagai pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan.

C. Setting, Waktu dan Lama Penelitian

1. Setting penelitian

Setting penelitian yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah di dalam dan di luar pelatihan yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*. Proses pelaksanaan pelatihan berada di Hotel *Grand Palace* Yogyakarta. Penelitian ini memilih Mata Air *Production* yang beralamat di jalan Sidikan No. 174 Sorosutan Umbul Harjo Yogyakarta dengan alasannya adalah sebagai berikut :

- a. Mata Air *Production* merupakan salah satu lembaga swasta di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta yang memberikan atau menyelenggarakan program pelatihan optimasi bisnis melalui internet.
- b. Mata Air *Production* merupakan salah satu wahana kajian dari pendidikan luar sekolah yang memberikan tambahan pendidikan non formal.

2. Waktu dan Lama Penelitian

Waktu penelitian untuk mengumpulkan data dilaksanakan pada bulan Juni 2012 sampai dengan bulan Agustus 2012. Proses tersebut dijalani untuk

mengakrabkan antara peneliti dengan subjek penelitian. Pelaksanaan pengumpulan data dilakukan di dalam maupun di luar Mata Air *Production*.

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Juni 2012 sampai dengan bulan Agustus 2012. Tahap-tahap yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Tahap pengumpulan data awal yaitu melakukan observasi awal untuk mengetahui suasana tempat, pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet, serta wawancara formal pada obyek penelitian.
- b. Tahap penyusunan proposal. Dalam tahap ini dilakukan penyusunan proposal dari data-data yang telah dikumpulkan melalui tahap penyusunan data awal.
- c. Tahap perijinan. Pada tahap ini dilakukan pengurusan ijin untuk penelitian ke lembaga penyelenggara pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yaitu Mata Air *Production*.
- d. Tahap pengumpulan data dan analisis data. Pada tahapan ini dilakukan pengumpulan terhadap data-data yang sudah didapat dan dilakukan analisis data untuk pengorganisasian data, tabulasi data, prosentase data, interpretasi data, dan penyimpulan data.
- e. Tahap penyusunan laporan. Tahapan ini dilakukan untuk menyusun seluruh data dari hasil penelitian yang didapat dan selanjutnya disusun sebagai laporan pelaksanaan penelitian.

D. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi/ pengamatan serta dokumentasi. Untuk lebih jelasnya mengenai metode pengumpulan data dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Wawancara

Imam Suprayogo & Tobroni (2001: 172) mengemukakan bahwa, wawancara adalah percakapan langsung dan tatap muka dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Dalam penelitian ini digunakan metode wawancara, alasan yang mendasarinya adalah bahwa hanya dengan bertanya-jawab secara langsung dengan responden, peneliti akan mendapatkan informasi-informasi secara lebih luas dan mendalam.

Wawancara akan dilakukan pada 2 orang pengelola, 2 orang *trainer* dan 3 orang peserta. Wawancara pada pengelola dilakukan untuk mengetahui identitas lembaga, proses pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui internet dan peran pengelola sendiri dalam penyediaan sumber belajar. Wawancara pada *trainer* digunakan untuk mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam proses pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui internet. Sedangkan wawancara pada peserta

digunakan untuk mengetahui partisipasi peserta dalam proses pelaksanaan pelatihan dan hasil yang telah tercapai setelah berlangsungnya pelatihan.

2. Observasi/ pengamatan

Menurut Imam Suprayogo & Tobroni (2001: 167) mengenai observasi atau pengamatan bahwa,

”Secara umum, observasi berarti pengamatan, penglihatan. Sedangkan secara khusus, dalam dunia penelitian, observasi adalah mengamati dan mendengar dalam rangka memahami, mencari jawaban, mencari bukti, terhadap fenomena (perilaku, kejadian-kejadian, keadaan, benda, dan simbol-simbol tertentu) selama beberapa waktu tanpa mempengaruhi fenomena yang diobservasi, dengan mencatat, merekam, memotret fenomenologi tersebut guna penemuan data analisa”.

Metode ini digunakan untuk memperoleh data atau informasi yang lebih lengkap, lebih mendalam dan terperinci, maka dalam melakukan pengamatan dilaksanakan melalui observasi non partisipasi terutama pada saat berlangsungnya pelatihan. Data dan informasi yang diperoleh melalui pengamatan ini selanjutnya dituangkan dalam tulisan.

Dalam penelitian ini observasi akan dilakukan untuk mengumpulkan data mengenai dampak dari pelatihan optimasi bisnis melalui internet yang diselenggarakan Mata air *Production*.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi menurut Suharsimi Arikunto (1998: 236) adalah, metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel.

Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk mengetahui data berupa catatan tertulis mengenai identitas penyelenggara, *trainer*

dan peserta, jenis sumber belajar, kurikulum dan satuan pembelajaran, kemajuan prestasi peserta. Dokumentasi lain berupa foto kegiatan, tempat penyelenggaraan, sarana prasana, proses pembelajaran, dan sumber belajar yang ada. Dokumentasi pelengkap berupa dokumen resmi atau pribadi.

Berikut ini adalah tabel teknik pengumpulan data yang telah disusun guna memudahkan penelitian

Tabel 1. Kisi-Kisi Penelitian

No	Jenis Data	Komponen	Metode	Sumber	Alat
1.	Perencanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet	<ul style="list-style-type: none"> - Peserta pelatihan: Kriteria - <i>Trainer</i> dalam pelatihan: Cara perekrutan, kriteria, dan peran <i>trainer</i> - Pembiayaan: Sumber dana - Sarana, prasarana: Lokasi, media pembelajaran, fasilitas 	wawancara dan dokumentasi	Pengelola, <i>trainer</i> , peserta pelatihan	Pedoman wawancara, pedoman dokumentasi
2.	Implementasi pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet	<ul style="list-style-type: none"> - Materi pelatihan: Cara penyusunan materi, alokasi waktu materi - Metode pelatihan - Strategi pembelajaran dalam pelatihan 	wawancara dan dokumentasi	Pengelola, <i>trainer</i> , peserta pelatihan	Pedoman wawancara, pedoman dokumentasi
3.	Hasil pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet	<ul style="list-style-type: none"> - Interaksi dalam proses pelatihan - Motivasi yang diberikan <i>trainer</i> - Evaluasi 	wawancara	Pengelola, <i>trainer</i> , peserta pelatihan	Pedoman wawancara
4.	Dampak pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet	<ul style="list-style-type: none"> - Penerapan materi pelatihan setelah mengikuti pelatihan - Penggunaan internet setelah pelatihan - Pengaruh pelatihan terhadap tingkat pendapatan 	observasi dan wawancara	Paserta pelatihan	Pedoman observasi dan pedoman wawancara

E. Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Adapun instrumen pendukung yang digunakan untuk mengungkapkan data dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara, pedoman observasi dan pedoman dokumentasi terstruktur yang dibuat sendiri oleh peneliti dibantu dosen pembimbing. Agar tidak terkesan kaku, peneliti berusaha menghafalkan terlebih dahulu isi pedoman wawancara, pedoman observasi dan pedoman dokumentasi supaya penyampaian tidak tergesa-gesa.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan & Biklen dalam Lexy J Moleong (2006: 248) analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan data yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

G. Keabsahan Data

Untuk memperoleh keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik keabsahan data. Triangulasi menurut Lexy J Moleong (2006: 330) adalah, teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan penggunaan sumber. Menurut Patton

dalam Lexy J Moleong (2006: 330-331), triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan atau informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

Mata Air *Production* merupakan lembaga Pendidikan non formal yang memfokuskan kegiatan dalam bidang pelatihan *entrepreneur* yang beralamatkan di Jl. Sidikan No. 174 Nitikan Umbulharjo Yogyakarta Telp. 0274 – 371056. Mata Air *Production* didirikan pada tanggal 1 Maret 2010. Para praktisi dan pebisnis di dalam bisnis *online* sukses Indonesia yang bersertifikat internasional dan berpengalaman yang tergabung dalam Mata Air *Production* melihat peluang bisnis *online* di Indonesia banyak dilirik para pengusaha kecil, khususnya untuk wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun banyak yang belum paham tentang pengoptimasian bisnis *online* melalui aplikasi-aplikasi yang tersedia di mesin pencari *Google*.

Selanjutnya Mata Air *Production* mengajarkan prinsip-prinsip berbisnis *online* yang kreatif dan membuka cara pandang baru tentang bisnis di internet dengan penekanan bahwa sangat mudah menjadi pengusaha, dengan berbekal cara berbisnis melalui jaringan internet yang benar tanpa harus mahir menguasai IT terlebih dahulu.

Adapun visi yang ingin dicapai Mata Air *Production* dalam setiap kegiatan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang mereka selenggarakan yaitu:

1. Menjadi lembaga pendidikan non formal yang berfokus pada pendidikan *entrepreneur internet marketing* yang terdepan, terbesar, terbaik dan berkualitas di Indonesia.
2. Sebagai jalur alternatif menjadi pengusaha serta mengatasi permasalahan minimnya lapangan pekerjaan dan minimnya kesejahteraan masyarakat.
3. Mendorong masyarakat Indonesia agar berani untuk berbisnis *Internet marketing*.
4. Menjadi lembaga pendidikan *entrepreneurship* di bidang IT yang berskala nasional yang menciptakan pengusaha baru yang mandiri, kreatif, dan inovatif.
5. Mencetak pengusaha *online* yang inovatif dan kreatif di Indonesia dan menjadi solusi untuk kesuksesan bisnis para pengusaha sehingga mampu membuka lapangan pekerjaan sebanyak banyaknya yang secara bersama-sama bisa dinikmati masyarakat dan bangsa Indonesia melalui bisnis internet.

Visi yang ingin dicapai oleh Mata Air *Production* dapat dijabarkan dalam misi dalam kegiatan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang mereka selenggarakan. Adapun misi dalam kegiatan yang Mata Air *Production* selenggarakan, antara lain :

1. Ingin berbagi ilmu dan strategi bisnis di dunia *online* yang selama ini disembunyikan para guru dan ahli internet *marketing* sukses melalui seminar, pelatihan, *workshop* dan kelas, yang digelar di berbagai kota besar di Indonesia.

2. Membangkitkan keberanian dalam bisnis dan mengubah pandangan masyarakat bahwa bisnis *online* bisa dilakukan siapa saja tidak harus mahir dalam menggunakan internet dan semua bisa menjadi pebisnis *online* yang sukses.
3. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada masyarakat untuk menanggulangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia.
4. Mengembangkan potensi sosial ekonomi daerah setempat dengan membangun, serta mengelola usaha mandiri dan berbagi ilmu agar mereka nantinya menjadi pelaku usaha sukses di daerah sendiri.
5. Menjadi tempat untuk belajar berbisnis internet, mengembangkan diri serta menjadi aset sumber daya manusia nasional dan kebanggaan masyarakat Indonesia.
6. Menjadi wadah bagi pebisnis pemula, pengusaha kecil, pengusaha konvensional atau *offline*, pebisnis besar, PNS dan karyawan, profesional, sarjana, mahasiswa, ibu rumah tangga, pensiunan, pengangguran, *marketing* atau *marketer*, pengguna jejaring sosial dll, untuk bersama-sama mewujudkan keinginan menjadi pengusaha *online* dan *offline* tangguh dan sukses.

Tujuan dari diselenggarakannya semua kegiatan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet oleh Mata Air *Production* adalah:

1. Berbagi ilmu dalam bisnis melalui jaringan internet.
2. Membangkitkan keberanian dalam berbisnis melalui jaringan internet.

3. Mengubah pandangan masyarakat bahwa bisnis melalui jaringan internet bisa dilakukan siapa saja, dimana saja dan kapan saja.
4. Membangun kemandirian para peserta pelatihan dalam menjalankan bisnis melalui jaringan internet.
5. Para peserta dapat mengembangkan bisnis khususnya bisnis melalui jaringan internet.

Mata Air *Production* adalah sebuah lembaga yang bergerak dalam bidang pendidikan non formal. Seperti lembaga-lembaga lainnya, Mata Air *Production* memiliki struktur kepengurusan. Hal ini berguna untuk pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas pada masing-masing pengelola. Sehingga pola kerja mereka dapat bersinergis satu dengan yang lain yang menjadikan proses kegiatan yang diselenggarakan dapat terwujud dan mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Struktur kepengurusan Mata Air *Production* adalah sebagai berikut :

Dewan Penasehat	: Murlidi, Drs. Alex Pracaya.
Ketua	: Ali Akbar
Wakil ketua 1	: Navi Ananda Utama, S.Psi.
Wakil ketua 2	: Sriyoto, S.Pd
Wakil ketua 3	: Umar Wiharto Nugroho. S.Pd
Bidang SDM	: Anwar Dwi Santoso, S.Psi
Bidang Humas & Kerjasama	: Andika Wikantiasa S.E
Bidang Admin & Keuangan	: Triana Budhi Setiyowati Prihandini S.KM
Bidang <i>Internet Marketing</i>	: Kuncoro Mubyarto

Wakil bidang *Internet Marketing* : Prasetyo Utomo

Staff : Azhar Shofi, Nasrun Hidayat

Pelatihan optimasi bisnis yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production* ditujukan untuk semua masyarakat umum yang berkeinginan untuk mengetahui seluk beluk bisnis melalui internet. Peneliti mempersempit cakupan peserta hanya pengusaha kecil yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai subyeknya.

Sumber pembiayaan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Mata Air *Production* bersifat mandiri. Sumber pembiayaan seluruh kegiatan bersumber pada biaya pendaftaran para peserta pelatihan yang dilaksanakan. Dana yang masuk dari peserta kegiatan dikelola sendiri oleh pengelola Mata Air *Production*, sebagian dipergunakan untuk keperluan pelatihan, sebagian lagi dipergunakan untuk keperluan kantor. Selama ini belum ada pihak asing yang mendanai kegiatan-kegiatan yang dirancang oleh Mata Air *Production* ini.

Mata Air *Production* hanya bekerjasama dengan pihak *trainer* dari tim BISMA *center*. BISMA *center* adalah forum diskusi yang di gagas oleh Ali Akbar, menampung anggota-anggota forum yang menjalankan bisnis *online offline*. BISMA *center* memfasilitasi anggota-anggotannya untuk memasarkan bisnis *offline*-nya secara *online*.

B. Hasil Penelitian

1. Perencanaan Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air *Production*

a. Peserta Pelatihan

Peserta pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production* adalah pengusaha kecil yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

”UW” selaku pengelola mengungkapkan tentang perekrutan peserta pelatihan bahwa, ”Kita promosi pelatihan lewat brosur, *leaflet*, baliho dan spanduk-spanduk yang kami pasang di jalan-jalan. Selain itu kami juga pasang iklan via *online* dan disiarkan di radio. Dan sebelum pelatihan kita adakan seminar buat perekrutannya.”

”SO” selaku pengelola menambahkan tentang kriteria perekrutan peserta pelatihan, ”Peserta pelatihan engga kita batasi umur, pekerjaan, sama latar belakang pendidikannnya, jadi dari semua kalangan bisa ikut pelatihan. Syaratnya cuma ketertarikan, kemauan dan keinginan buat nambah pengetahuan tentang bisnis *online*, itu aja.”

Hal senada diungkapkan oleh ”RM” selaku peserta pelatihan, ”Saya taunya ada pelatihan ini dari seminar yang sebelum pelatihan.”

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, didapatkan data bahwa peserta pelatihan adalah masyarakat umum yang mempunyai usaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan minat belajar tentang

bisnis melalui jaringan internet. Sebelum diselenggarakan pelatihan ada seminar tentang optimasi melalui jaringan internet terlebih dahulu. Diawali dengan mengisi formulir pendaftaran peserta pelatihan dan membayar sejumlah uang yang telah disepakati, sanggup mengikuti pelatihan sesuai jadwal yang telah ditentukan oleh penyelenggara, serta sehat jasmani dan rohani. Penyelenggara pelatihan tidak memiliki batasan umur dalam kriteria perekrutan peserta.

Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini berjumlah 15 orang dari masyarakat umum yang mempunyai usaha kecil di berbagai bidang. Tidak ada kriteria khusus menjadi peserta pelatihan. Peserta pelatihan adalah orang-orang yang berminat ingin menambah pengetahuan tentang bisnis *online* dan yang ingin mengembangkan usahanya secara *online*.

b. *Trainer*

Trainer pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet adalah orang-rang yang ahli dalam dunia *internet marketing*. *Trainer* Mata Air *Production* umumnya adalah praktisi dan pelaku bisnis internet sukses, teruji dan berpengalaman pada bidang bisnis internet, pakar dan praktisi di bisnis *online* yang bersertifikat internasional. *Trainer* Mata Air *Production* merupakan tim *trainer* dari tim BISMA *center*.

”SO” menjelaskan tentang perekrutan *trainer* dalam pelatihan, ”Engga ada perekrutan secara khusus buat jadi *trainer*. *Trainer* disini dari

tim BISMA *center* yang berpengalaman dibidang bisnis *online*. Jadi kita bekerja sama dengan tim BISMA *center* ini untuk jadi *trainer*.”

Hal senada dikemukakan ”AA” selaku *trainer*. Ia mengungkapkan, ”Kami dari tim BISMA *center* bekerja sama dengan pihak penyelenggara pelatihan. Engga ada perekrutan pake tes-tes *trainer* segala.”

Dari hasil wawancara didapatkan informasi tentang *trainer* dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet adalah tim BISMA *center*. BISMA membentuk tim *trainer* untuk berbagi ilmu tentang bisnis internet *marketing* dan bekerjasama dengan pihak Mata Air *Production*. BISMA singkatan dari bisnis, *sharing*, internet, *marketing*, dan *affiliation*. BISMA *center* adalah komunitas para *optimizer* bisnis *online* yang membuat suatu perkumpulan untuk bertukar informasi bisnis para anggotanya. Tim *trainer* berperan menjadi fasilitator dalam pelatihan, memberikan pengetahuan, pengarahan, dan berbagi pengalaman tentang bisnis melalui jaringan internet kepada para peserta pelatihan. *Trainer* lebih menekankan pada materi praktek daripada teori tentang bisnis ini.

c. Pembiayaan

Pembiayaan dalam proses pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini bersumber sepenuhnya dari peserta. Mengenai pembiayaan ini peneliti telah mewawancari ”SO” sebagai pengelola pelatihan, ia mengatakan, ”Sumber dananya ya dari peserta pelatihan *tok*. Investasi peserta pelatihan itu tiga juta lima ratus per peserta. Nah duit itu

ya buat biaya sewa gedung, makan, buat bayar *trainer*-nya juga dan fasilitas yang lain. Dan kita engga pake sponsor dari manapun...”

”UW” selaku pengelola mengatakan hal yang senada dengan ”SO”, ”Kalau masalah dana sih dari kita engga ada sponsor. Pelatihannya itu swadana. Duit dari peserta, ya uangnya dipake untuk pelatihan yang dua hari itu. Ya bayar *trainer*, makan, sewa gedung, modul, udah dapet *domai* juga pesertanya, sama fasilitas yang lain mba...”

Dari hasil wawancara pada pengelola yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa biaya yang dipakai dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet adalah sepenuhnya dari peserta pelatihan. Biaya yang dibayarkan peserta pelatihan merupakan investasi dari upaya peningkatan usaha mereka. Dana yang terkumpul dari peserta dialokasikan untuk kelangsungan pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet. Dana yang terkumpul digunakan untuk memnuhi kebutuhan peserta selama pelatihan mulai dari sarana prasarana dan fasilitas yang diberikan oleh pihak penyelenggara. Pihak penyelenggara tidak bekerja sama dengan pihak lain terutama dalam masalah pendanaan pelaksanaan pelatihan.

d. Sarana dan Prasarana dalam Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet diselenggarakan di *Grand Pallace Hotel* yang beralamat di Jl. Mangkuyudan No. 32, Yogyakarta. Dengan penyusunan ruang kelas yang nyaman dan dipilih ruang pelatihan yang luas dan penempatan meja

peserta perhadapan dengan meja *trainer*, sehingga peserta dapat langsung berinteraksi dengan *trainer*. Pelatihan optimasi bisnis diselenggarakan pada tanggal 25 dan 26 Februari 2012, pukul 10.00 WIB – 16.00 WIB.

Dalam wawancara peneliti kepada "SO" selaku penyelenggara pelatihan, ia mengatakan,

"Fasilitas pelatihannya kita menyediakan ruang kelas udah ada LCD proyekturnya dan kelasnya ber-AC biar pesertanya nyaman di dalem ruangan, konsumsi buat peserta sama *trainer*, ada modul sama buku panduan untuk peserta, terus kita juga ngasih *domain* dan *hosting* gratis untuk peserta. Kalo *laptop* untuk prakteknya peserta bawa sendiri, dari kita engga menyediakan *laptop*-nya"

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti didapat data mengenai sarana yang disediakan dalam pelatihan guna menunjang keberhasilan proses pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui internet ini, yaitu ruang kelas yang nyaman, LCD proyektor untuk media pembelajarannya, modul dan buku panduan pelatihan yang berisi materi-materi yang akan diajarkan kepada peserta pelatihan.

Selain itu dalam pelaksanaan pelatihan pihak penyelenggara menyediakan *domain* dan *hosting* secara cuma-cuma kepada para peserta dengan tujuan praktek secara langsung materi pelatihan sekaligus memudahkan peserta dalam melakukan bisnis melalui jaringan internet yang mereka jalankan. Pihak penyelenggara juga akan memberikan sertifikat kepada para pesertanya setelah mereka mengikuti semua proses dalam pelaksanaan pelatihan.

2. Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air Production

a. Materi yang Diberikan dalam Pelatihan

Dalam kerangka berfikir, sebuah aktifitas pendidikan yang masuk dalam kategori *non formal* adalah pendidikan yang berbasis *continuous learning*, salah satunya adalah pelatihan atau pelatihan. Pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air Production menjadi salah satu alternatif pendidikan dalam hal bisnis. Terdapat beberapa karakteristik umum yang menjadi prasyarat sebuah aktifitas pendidikan dan beberapa hal lain yang dinilai unik sebagai suatu alternatif pendidikan *non formal*.

Agar pelaksanaan pelatihan terarah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai penyelenggara, maka ada pedoman materi yang disampaikan oleh *trainer* kepada peserta. Materi yang diberikan berdasarkan pada kebutuhan peserta terkait bisnis *internet marketing*. Adapun materi secara teoritis berisi tentang informasi-informasi mengenai perkembangan bisnis *online* di Indonesia, optimasi bisnis *online* yang telah berjalan dan pengalaman kesuksesan pebisnis yang menjalankan optimasi bisnis mereka melalui jaringan internet, serta cara-cara pengoptimasian bisnis secara *online*. Materi-materi secara praktis ditekankan pada pengoptimasian bisnis melalui jaringan internet yang diaplikasikan dalam mesin pencari di internet. Namun yang menjadi catatan penting adalah pelaksanaan bisnis

pada nantinya lebih banyak disajikan dalam bentuk praktik dari pada sekedar teori.

Dalam pelaksanaan pelatihan di Mata Air *Production* memberikan materi yang lebih mengarah pada upaya optimasi bisnis melalui jaringan internet. Materi-materi disusun berdasarkan pengalaman *trainer* dalam menjalankan bisnis melalui jaringan internet. Materi-materi tersebut tergabung menjadi kurikulum pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet. Kurikulum yang disusun adalah kurikulum berbasis *continuous learning* yang dirancang dan disusun oleh tim *trainer*. Seperti yang diungkapkan oleh "UW" selaku penyelenggara. Ia mengatakan, "Materi dirancang tim dari *trainer*, dari pihak penyelenggara tidak ikut dalam penyusunannya. Semua isi materi pelatihan kita serahkan sepenuhnya sama *trainer*."

Hal serupa diungkapkan "AA" selaku *trainer*,

"Materi kita susun berdasarkan pengalaman para pakar bisnis dalam mengoptimasi bisnis *online*-nya. Kurikulum yang kami susun berbasis *continuous learning* dan materi pelatihan dapat berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan bisnis dan kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kurikulumnya kami buat itu kurikulum dan sistem pendidikan yang praktis dan bisa langsung diterapkan peserta. Kira-kira 75 persen praktek, 25 persen teori."

Dari wawancara yang telah dilaksanakan, peneliti mendapatkan informasi bahwa materi disusun oleh tim *trainer* dan pihak penyelenggara tidak ikut serta dalam penyusunannya. Kurikulum dan sistem pendidikan di Mata Air *Production* menggunakan kurikulum dan sistem pendidikan yang praktis dan bisa langsung diterapkan dalam bisnis. Kurikulum ini

tidak statis tapi dinamis. Dinamis disini berarti materi pelatihan yang disusun menyesuaikan kemajuan dan perkembangan bisnis serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Karena dalam berwirausaha, wirausahawan dituntut untuk penuh dengan ide-ide kreatif dan inovatif sesuai dengan perkembangan jaman dengan cepat. Model-model pemasaran dan bisnis semakin berkembang dan diharapkan materi pelatihan yang diberikan sesuai dengan *trend* bisnis yang sedang berlangsung saat ini. Dalam pelaksanaan pelatihan 75 persen ditekankan pada praktek dan 25 persen pada teori.

Pembagian waktu penyampaian materi pelatihan sangatlah penting agar materi yang disusun dapat tersampaikan semua sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Berkaitan dengan alokasi pembagian waktu terhadap materi-materi yang disajikan dalam pelatihan, "AP" selaku *trainer* dalam pelatihan optimasi bisnis melalui internet mengemukakan, "Kalau di kurikulum yang kita susun alokasi waktu pelatihan itu 300 menit per hari, pelatihannya sendiri 2 hari. Kita lebih banyak praktek daripada teori. 180 menit teori, 420 menit prakteknya."

"SO" sebagai pihak penyelenggara membenarkan pernyataan dari "AP" selaku *trainer*. "SO" mengatakan, "Pelatihannya itu 2 hari mba.. Per harinya kita alokasikan waktu 300 menit. Kira-kira bagi waktunya itu 180 menit buat penyampaian teorinya, 420 menit buat materi prakteknya..."

Wawancara yang peneliti lakukan maka diperoleh data tentang pengalokasian waktu pelatihan terhadap materi yang disusun adalah 300

menit per hari dan pelatihan dilaksanakan selama 2 hari sehingga total alokasi waktu pelaksanaan pelatihan adalah 600 menit. Dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet tersebut lebih ditekankan pada praktek. Pembagian waktu dalam pelatihan terhadap materi secara teoritis maupun praktek yaitu 180 menit digunakan untuk penyampaian materi secara teoritis, dan 420 menit digunakan untuk penyampaian materi secara praktek.

Materi yang disajikan berupa materi tentang cara-cara mengoptimasikan bisnis para peserta melalui jaringan internet. Seperti yang dikemukakan oleh "AA" selaku *trainer*,

"Hari pertama kami menyampaikan materi dasarnya. Disini diajarkan tentang URL atau *domain*, *site title*, *tag line*, *description*, dan *keyword*. Terus setelah itu diajarkan langkah-langkah meriset *keyword* yang sering diketikan di mesin pencari. Hari keduanya lebih ke teknisnya, materinya udah di aplikasikan ke *blog* atau *web* yang peserta udah bikin."

"AP" selaku *trainer* menambahkan,

"Jadi *keyword* disini disesuaikan dengan dua hal, pertama menurut mesin pencari, yang kedua menurut manusia. Itu harus disinkronkan. Kalau *keyword*-nya bagus nanti *blog* atau *web* yang peserta bikin tu bisa di halaman pertama mesin pencari di internet. Jadi besar peluang buat di-*klik* pengguna internet."

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa materi yang diberikan dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet adalah materi tentang cara-cara mengoptimasikan bisnis *online* para peserta pelatihan. Di dalam pelatihan diajarkan untuk membuat kata kunci yang bagus untuk membuat sebuah iklan di internet sehingga

calon konsumen melihat iklan para peserta pelatihan di halaman pertama mesin pencari.

b. Metode yang Digunakan dalam Pelatihan

Trainer pelatihan mengedepankan keterbukaan kepada para peserta pelatihan. Keterbukaan ini terkait terhadap materi-materi pelatihan yang disajikan dan pengalaman-pengalaman baik dari peserta maupun *trainer* sebagai bahan pembelajaran yang perlu dibahas dalam pelatihan, sehingga para peserta dapat memecahkan masalah yang berhubungan dengan bisnis *online* sebagai materinya.

Seperti yang diungkapkan oleh "RM" selaku peserta pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet, "Cara menyampaikan materi *trainer* asyik, enggak monoton, sering juga guyonan. Jadi pelatihan enggak terlalu tegang dan menyenangkan". Hal yang sama diungkapkan oleh "YM" selaku peserta pelatihan, "*Trainer*-nya asyik, sering bercanda tapi enggak berlebihan dan tetap fokus sama materi yang disampaikan". "AK" peserta pelatihan lainnya juga mengungkapkan hal serupa, "*Trainer* menyampaikan materi pelatihan tidak tegang. *Trainer* seperti teman, jadi saya tidak segan bertanya waktu ada kesulitan".

Dari pernyataan yang disampaikan para peserta pelatihan bahwa komunikasi antara peserta dan *trainer* terjalin baik sehingga proses pelaksanaan pelatihan berjalan dengan baik karena komunikasi merupakan hal yang terpenting dalam proses belajar mengajar pada pelatihan tersebut.

Seperti yang diungkapkan oleh “AA” selaku *trainer* optimasi bisnis melalui jaringan internet,

“Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pelatihan yaitu menggunakan ceramah dan praktek lapangan. Metode ceramah digunakan untuk menyampaikan materi yang sifatnya teoritis. Setelah teori disampaikan kita langsung praktekin dengan harapan materi yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami sehingga peserta mudah mengaplikasikannya. Pas peserta mengalami kesulitan peserta boleh bertanya secara langsung.”

Hal serupa diungkapkan “UW” selaku panitia penyelenggara pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet, “Praktek digunakan agar peserta lebih paham dengan penyampaian materi teoritis yang telah disampaikan oleh *trainer* diawal sesi pelatihan.”

Hal ini diperkuat oleh “SO” selaku penyelenggara

“Metode pembelajaran yang di pakai itu ceramah, tanya jawab dan praktek. Praktek langsung dapat mempermudah pemahaman peserta tentang materi optimasi yang dijelaskan *trainer* dan paserta dapat langsung bertanya kepada *trainer* jika dia kurang memahami cara-cara dalam prakteknya atau pada saat penyampaian materi ”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa metode pembelajaran yang digunakan dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yaitu metode ceramah, praktek dan tanya jawab. Dengan menggunakan metode tersebut diharapkan para peserta pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet dapat memahami dan mengaplikasikan teori yang disampaikan oleh *trainer* pelatihan.

c. Strategi Pembelajaran dalam Pelaksanaan Pelatihan

Strategi pembelajaran dilakukan agar pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet dapat mencapai tujuan

pembelajaran. Strategi pembelajaran yang digunakan adalah strategi pembelajaran yang berpusat pada *trainer*. Hal tersebut dikemukakan "AP" selaku *trainer*, "Kalau strategi belajarnya itu berpusat pada *trainer*. Materi-materi dari *trainer*. Kan materinya udah disusun sebelumnya, pas pelatihannya tinggal menyampaikan sama peserta."

Seperti yang di ungkapkan "AP", "UW" selaku penyelenggara mengungkapkan hal yang serupa, "Strategi belajarnya sumbernya ya dari *trainer*. Peserta pelatihan tinggal menerima materi dari *trainer* terus diaplikasikan pas pelatihan"

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti maka didapat informasi mengenai strategi belajar yang digunakan dalam proses pelaksanaan pelatihan. Strategi belajar yang digunakan adalah strategi belajar yang berorientasi pada *trainer*. *Trainer* telah mempersiapkan materi yang matang sebelum pelaksanaan *trainer* dan menguasai materi yang disampaikan. Peserta pelatihan menyimak materi yang disampaikan oleh *trainer* dan memahami materi dengan cara mengaplikasikannya dalam penugasan praktek.

3. Hasil yang Dicapai dari Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air Production

a. Interaksi dalam Proses Pelaksanaan Pelatihan

Interaksi akan selalu terkait dengan istilah komunikasi atau hubungan. *Trainer* sebagai penyampai pesan atau komunikasi dan peserta

pelatihan sebagai sasaran penyampai pesan. Adanya hubungan timbal balik antara peserta pelatihan dengan *trainer* merupakan faktor penting dalam usaha mencapai terwujudnya situasi belajar dan mengajar yang baik dalam kegiatan pendidikan dan pengajaran, termasuk dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet tersebut. Tercapainya tujuan dalam proses pelatihan yang baik, memerlukan usaha terciptanya interaksi yang baik pula antara peserta pelatihan dan *trainer*.

Interaksi antara peserta pelatihan dengan *trainer* dalam proses pelaksanaan pelatihan termasuk dalam interaksi edukatif. Terkait dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet, kedewasaan disini diartikan sebagai kesadaran dan kemandirian peserta pelatihan dalam memahami dan mengaplikasikan materi pelatihan dalam menjalankan bisnis mereka.

Trainer berperan sebagai pembimbing dalam proses pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet. Kurikulum disusun oleh *trainer* secara sistematis dan terarah. Kurikulum yang telah disusun oleh tim *trainer*, dapat terlihat adanya kurikulum berbasis *continuous learning* berguna untuk menyiapkan para pesertanya dalam hal berbisnis. Peserta disiapkan dengan cara memberikan pengetahuan tentang pengoptimasian bisnis melalui jaringan internet. Sehingga nantinya diharapkan peserta dapat mengembangkan bisnisnya secara mandiri menggunakan pengetahuan yang mereka peroleh dari mengikuti pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet.

Sehubungan dengan interaksi dalam proses pelaksanaan pelatihan "UW" selaku penyelenggara mengungkapkan, "*Trainer* saya lihat bisa menguasai kelas. Proses pelatihan berjalan kondusif sesuai sama apa yang kita inginkan. Peserta aktif bertanya kan itu indikasi *trainer*-nya mampu motivasi dan *trainer* bisa menghidupkan suasana kelas, suasananya jadi aktif..."

"SO" selaku penyelenggara mengungkapkan hal yang serupa, "*Trainer* udah berpengalaman dan tak lihat ngajarnya bikin peserta tambah semangat ngikutin pelatihan. *Trainernya* aktif, peserta pelatihannya juga aktif. Kelasnya jadi rame, dalam artian interaksi antara peserta sama *trainer* itu saling ada timbal balik."

Wawancara mengenai interaksi yang dilakukan peneliti menjelaskan bahwa interaksi proses pelaksanaan pelatihan dapat tercipta dengan kondusif. Hal ini didukung dengan adanya kurikulum yang sistematis dan terarah, dan *trainer* yang berpengalaman sehingga dapat menguasai kelas dengan baik.

b. Motivasi yang Diberikan *Trainer* kepada Peserta Pelatihan

Di dalam kegiatan pelatihan hendaknya *trainer* menumbuhkan motivasi kepada peserta pelatihan agar mereka bersemangat dan antusias untuk memahami materi yang disampaikan saat pelatihan serta diharapkan dapat menerapkan dan mengembangkan materi-materi yang telah disampaikan. Terkait dengan motivasi yang diberikan oleh *trainer* kepada peserta pelatihan, "AP" selaku *trainer* mengemukakan,

”Kami selalu mengingatkan sama peserta pelatihan bahwa *time is lucky*. Kalau mau sukses di bisnis yang mereka jalani mereka enggak usah buang-buang waktu buat cari uang. Enggak usah susah-susah cari konsumen. Pake cara pengoptimasian bisnis *online* udah cukup buat promosi produk yang mereka jual ke pasar”

Pernyataan dari *trainer* tersebut diperkuat dengan pernyataan “YM” selaku peserta pelatihan yang mengungkapkan,

”*Trainer* selalu mengatakan *time is lucky*. Dari kalimat itu kami memaknai kalau waktu itu sangat berharga. Nah, bisnis *online* pun sangat membantu saya dalam menjalankan bisnis konvensional saya. Enggak usah buang-buang waktu untuk promosi. Tinggal pasang iklan di internet konsumen udah datang sendiri ke saya.”

Hal serupa disampaikan oleh “RM” peserta pelatihan yang lain, ”Kata *trainer* kalau mau jadi sukses dalam bisnis tidak harus buang waktu buat cari konsumen.”

Dari hasil wawancara yang dilaksanakan, peneliti mengetahui bahwa motivasi yang diberikan oleh *trainer* adalah dengan cara mengubah cara pandang pesertanya, memotivasi mereka dengan menjadi sukses dengan cara cepat dan masuk akal. Peserta pelatihan tidak perlu membuang waktu mereka untuk memasarkan produknya ke pasaran. Tersedianya media internet yang ada akan memudahkan mereka untuk mendapatkan konsumen yang membutuhkan produk-produk mereka. Ditambah dengan materi pengoptimasian bisnis melalui jaringan internet yang menambah kemudahan para peserta pelatihan berinteraksi dengan konsumen.

c. Evaluasi yang Dilakukan dalam Proses Pelatihan

Evaluasi yang dilakukan dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini berguna untuk mengetahui pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dalam tujuan diadakannya pelatihan tersebut. Evaluasi yang dilakukan dalam pelatihan adalah evaluasi pada saat proses pelatihan. “AA” selaku *trainer* mengungkapkan tentang evaluasi, “Kalau masalah evaluasi kita enggak ada evaluasi yang tertulis. Evaluasinya ya mandiri aja. Peserta sendiri yang ngukur sejauh mana dia udah paham materi-materinya. Pada setiap materi yang *trainer* berikan itu nanti akan direfleksikan sendiri sama peserta”.

Hal serupa disampaikan oleh “SO” selaku pihak penyelenggara, “Evaluasi sih enggak ada. Mereka belajar mandiri sesuai dengan kebutuhan mereka. Cara ngukur pemahamannya secara mandiri. Enggak ada tes tertulis dari kita”.

Dari hasil wawancara yang dilakukan untuk mengetahui kegiatan evaluasi yang dilakukan pada proses pelaksanaan pelatihan didapatkan informasi bahwa evaluasi yang diadakan pada proses pelaksanaan adalah evaluasi mandiri dan tidak ada tes tertulis dalam pengevaluasiannya.

4. Dampak dari Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air *Production*

a. Penerapan Materi yang Didapat Pada Saat Pelatihan oleh Peserta Setelah Mengikuti Pelatihan

Terkait dampak pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production* peneliti melakukan wawancara intensif dengan 3 orang peserta pelatihan. Dalam wawancara peneliti dengan beberapa peserta pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*, penerapan materi pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet benar-benar dipraktekkan oleh peserta dalam melakukan promosi produk mereka melalui media internet.

”YM” salah satu peserta pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production* mengaku menerapkan semua materi yang diberikan oleh *trainer* pelatihan. Ia mengungkapkan, ”Aku praktekin semua materi pelatihan, soalnya materi satu dengan yang lain itu saling berkaitan. Mulai dari riset internet sampai cara pengoptimasian *web* yang aku punya...”

Sebelum mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*, “YM” menjalankan bisnis pemibitan ayam. Namun setelah beberapa waktu “YM” merasa kurang berhasil dalam menjalankan bisnisnya. Ia mengungkapkan,

”Sebelumnya aku jalan usaha pembibitan ayam mba. Lumayan lama lah, tapi kok ya engga berhasil, malahan modal habis engga karuan kemana aja. Pas ikut pelatihan diajarin reset bisnis di internet, akhirnya aku tertarik sama bisnis *aqiqoh*. Langsung aku disain *web* nya terus di optimasikan di mesin pencari dan biasanya pake *Google*...”

Setelah mengikuti pelatihan optimasi bisnis dengan media internet, “YM” melakukan riset internet seputar bisnis yang menurutnya dapat berjalan dengan maksimal. “YM” melakukan riset berdasar atas materi yang telah ia pelajari dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet. Lalu ia pun melirik bisnis *aqiqoh* sebagai pilihan bisnis yang akan dijalankan dengan internet sebagai media promosinya.

Peserta pelatihan mendapatkan *web* dan *domain* gratis untuk praktek langsung dalam memasarkan produknya dengan media internet, “YM” dengan sungguh-sungguh mempraktekan materi yang didapatnya ketika pelatihan dan bisnisnya masih bertahan sampai sekarang.

”RM” peserta pelatihan yang berbisnis jasa kursus mengemudi yang merasakan dampak pelatihan dalam bisnisnya. ”RM” mengemukakan, ”Sebelum mulai usaha diajarin riset di mesin pencari terus saya sinkronin sama *web* yang saya buat. Jadi bisnis yang udah ada saya bikin *web*-nya terus saya optimasikan sesuai dengan materi yang dikasih waktu pelatihan itu.”

Salah satu materi yang diberikan pada pelatihan optimasi bisnis adalah bagaimana cara agar *search engine* menampilkan akun bisnis peserta pelatihan pada halaman atas. Dengan cara ini kemungkinan usaha

atau bisnis yang sedang dijalankan lebih banyak dan lebih mudah terakses oleh orang lain.

Bisnis *online* lainnya dijalankan oleh “AK”, salah satu peserta pelatihan yang lain. Setelah mengikuti pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production* “AK” mengaku bahwa omset perbulannya tidak bertambah secara signifikan. “AK” mengoptimasi bisnisnya tetapi tidak menjalankan bisnis dengan tekun. Banyak permintaan dari *costumer* yang ia tolak karena kesibukan “AK” diluar bisnisnya dan juga segala keterbatasannya.

“AK” menjelaskan kepada peneliti tentang bisnis yang dijalankan bahwa,

”Semua materi pelatihan udah saya praktekin. Mulai dari riset internet sampe optimasi web punya saya di *search engine* pake *Google*. Tapi mau gimana lagi mba.. ngga ada orang yang bantu saya ngerjain semua pesenan. Saya juga masih ada kerjaan tetap, makanya waktunya dikit buat ngurusin bisnis.”

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan mengenai penerapan materi pelatihan setelah mengikuti pelatihan maka didapat informasi bahwa sebagian besar materi pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet diterapkan oleh para peserta pelatihan. Tetapi dalam menjalankan bisnis yang dioptimalkan para peserta melalui jaringan internet, keberhasilannya masing-masing peserta didukung oleh mental wirausaha dalam diri masing-masing peserta pelatihan. Selain itu keberhasilan mereka ditentukan oleh ketekunan dan manajemen bisnis peserta setelah pelatihan.

b. Penggunaan Internet Sebagai Upaya Peningkatan Usaha oleh Peserta setelah Mengikuti Pelatihan

Pelaku bisnis lebih banyak bersinggungan dengan internet sebagai media *marketing*. Para peserta pelatihan menggunakan internet lebih sering dari sebelumnya. Mereka lebih mahir menggunakan internet untuk berbisnis. *Web* atau *blog* yang mereka buat seputar bisnis mereka harus lebih sering diperbarui sehingga konsumen mengetahui informasi-informasi terbaru mengenai barang atau jasa yang ditawarkan.

”RM” dengan bisnis jasa kursus menyetirnya mengaku selalu memperbarui informasi dalam *web* yang mempromosikan jasanya. ”RM” mengatakan,

”Kalau ada informasi baru pasti saya *upgrade* mba. Kayak kemaren saya baru nambah tempat kursus baru lagi atau fasilitas yang saya tambahkan. Mau ngga mau ya harus belajar ngulik *web* sendiri dan lebih sering nilik’i *web*. Daripada saya nyuruh orang buat ngurusin *web* mending saya pegang sendiri sambil belajar mba..”

”YM” yang menggeluti bisnis *careting aqiqoh* mengaku lebih sering menggunakan internet setelah menjalankan bisnis *catering aqiqoh*. Ia mengemukakan,

”Aku sekarang lebih sering pake internet mba... Kadang suka *upload* foto-foto menu *catering* di *web*, sambil utak atik *web* biar menarik. Iklan ku di *Google* ada di halaman pertama lho mba, tapi kalau ga aku urusin nanti pasti ditempatin orang. Jadi aku lebih sering pake internet dari yang dulu sebelum *online*-in bisnis. Engga sekedar nge-cek *web catering* tapi juga buat iseng-iseng cari info makanan yang sekarang lagi nge-*trend* buat *catering aqiqoh*. Ya ngikutin maunya konsumen aja kayak gimana mba...”

Berbeda dengan pengakuan “AK”, peserta pelatihan yang lain, ia mengatakan,

“Saya jalanin bisnis apa adanya. Kalau masalah iklan *souvenir* yang di internet itu jarang saya urus. *Nek* terakhir saya lihat itu masih di halaman pertamaa *Google*. Tapi engga tau kalau sekarang. Namanya juga persaingan di internet tu banyak yang jualan *souvenir* juga mba.”

Dari wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa setelah mengikuti pelatihan dan menjalankan bisnis melalui jaringan internet, para peserta lebih sering menggunakan internet. Mereka lebih sering menggunakan internet berkaitan dengan bisnis yang mereka punya. Para peserta harus lebih sering meng-*upgrade* iklan yang mereka pasang di internet sehingga mereka mencapai kesuksesan yang mereka inginkan dalam berbisnis. Seiring perkembangan jaman maka permintaan pasar pun semakin berkembang. Para wirausaha pun harus lebih inovatif kreatif dan cepat tanggap dengan *trend* yang berkembang di masyarakat.

c. Pengaruh Berbisnis melalui Jaringan Internet terhadap Tingkat Pendapatan Peserta setelah Mengikuti Pelatihan

Tujuan diadakannya pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet adalah agar para pesertanya dapat meningkatkan usahanya dalam segala bidang terutama dalam tingkat pendapatan. Peneliti telah melakukan wawancara dengan peserta pelatihan yang merasakan hasil dari pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet. “YM” salah satu peserta yang mengikuti pelatihan, ia memiliki usaha *catering aqiqoh* yang dijalankan setelah mengikuti pelatihan. Usahanya ini sudah berjalan kurang lebih 5 bulan lamanya. Berkaitan dengan omset perbulannya ia

mengatakan, “Kalau dihitung-hitung mba, omset dari bisnis *catering* sekitar enam puluh juta per bulan. Itu udah penghasilan bersih. Padahal aku baru mulai bisnis ini kira-kira baru 5 bulan.”

”AK” peserta pelatihan yang berbisnis *souvenir* mengatakan, ”Peningkatan omset sih ada tapi belum ada hasilnya. Banyak pesanan yang tak tolak soalnya saya engga sanggup ngerjainnya. Omset bisnis *souvenir* saya kira-kira dua juta per bulan.”

Dalam wawancara yang peneliti lakukan dengan ”AK” maka dapat disimpulkan dari penjelasan yang sebelumnya telah dijabarkan mengenai ”AK”, *web*-nya berhasil dioptimalkan, tetapi karena managerialnya yang kurang baik maka ”AK” tidak merasakan peningkatan pendapatan yang signifikan.

Pengakuan lain dari ”RM” salah satu peserta pelatihan. Dia mempunyai bisnis jasa kursus mengemudi. Dia mematok harga 300.000 rupiah per orang. Sebelum mengikuti pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini ”RM” hanya menerima kursus sebanyak 5 orang per bulannya. Setelah mengikuti pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini permintaan pasar akan jasa menyetir yang disediakan oleh ”RM” pun meningkat. Permintaan jasa kursus menyetir sekarang kira-kira sudah mencapai 20 sampai 25 orang per bulannya. Sehingga omset per bulannya sekarang kurang lebih mencapai 4.000.000 rupiah. ”RM” mengungkapkan kesuksesannya menjalani bisnis *online*,

”Dulu sebelum ikut pelatihan ini yang datang mau kursus nyetir mobil Cuma 5 sampe 7 orang aja per bulannya mba. Setelah aku

online-in jasa kursus nyetir mobil yang mau kursus malah tambah banyak. Ini aku udah kerja sama sama LPK lain biar aku engga kewalahan nanganin orang-orang yang mau kursus di tempat ku..”

Dengan cara mengoptimasikan bisnisnya tersebut ”RM” kewalahan menerima permintaan kursus mengemudi, sehingga dia bekerjasama dengan LPK lainnya untuk membantu menangani *costumer* yang datang untuk kursus mengemudi. ”RM” kurang lebih sudah 5 bulan menjalankan bisnis jasa kursus mengemudi secara *online*.

C. Pembahasan Penelitian

1. Perencanaan Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet

**bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang
Diselenggarakan Oleh Mata Air *Production***

a. Peserta Pelatihan

Perekrutan peserta pelatihan tidak ada kriteria khusus yang dicantumkan dalam syarat menjadi peserta pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet. Peserta pelatihan adalah orang-orang yang mempunyai keinginan, kemauan dan kemampuan untuk belajar tentang cara-cara mengoptimasikan bisnis mereka melalui jaringan internet. Peserta yang mengikuti tidak terbatas umur, pekerjaan, dan latar belakang pendidikan. Pada umumnya peserta pelatihan adalah para pengusaha kecil yang ingin mengembangkan usahanya lewat pengoptimasian *web* atau *blog* mereka di internet.

Peserta pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini ditujukan masyarakat umum yang mempunyai usaha kecil di Daerah

Istimewa Yogyakarta dengan minat belajar tentang bisnis melalui jaringan internet. Diawali dengan mengisi formulir pendaftaran peserta pelatihan dan menginvestasikan sejumlah uang yang telah disepakati, sanggup mengikuti pelatihan sesuai jadwal yang telah ditentukan oleh penyelenggara, serta sehat jasmani dan rohani. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini berjumlah 15 orang dari masyarakat umum yang mempunyai usaha kecil di berbagai bidang. Peserta pelatihan adalah orang-orang yang berminat ingin menambah pengetahuan tentang bisnis *online* dan yang ingin mengembangkan usahanya secara *online*. Selain faktor minat dan kebutuhan peserta pelatihan, pihak penyelenggara tidak mencantumkan batasan kriteria dalam perekrutannya.

Perekrutan peserta tidak lepas dari publikasi kepada masyarakat tentang akan diadakannya pelatihan. Penyelenggara mempublikasikan pelatihan ini melalui brosur, leaflet, baliho, dan juga dipublikasikan di radio serta dipublikasikan secara *online*. Sehingga informasi tentang akan diadakannya pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet tersebar luas di Daerah Istimewa Yogyakarta dan masyarakat antusias untuk mengikuti pelatihan tersebut.

b. Trainer

Trainer merupakan sumber informasi yang utama dalam pelaksanaan pelatihan. *Trainer* berperan sebagai fasilitator pelatihan. Menurut Sudjana (2005: 49) sebagai fasilitator, pendidik dapat melakukan

kegiatan membimbing, mengajar (membelajarkan) dan/atau melatih. Dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet, *trainer* memfokuskankan pada pengalaman dalam proses pelatihan. *Trainer* mampu menguasai kelas, mengarah belajar dengan menunjukkan perhatiannya pada materi dan pada peserta. Sehingga tercipta suasana kelas yang sangat menyenangkan.

Trainer dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet adalah orang-rang yang ahli dalam dunia *internet marketing*. *Trainer* Mata Air *Production* umumnya adalah praktisi dan pelaku bisnis internet sukses, teruji dan berpengalaman pada bidang bisnis internet, pakar dan praktisi di bisnis *online* yang bersertifikat internasional. *Trainer* Mata Air *Production* merupakan tim *trainer* dari tim Bisma *center*.

Bisma membentuk tim *trainer* untuk *sharing* ilmu tentang bisnis internet *marketing* dan bekerjasama dengan pihak Mata Air *Production*. Bisma singkatan dari bisnis, *sharing*, internet, *marketing*, dan *affiliation*. Bisma *center* adalah komunitas para *optimizer* bisnis *online* yang membuat suatu perkumpulan untuk *sharing* informasi bisnis para anggotanya.

c. Pembiayaan

Pembiayaan dalam proses pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini bersumber sepenuhnya dari peserta. Dana yang dibayarkan peserta merupakan investasi peserta dalam upaya peningkatan usaha. Adanya kesepakatan bahwa peserta membayarkan

sejumlah uang untuk biaya administrasi pelatihan sebelum pelatihan dilaksanakan. Dana dari peserta dikumpulkan dan diatur untuk membiayai semua kebutuhan yang diperlukan pada saat pelatihan. Kebutuhan-kebutuhan itu antaranya adalah sewa gedung, konsumsi peserta, membayar *trainer* dan pembiayaan dokumentasi dan administrasi yang lainnya.

Menurut Udin Syaefudin Sa'ud & Abin Syamsudin Makmun (2005: 249), alternatif pendekatan perencanaan pendidikan adalah pendekatan efisiensi biaya ini bersifat ekonomi, karena memiliki pandangan pendidikan memerlukan investasi yang besar dan karena itu keuntungan dari investasi tersebut harus dapat diperhitungkan bilamana pendidikan itu memang mempunyai nilai ekonomi. Pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet merupakan pendidikan dibidang teknologi dan kewirausahaan yang digunakan untuk bekal para wirausaha dalam mengembangkan usahanya disegala bidang. Dengan biaya yang diinvestasikan para peserta maka mereka memperoleh fasilitas yang memadai dan mendapatkan ilmu yang bermanfaat bagi mereka dalam pengembangan dan peningkatan usahanya.

Pihak penyelenggara tidak bekerja sama dengan pihak luar mana pun untuk mendanai kegiatan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini. Karena dana dari peserta dirasa cukup untuk menyelenggarakan pelatihan.

d. Sarana dan Prasarana dalam Pelatihan

Penyelenggara pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet menyediakan sarana dan prasarana guna menunjang proses keberhasilan proses pelaksanaan pelatihan. Sarana dan prasarana tersebut antara lain; ruang kelas yang nyaman, LCD proyektor yang menunjang proses pembelajaran, modul dan buku panduan yang berisi materi-materi pelatihan.

Selain itu dalam pelaksanaan pelatihan pihak penyelenggara menyediakan *domain* dan *hosting* secara cuma-cuma kepada para peserta dengan tujuan praktek secara langsung materi pelatihan sekaligus memudahkan peserta dalam melakukan bisnis melalui jaringan internet yang mereka jalankan. Pihak penyelenggara juga akan memberikan sertifikat kepada para pesertanya setelah mereka mengikuti semua proses dalam pelaksanaan pelatihan.

2. Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet

bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang

Diselenggarakan oleh Mata Air *Production*

a. Materi yang Diberikan dalam Pelatihan

Pelatihan yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production* adalah bagian dari pendidikan berkelanjutan. Dalam konsep pendidikan berkelanjutan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan manusia tentang sesuatu demi kelangsungan hidupnya sesuai dengan kebutuhan hidupnya. Pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini adalah salah satu

alternatif pendidikan berkelanjutan yang memberikan informasi seputar bisnis *online* dan cara mengoptimasikannya.

Materi-materi yang menjadi dasar pelatihan adalah materi seputar bisnis *online* dan pengotimasiannya diberikan berdasarkan kebutuhan peserta yang mengikuti pelatihan tersebut. Materi disusun berdasarkan pengalaman *trainer* yang berperan sebagai fasilitator. Materi tersebut tergabung dalam kurikulum yang berbasis *continuous learning* yang dirancang oleh *trainer*. Dalam proses penyusunan materi pihak penyelenggara tidak turut serta menyusunnya.

Kurikulum dan sistem pendidikan di Mata Air *Production* menggunakan kurikulum dan sistem pendidikan yang praktis dan bisa langsung diterapkan dalam bisnis. Kurikulum ini tidak statis tapi dinamis, ini berarti materi pelatihan yang disusun menyesuaikan kemajuan dan perkembangan bisnis serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dinamis untuk para wirausaha yaitu dituntut untuk lebih kreatif, inovatif, dan memiliki ide-ide yang tidak biasa untuk di tawarkan pada pasar. Para wirausaha juga senantiasa mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi dalam mengelola dan mengembangkan bisnis yang dijalankan. Model-model pemasaran dan bisnis semakin berkembang dan diharapkan materi pelatihan yang diberikan sesuai dengan *trend* bisnis yang sedang berlangsung saat ini. Materi yang diberikan kepada peserta tidak memuat materi tentang penanaman jiwa kewirausahaan pada setiap pesertanya.

Pelatihan berlangsung selama 2 hari, pengalokasian waktu materi yang di susun adalah 300 menit per hari. Materi pelatihan ditekankan pada materi secara praktis. Pembagian waktu dalam pelatihan terhadap materi secara teoritis maupun praktek yaitu 180 menit digunakan untuk penyampaian materi secara teoritis, dan 420 menit digunakan untuk penyampaian materi secara praktek. Dalam pelatihan tersebut teori yang diberikan oleh *trainer* langsung diaplikasikan oleh para peserta.

b. Metode yang Digunakan dalam Pelatihan

Trainer merupakan sumber informasi yang utama dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet tersebut. Dalam prosesnya *trainer* memperhatikan kaidah tentang pendidikan orang dewasa karena pelatihan tersebut berbasis pada *continuous learning*. *Trainer* dapat menguasai keadaan kelas sehingga tercipta suasana belajar yang menyenangkan.

Menurut Sudjana (2005: 8) dikemukakan bahwa, metode mengandung unsur prosedur yang disusun secara teratur dan logis serta dituangkan dalam suatu rencana kegiatan untuk mencapai tujuan. Dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ada beberapa metode penyampaian atau komunikasi yang diterapkan pihak *trainer* dalam penyampaian materi kepada peserta pelatihan. Beberapa metode tersebut seperti ;

1) Ceramah

Wina Sanjaya (2008: 147) berpendapat bahwa, metode ceramah dapat diartikan sebagai cara penyajian pelajaran melalui penuturan secara lisan atau penjelasan langsung kepada siswa. Metode ceramah digunakan untuk menyampaikan materi yang sifatnya teoritis. Metode ini digunakan *trainer* dalam merekonstruksi pola pikir para peserta untuk tidak segan memulai bisnis melalui jaringan internet dengan cara meng-*online*-kan bisnis konvensional mereka. Metode ceramah bertujuan untuk menyampaikan informasi, penjelasan, fakta dan data mengenai bisnis *online* yang ada di Indonesia. Lebih lanjut lagi *trainer* menyampaikan tentang pengoptimasian bisnis melalui jaringan internet agar para peserta tidak kalah bersaing dengan pebisnis *online* yang lain dan mencapai kesuksesannya. Dengan adanya acuan materi optimasi bisnis melalui jaringan internet yang telah disampaikan oleh *trainer* diawal penyampaian materi, maka para peserta akan lebih mudah mengaplikasikannya sesuai dengan teori yang disampaikan.

2) Demonstrasi

Munurut Haris Munjiman (2009 : 85), demonstrasi atau peragaan sebenarnya adalah ceramah, tetapi dilengkapi dengan presentasi gambar, atau praktik dengan peralatan yang relevan dengan materi ceramah. Dengan metode demonstrasi para peserta akan lebih mudah memahami materi-materi yang bersifat aplikatif. Mempelajari dan mempraktekkan cara-cara mengoptimasi *web* yang mereka punya yang

berkaitan dengan bisnis yang mereka jalani. Dalam sesi awal pelatihan sudah disajikan sedikit ulasan mengenai pengoptimasian bisnis *online* manfaat, kegunaan, dampak dan perkembangan bisnis *online* yang sedang berlangsung di Indonesia pada umumnya, dan di Daerah Istimewa Yogyakarta pada khususnya. Metode ini menjadikan peserta sadar bahwa materi yang diberikan oleh *trainer* telah dikuasai.

3) Tanya jawab

Sesi tanya jawab diadakan setelah penyampaian materi selesai. Setelah mendengarkan penjelasan dan informasi yang diberikan oleh *trainer*, maka peserta *taining* bebas mengajukan pertanyaan seputar materi pengoptimasi bisnis melalui jaringan internet. Sehingga diharapkan mereka mengerti dan paham tentang materi yang disajikan. Pertanyaan dari para peserta pelatihan juga dapat diajukan pada saat praktek berlangsung. Sehingga kesulitan yang dihadapi oleh peserta pelatihan langsung dapat dibahas dalam pelatihan.

c. Strategi Pembelajaran dalam Pelaksanaan pelatihan

Proses pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet pembelajarannya berorientasi pada *trainer* sebagai sumber utama penyampai materi. Strategi pembelajaran ini disebut juga strategi pembelajaran ekspositori. Menurut Wina Sanjaya (2008: 179), strategi pembelajaran ekspositori merupakan bentuk pendekatan pembelajaran yang berorientasi kepada guru. *Trainer* menyampaikan

materi yang terstruktur secara verbal sehingga materi yang disampaikan dapat dapat dikuasai peserta pelatihan secara optimal.

Konsep-konsep tentang pengoptimasian bisnis melalui jaringan internet, dan semua rangkaian kegiatan pelatihan telah dikuasai dengan sempurna oleh *trainer*. Materi yang disampaikan adalah materi yang telah terorganisir dan disusun dengan tujuan tertentu yang ingin dicapai. Agar proses pelatihan berjalan dengan efektif maka *trainer* aktif menstimulasi keingintahuan pesertanya dan mengadakan demonstrasi pada materi-materinya.

3. Hasil yang Dicapai dari Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air Production

a. Interaksi dalam Proses Pelatihan

Menurut Sardiman (2006: 8), interaksi dikatakan sebagai interaksi edukatif, apabila secara sadar mempunyai tujuan untuk mendidik, untuk mengantarkan anak didik kearah kedewasaannya. Bentuk interaksi antara *trainer* dengan peserta tercermin dalam dialog langsung. *Trainer* memberikan kesempatan peserta untuk bertanya dan berpendapat terkait dengan materi yang disajikan dalam pelatihan. Interaksi yang terjadi antara *trainer* dengan peserta terjadi secara spontan dan ada juga yang terskenario. Interaksi secara spontan dapat terlihat dalam sesi tanya jawab, yang memberikan peserta lebih banyak berdiskusi dengan *trainer* maupun dengan peserta yang lain. Interaksi

secara tersekenario dapat dilihat pada saat *trainer* memberikan tugas kepada peserta pelatihan.

Hamalik Oemar (2008 : 148) mengatakan bahwa, pembelajaran adalah suatu interaksi (hubungan timbal balik) antara guru dengan siswa. Sama halnya dengan proses pelaksanaan pelatihan yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*, di dalamnya terdapat hubungan timbal balik antara *trainer* dan peserta pelatihan. Pada proses interaksi ini banyak melibatkan berbagai kegiatan dan tindakan yang perlu dilakukan oleh peserta pelatihan untuk memperoleh hasil yang baik sesuai dengan tujuan diadakannya pelatihan tersebut.

Proses pelaksanaan pelatihan berjalan efektif, hal ini dapat dilihat dari komunikasi dan interaksi antara *trainer* dengan peserta pelatihan yang terjadi secara intensif, sehingga proses pelatihan berjalan dengan optimal. *Trainer* mempunyai peran yang dominan di dalam kelas, *trainer* mampu menguasai interaksi, teknik komunikasi yang baik, mampu menjadi sumber belajar yang baik dan mampu menjadi pembimbing yang baik bagi peserta pelatihan.

Pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini menekankan pada proses hubungan saling membantu. Dalam proses pelaksanaan pelatihan komunikasi terjadi secara multi-arah dengan sumber belajar pada pengalaman. Pengalaman di dalam pelatihan dikhususkan pada pengalaman peserta dan *trainer* dalam menjalankan

bisnis *online*, dan berdiskusi tentang pemecahan masalah terkait dengan bisnis *online* yang mereka jalankan.

b. Motivasi yang Diberikan *Trainer*

Motivasi yang diberikan oleh *trainer* adalah dengan cara mengubah cara pandang pesertanya, memotivasi mereka dengan menjadi sukses dengan cara cepat dan masuk akal. Peserta pelatihan tidak perlu membuang waktu mereka untuk memasarkan produknya ke pasaran. Tersedianya media internet yang ada akan memudahkan mereka untuk mendapatkan konsumen yang membutuhkan produk-produk mereka. Ditambah dengan materi pengoptimasian bisnis melalui jaringan internet yang menambah kemudahan para peserta pelatihan berinteraksi dengan konsumen.

Adapun kerangka berpikir untuk menumbuhkan motivasi menurut Haris Mujiman (2006: 212),

”Kerangka berpikir untuk mengidentifikasi teknik penumbuhan motivasi adalah: Kalau partisipan tahu gunanya ikut dalam program pelatihan; kalau ia membutuhkan hasil yang dijanjikan oleh program; kalau ia merasa mampu melakukan kegiatan-kegiatan yang dituntut oleh program; dan dengan demikian ia merasa senang mengikuti program pelatihan; maka motivasi belajar yang terbentuk akan cukup kuat, sehingga ia akan memutuskan untuk belajar. Apabila kegiatan belajar sudah berjalan dan ia merasa dapat menjalani proses pembelajaran dengan baik; sehingga hasil belajarnya baik; dan puas dengan hasil itu; maka ia akan tetap atau lebih termotivasi untuk melakukan kegiatan belajar dalam pelatihan dan mengembangkannya lebih lanjut dalam bentuk kegiatan belajar yang mandiri”.

Trainer selalu menekankan kata "*time is lucky*" yang bermakan memanfaatkan waktu yang ada guna kesuksesan bisnis yang mereka

bangun. Para peserta harus menggunakan waktu dengan efektif dan efisien dalam mengembangkan bisnis. *Trainer* juga memaparkan pengalaman keberhasilan dalam menjalankan bisnis *online*-nya dengan cara pengoptimasian. Sehingga para peserta mengetahui lebih dalam gunanya mengikuti pelatihan dan senang dalam mengikuti pelatihan pada setiap materi yang disampaikan oleh *trainer*.

Kebutuhan mereka akan pengetahuan tentang optimasi bisnis melalui jaringan internet adalah modal dasar mereka dalam mengikuti setiap proses dalam pelaksanaan pelatihan. Maslow dalam Hadari Nawawi (2005: 353) mengungkapkan bahwa kebutuhan diartikan sebagai kekuatan atau tenaga yang menghasilkan dorongan bagi individu untuk melakukan kegiatan, agar dapat memenuhi atau memuaskan kebutuhan tersebut. Para peserta adalah pengusaha kecil yang ingin mengembangkan usahanya melalui jaringan internet. Maka pengetahuan tentang pengoptimasian bisnis melalui jaringan internet merupakan kebutuhan yang berguna untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha yang mereka miliki.

Menurut Rooijakkersd dalam Suprijanto (2007 : 41) motivasi jangka pendek berupa minat untuk belajar pada saat itu, dan motivasi jangka panjang dapat berupa keinginan mendapat nilai ujian yang baik, keinginan berprestasi, dan sebagainya. Motivasi yang diberikan *trainer* kepada peserta pelatihan adalah motivasi jangka pendek. *Trainer* menumbuhkan minat untuk belajar dalam proses pelaksanaan

pelatihan. Motivasi jangka panjang tergantung pada masing-masing individu peserta pelatihan ketika mereka merasakan dampak dari pelatihan setelah mereka mengikutinya. Kesadaran akan kebutuhan untuk pengetahuan dipergunakan oleh pelatihan secara memaksimal untuk memotivasi para peserta dalam pelaksanaan pelatihan. Dan dengan adanya kesadaran akan kebutuhan ini menjadikan para peserta berperan aktif dalam setiap proses kegiatan pelatihan.

c. Evaluasi yang Dilakukan dalam Proses Pelatihan

Evaluasi digunakan untuk mengetahui dan mengukur pemahaman peserta pelatihan tentang materi yang telah diberikan. Pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet adalah program pelatihan dalam konteks belajar mandiri. Proses pelatihan dilakukan karena pesertanya termotifasi sendiri terhadap materi-materi yang disampaikan dalam proses belajarnya. Begitu pula dalam proses evaluasinya yang dilakukan secara mandiri. Pengukuran pemahaman pengetahuan yang diberikan oleh *trainer* diukur sendiri dan direfleksikan sendiri oleh peserta.

Menurut Haris Mujiman (2006: 145) evaluasi diri dilakukan oleh partisipan sendiri untuk menilai hasil belajar yang dicapai. Belajar mandiri yang dilakukan peserta dalam proses pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini berdasarkan pada pengembangan kemampuan, keterampilan dan pengetahuan atas inisiatif dari peserta sendiri yang dibantu oleh *trainer* sebagai fasilitatornya.

Sehubungan dengan refleksi, menurut Haris Mujiman (2006: 146) refleksi bertujuan menilai proses pembelajaran yang telah dilakukan. Pada saat refleksi peserta pelatihan mengingat tentang jalannya proses pelatihan dari awal sampai akhir. Dalam refleksi peserta pelatihan dapat mengidentifikasi kegagalan selama menjalankan proses pelaksanaan pelatihan. Setelah mereka mengidentifikasi kegagalan dalam proses pelatihan maka mereka akan menentukan langkah untuk memperbaiki kesalahan.

4. Dampak dari Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air *Production*

a. Penerapan Materi yang Didapat saat Pelatihan oleh Peserta setelah Mengikuti Pelatihan

Setelah para peserta mengikuti pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet mereka merasakan perubahan dalam menjalankan bisnisnya. Materi yang diberikan dalam pelatihan berdampak pada penerapan dilapangan setelah mengikuti semua proses pelatihan yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production*. Materi yang diberikan benar-benar dipraktekkan oleh para peserta pelatihan. Mereka telah mengoptimasi *web* dan atau *blog* mereka dalam rangka mempromosikan barang atau jasa yang mereka tawarkan kepada masyarakat luas.

Materi yang diberikan mulai dari riset di internet melalui *search engine* dan cara-cara menjalankan bisnis melalui jaringan internet pun diterapkan dalam menjalankan bisnis setelah mengikuti pelatihan tersebut. Namun ada beberapa peserta yang kurang berhasil menjalankan bisnisnya. Walaupun secara teknis mereka mengaplikasikan materi yang diajarkan oleh *trainer* tetapi ketika mereka tidak mampu mempertahankan maka mereka tidak mendapatkan hasil yang maksimal dalam bisnisnya. Dalam menjalankan bisnis yang dioptimalkan para peserta melalui jaringan internet, keberhasilannya masing-masing peserta didukung oleh mental wirausaha dalam diri masing-masing peserta pelatihan. Selain itu keberhasilan mereka ditentukan oleh ketekunan dan manajemen bisnis peserta setelah pelatihan.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua peserta menerapkan materi yang diberikan oleh *trainer* dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet. Tetapi dalam menentukan keberhasilan adalah ketekunan dalam mempertahankan bisnisnya.

b. Penggunaan Internet Sebagai Upaya Peningkatan Usaha oleh Peserta Pelatihan setelah Mengikuti Pelatihan

Internet sebagai media para peserta pelatihan dalam menjalankan bisnisnya. Pasti para peserta sering bersinggungan dengan internet. Para peserta menggunakan internet dengan sebijak mungkin dalam menjalankan bisnisnya. Dalam upaya meningkatkan usaha para peserta

pelatihan mereka melakukan promosi melalui internet dengan *blog* atau *web* yang telah teroptimasi. Mereka sering meng-*upgrade web* atau *blog* mereka agar dapat cepat dan mudah di akses oleh calon konsumen dan tertarik untuk membeli barang atau jasa yang mereka tawarkan.

Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan sumber informasi para peserta adalah cara untuk mengembangkan diri dan merupakan strategi kerja untuk mencapai kesuksesan dalam bisnisnya. Para peserta pun harus lebih inovatif kreatif dan cepat tanggap dengan *trend* yang berkembang di masyarakat. Menurut Arman Hakim Nasution, dkk (2007: 65), inovasi merupakan kelanjutan dari penemuan, yaitu kegiatan kreatif untuk menciptakan konsep baru dan keperluan baru guna diwujudkan dan diimplementasikan menjadi suatu bisnis yang sukses. Penggunaan internet tidak cukup pada peng-*upgrade-an blog* atau *web*, tetapi juga mereka sering meng-*update* informasi-informasi seputar bisnis yang mereka jalankan dan mencari inspirasi untuk ide-ide yang akan dia buat dalam rangka mengembangkan usahanya. Setelah mengikuti pelatihan, peserta lebih sering menggunakan internet dibandingkan dengan sebelum mereka mengikuti pelatihan sebagai upaya peningkatan usahanya.

c. Pengaruh Berbisnis melalui Jaringan Internet Terhadap Tingkat Pendapatan Peserta setelah Mengikuti Pelatihan

Dalam upaya peningkatan usaha para peserta pelatihan maka mereka pun berupaya untuk mengembangkan usahanya. Setelah mengikuti pelatihan banyak peserta yang sukses meningkatkan usahanya di segala aspek. Indikasinya adalah pendapatan mereka meningkat dari sebelum mengikuti pelatihan dan sebelum mengoptimasikan bisnisnya melalui jaringan internet.

Peningkatan pendapatan terlihat secara signifikan, usaha mereka pun jauh lebih sukses dibandingkan dengan usaha yang terdahulu. Banyak dari mereka telah mempunyai pelanggan dan menambah karyawan untuk proses produksi barang yang mereka tawarkan. Hal ini menandakan meningkatnya permintaan pasar akan barang atau jasa yang mereka tawarkan. Namun ada beberapa peserta yang kurang berhasil meningkatkan usahanya. Indikasinya adalah mereka tidak mampu meningkatkan pendapatan usahanya. Pendapatan yang mereka peroleh tidak meningkat. Rata-rata pendapatan mereka sama seperti sebelum mengikuti pelatihan. Usahanya pun kurang berkembang dan jarang diminati pasar.

Menurut Arman Hakim Nasution, dkk (2007: 17),

”Kemampuan seseorang untuk memotivasi diri sendiri dapat dilihat melalui hal-hal berikut: cara mengendalikan dorongan hati, derajat kecemasan, kekuatan berfikir positif, optimisme, dan keadaan yang mengikuti aliran, yaitu keadaan ketika perhatian seseorang sepenuhnya tercurah kepada apa yang sedang terjadi, dan pekerjaannya terfokus pada satu objek”.

Hal ini berkaitan dengan hasil yang diperoleh setiap peserta dalam menjalankan bisnisnya setelah mengikuti pelatihan. Motivasi terbesar dalam menjalankannya adalah dari kemampuan diri setiap peserta. Beberapa peserta pelatihan berhasil membuat usahanya menjadi maju dan mampu meningkatkan pendapatannya. Ini berarti mereka cenderung memiliki pandangan yang positif dalam menilai segala sesuatu yang terjadi dalam dirinya. Peserta pelatihan yang kurang berhasil dalam mengembangkan usahanya mempunyai kecemasan tersendiri, kurang berfikir positif, kurang optimis dan cenderung kurang memiliki pandangan yang positif dalam menilai segala sesuatu yang terjadi pada diri sendiri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Perencanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production* sebagai pihak pengelola dan tim BISMA sebagai *trainer*. Dalam perencanaan program pelatihan ini pihak penyelenggara menjaring peserta dari semua kalangan masyarakat yang ingin mengembangkan usahanya. Tim *trainer* sebagai fasilitator pelatihan adalah orang-orang yang profesional dalam bidang bisnis *online*.
2. Pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production* diadakan dalam waktu 2 hari. Materi yang disajikan seputar pengoptimasian bisnis melalui jaringan internet yang kurikulumnya disusun oleh tim *trainer*. Metode yang diterapkan *trainer* dalam pelatihan adalah metode ceramah, demonstrasi dan tanya jawab. Strategi pembelajaran dalam pelatihan menggunakan strategi pembelajaran ekspositori.
3. Pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production* menghasilkan peserta yang dapat membuat web dan dapat

mengoptimasikan internet sebagai media penunjang bisnisnya. Internet digunakan untuk memasarkan produk yang mereka tawarkan untuk pelanggan.

4. Dampak dari pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet bagi pengusaha kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan oleh Mata Air *Production* dapat dilihat dari kesuksesan masing-masing peserta dalam menjalankan bisnisnya. Dari 100% peserta pelatihan, 70% diantaranya berhasil meningkatkan pendapatan melalui pengoptimasian bisnis mereka melalui internet. Sedangkan 30% peserta pelatihan kurang berhasil meningkatkan pendapatan dari bisnisnya. Adapun peserta yang kurang berhasil dalam meningkatkan pendapatannya, hal ini disebabkan dia tidak tekun dalam menjalankan bisnisnya dan tidak menjalankan manajemen bisnis yang baik.

B. Saran

Ada beberapa saran yang bisa dijadikan alternatif pemecahan masalah untuk kaitannya dalam usaha keberlangsungan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini, yaitu :

1. Hendaknya pihak pengelola pelatihan bekerja sama dengan beberapa pihak sehingga ada subsidi dana dari pihak yang diajak bekerja sama untuk kegiatan pelatihan dan dana tidak dibebankan seluruhnya kepada peserta pelatihan.
2. Hendaknya pada materi diperkaya lagi materi mengenai pembentukan karakter seorang wirausaha.

3. *Trainer* perlu mengadakan evaluasi belajar setelah penyampaian materi sehingga *trainer* dapat mengetahui kemampuan peserta serta dapat mengembangkan materi, metode dan strategi pembelajaran.
4. Pihak pengelola dan *trainer* perlu membentuk wadah bagi peserta pelatihan yang telah melaksanakan pelatihan sebelumnya untuk melakukan tukar informasi dan pengalaman lebih lanjut setelah pelatihan antar sesama peserta pelatihan dan atau antar peserta pelatihan dengan *trainer*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hardjana. (2001). *Training SDM yang Efektif*. Yogyakarta: Kanisius.
- Amirullah Imam & Harjanto. (2005). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Graham Ilmu.
- Anonim. (2003). *Undang-undang No.20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta.
- Anonim. (2011). *Pengertian Dasar tentang Optimasi*. Diambil dari <http://duniaoptimasi.blogspot.com/2011/03/pengertian-dasar-tentang-optimasi.html>, pada tanggal 20 Februari 2012.
- Arman Hakim Nasution, Bustanul Arifin Noer & Mokh Suf. (2007). *Enterpreneurship, Membangun Spirit Teknopreneurship*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Boone, Louise & Kurtz, David. (2002). *Pengantar Bisnis Jilid 2*. Alih Bahasa: Fadriansyah Anwar, Hardjono Honggoamiseno & Rahmad Herutomo. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Bride, Mac. (2001). *Internet*. Alih Bahasa: Sugeng Panut. Jakarta: Penerbit Kesaint Blanc.
- Djudju Sudjana. (2004). *Pendidikan Nonformal: Wawasan, Sejarah Perkembangan, Falsafah dan Teori Pendukung, serta Azas*. Bandung: Falah Production.
- Hadari Nawawi. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Hanson, Ward. (2000). *Pemasaan Internet :Principles of Internet Marketing*. Alih Bahasa: Anonim. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Haris Mujiman. (2006). *Manajemen Pelatihan Berbasis Belajar Mandiri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Imam Suprayogo & Tobroni. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lexy J Moleong. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- M Manullang. (2002). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Gajah Mada University Perss.
- McRae, Hamish. (1995). *Dunia di Tahun 2020, Kekuasaan, Budaya dan Kemakmuran: Wawasan Tentang Masa Depan*. Alih Bahasa: anton Adiwiyoto. Jakarta: Binarapura Aksara.
- Meredith, Geoffrey. (2002). *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*. Alih Bahasa: Andre Asparsayogi. Jakarta: Lembaga Manajemen PPM.
- Musaheri. (2007). *Pengantar Pendidikan*. Yogyakarta: Penerbit IRCiSoD.
- Nickels, William., McHugh, James & McHugh, Susan. (2008). *Pengantar Bisnis: Understanding Business*. Alih Bahasa: Evita Yulianti & Diana Angelica. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Oemar Hamalik. (2001). *Pengembangan Sumber Daya Manusia Manajemen Pelatihan Ketenagakerjaan Pendekatan Terpadu*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- _____. (2008). *Kurikulum dan Pembelajaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Pandji Anoraga & Djoko Sudantoko. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Rhenald Kasali, dkk. (2010). *Modul Kewirausahaan untuk Program Strata 1*. Jakarta: Hikmah.
- Riyeke Ustadiyanto. (2002). *Framework e-Commerce*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sardiman. (2007). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suharsimi Arikunto. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- _____. (2003). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sudjana. (2005). *Metode dan Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung: Falah Production.
- Suprijanto. (2007). *Pendidikan Orang Dewasa*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Syahu Sugian. (2006). *Kamus Manajemen (Mutu)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tiktik Sartika Partomo & Rachman Soejoedono. (2002). *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Turban, Efraim., Rainer Jr, Kelly & Potter, Richard. (2006). *Pengantar Teknologi Informasi*. Alih Bahasa: Deni Arnos Kwary & Dewi Fitria Sari. Jakarta: Salemba Infotek.
- Udin Syaefudin Sa'ud & Abin Syamsudin Makmun. (2005). *Perencanaan Pendidikan, Suatu Pendekatan Komprehensif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Umar Tirtahardja & L. S. La Sulo. (2005). *Pengantar Pendidikan*. Jakarta: Penerbit Rinaka Cipta.
- Van Cleve, Suzanne & Britton, Mike. (1999). *Memahami Internet*. Alih Bahasa: Hanny Agustine. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Computindo.
- Westerman, John & Donoghue, Pauline. (1994). *Pengelolaan Sumber Daya Manusia: Managing The Human Resource*. Alih Bahasa: Suparman. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wina Sanjaya. (2008). *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Dokumentasi

PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Arsip Tertulis

- a. Visi dan Misi berdirinya Mata Air
- b. Struktur kepengurusan Mata Air
- c. Arsip data peserta dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet
- d. Arsip data *trainer* dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet

2. Foto

- a. Gedung kantor penyelenggara
- b. Gedung tempat pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet
- c. Suasana pada saat pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet
- d. Fasilitas yang ada dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet

Lampiran 2. Pedoman Observasi

PEDOMAN OBSERVASI

No	Komponen	Deskripsi
1.	Lokasi tempat penelitian: <ol style="list-style-type: none"> a. Letak geografis tempat pelaksanaan pelatihan b. Penataan lingkungan fisik: pengaturan mejan dan kursi c. Ketersediaan fasilitas pelatihan: peralatan praktek, modul pelatihan, media pelatihan 	
2.	Pelaksanaan kegiatan pelatihan: <ol style="list-style-type: none"> a. Peran <i>trainer</i> dalam pelatihan b. Peran peserta dalam pelatihan c. Penggunaan metode pelatihan d. Penggunaan alat/media e. Penerapan isi materi yang disampaikan 	
3.	Penyelenggaraan administrasi pelatihan: <ol style="list-style-type: none"> a. Pendataan peserta pelatihan b. Kesiediaan fasilitas pelatihan (buku, modul, dsb) 	
4.	Hasil yang dicapai peserta setelah mengikuti pelatihan	

Lampiran 3. Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara
Untuk Pengelola Mata Air
(Penyelenggara Pelatihan Optimasi Bisnis Melalui Jaringan Internet)

1. Nama : (Laki-laki/Perempuan)
2. Jabatan :
3. Usia :
4. Agama :
5. Alamat :
6. Pendidikan terakhir :
7. Apa saja yang dipersiapkan peserta pelatihan dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?
8. Apa saja kriteria menjadi *trainer* dalam pelatihan tersebut?
9. Bagaimana tentang sumber dana berkaitan dengan terselenggaranya pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?
10. Apakah ada pihak luar yang menjadi sponsor pelaksanaan pelatihan tersebut?
11. Bagaimana cara mengatur dana dalam terselenggaranya pelatihan tersebut?
12. Apa saja sarana dan prasarana yang dipersiapkan oleh pihak penyelenggara dalam pelatihan?
13. Apakah penyelenggara berperan dalam penyusunan materi pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?
14. Apa saja materi yang diberikan pada saat pelaksanaan pelatihan?

15. Bagaimana alokasi waktu pada setiap materi pelatihan yang diberikan?
16. Apakah metode yang digunakan *trainer* ditentukan oleh pihak penyelenggara?
17. Metode apa yang digunakan *trainer* dalam penyampaian materi pelatihan?
18. Apakah metode yang digunakan *trainer* tepat diterapkan dalam pelatihan?
19. Bagaimana dengan strategi pembelajaran yang dilakukan *trainer* dalam proses pelaksanaan pelatihan?
20. Bagaimana interaksi peserta pelatihan dengan *trainer* pada saat pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?
21. Bagaimana dengan keaktifan peserta pelatihan pada saat *trainer* menyampaikan materi pelatihan?
22. Apakah evaluasi dilakukan dengan tes tertulis?
23. Bagaimana tentang evaluasi hasil belajar dalam pelatihan?
24. Apakah peserta memahami materi yang disampaikan oleh *trainer*?
25. Bagaimana motivasi yang diberikan *trainer* kepada peserta pelatihan?
26. Apakah *trainer* berhasil memotivasi peserta pelatihan dalam memahami materi pelatihan yang diberikan?

Pedoman Wawancara
Untuk *Trainer* Pelatihan Optimasi Bisnis Melalui Jaringan Internet

1. Nama : (Laki-laki/Perempuan)
2. Usia :
3. Agama :
4. Alamat :
5. Pendidikan terakhir :
6. Apakah ada kriteria khusus untuk menjadi *trainer* dalam pelatihan tersebut?
7. Apa saja yang perlu disiapkan *trainer* dalam pelaksanaan pelatihan?
8. Bagaimana kelengkapan sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak penyelenggara?
9. Media apa saja yang dibutuhkan oleh *trainer* dalam penyampaian materi pelatihan?
10. Apa saja materi yang diberikan dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?
11. Bagaimana alokasi waktu pada setiap materi pelatihan yang diberikan?
12. Metode apa yang digunakan dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?
13. Strategi belajar yang bagaimana yang diterapkan dalam proses pelaksanaan pelatihan?
14. Bagaimana dengan keaktifan peserta pelatihan pada saat proses pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan?

15. Apakah peserta memahami materi pelatihan yang disampaikan pada saat pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?
16. Apakah evaluasi dilakukan dengan tes tertulis?
17. Bagaimana tentang evaluasi hasil belajar dalam pelatihan?
18. Apakah *trainer* memberikan motivasi kepada peserta pelatihan tentang menjalankan bisnis melalui jaringan internet?
19. Bagaiman cara memotivasi peserta pelatihan tentang menjalankan bisnis melalui jaringan internet?

Pedoman Wawancara
Untuk Peserta Pelatihan Optimasi Bisnis Melalui Jaringan Internet

1. Nama : (Laki-laki/Perempuan)
2. Usia :
3. Agama :
4. Pekerjaan :
5. Alamat :
6. Pendidikan terakhir :
7. Bagaimana peserta pelatihan tahu tentang penyelenggaraan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?
8. Apakah sarana dan prasarana yang disediakan pihak penyelenggara cukup memadai?
9. Bagaimana gambaran kondisi ruangan pada saat pelaksanaan pelatihan?
10. Materi apa saja yang diberikan oleh *trainer* pada saat pelaksanaan pelatihan?
11. Apakah materi pelatihan relevan dengan perkembangan bisnis melalui jaringan internet sekarang ini?
12. Apakah materi pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan bisnis melalui jaringan internet sekarang ini?
13. Apakah *trainer* memberikan motivasi tentang menjalankan bisnis melalui jaringan internet pada saat pelaksanaan pelatihan? Jika ada, bagaimana cara *trainer* memberikan motivasi?
14. Apakah evaluasi dilakukan dengan tes tertulis?

15. Bagaimana tentang evaluasi hasil belajar dalam pelatihan?
16. Apakah peserta menerapkan materi pelatihan yang diberikan dalam mengembangkan usaha?
17. Materi apa saja yang telah diterapkan dalam menjalankan bisnis melalui jaringan internet?
18. Bagaimana peserta menggunakan internet sebagai upaya meningkatkan usaha setelah mengikuti pelatihan?
19. Apakah pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet tersebut membantu dalam upaya peningkatan pendapatan usaha?
20. Berapa omset sebelum melakukan pengoptimasian bisnis secara *online*?
21. Berapa omset sesudah melakukan pengoptimasian bisnis secara *online*?
22. Adakah perubahan dalam usaha anda setelah anda menerapkan materi pelatihan dalam mengembangkan usaha anda?

Lampiran 4. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian

Implementasi Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi Pengusaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta yang Diselenggarakan oleh Mata Air *Production*

No.	Instrumen	Jawaban	Kesimpulan
I	Perencanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air		
I.1	Peserta pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air		
I.1.a	Bagaimana cara perekrutan peserta pelatihan?	SO: Buat narik peserta banyak yang ikut seminar bisnis <i>online</i> sebelumnya. Seminarnya kita juga yang ngadain. UW: Kita promosi pelatihan lewat brosur, <i>leaflet</i> , baliho dan spanduk-spanduk yang kami pasang di jalan-jalan. Selain itu kami juga pasang iklan via <i>online</i> dan disiarkan di radio. Dan sebelum pelatihan kita	Perekrutan peserta dilakukan sebagian besar dengan cara menarik peserta dari seminar yang dilaksanakan sebelum pelatihan. Adanya <i>leaflet</i> , dan spanduk-spanduk dan media publikasi lainnya adalah media yang membantu dalam proses perekrutan peserta.

		adakan seminar buat perekrutannya.	
I.1.b	Bagaimana kriteria menjadi peserta pelatihan?	<p>SO :Peserta pelatihan engga kita batasi umur, pekerjaan, sama latar belakang pendidikannya, jadi dari semua kalangan bisa ikut pelatihan. Syaratnya Cuma ketertarikan, kemauan dan keinginan buat nambah pengetahuan tentang bisnis <i>online</i>, itu aja.</p> <p>UW:Enggak ada kriteria khusus. Pelatihan dibuka untuk umum. Dan kebanyakan pesertanya udah punya usaha sendiri.</p>	Tidak ada kriteria khusus yang menjadi syarat untuk menjadi peserta dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini. Masyarakat umum dapat mengikuti pelatihan ini. Kebanyakan peserta sudah memiliki usaha dan ingin mengembangkannya.
I.1.c	Apa saja yang dipersiapkan peserta pelatihan dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?	<p>SO:Peserta pelatihan cuma mempersiapkan uang untuk investasi buat ilmu yang didapat di pelatihan. Terus persiapan <i>laptop</i> karena kita engga menyediakan.</p> <p>UW:Peserta cuma bawa <i>laptop</i> buat prakteknya.</p>	Peserta hanya membawa laptop untuk membantu dalam proses pelaksanaan dalam materi praktek.

I.2	<i>Trainer</i> pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air		
I.2.a	Apa saja kriteria menjadi <i>trainer</i> dalam pelatihan tersebut?	<p>SO:Engga ada kriteria secara khusus buat jadi <i>trainer</i>. <i>Trainer</i> disini dari tim BISMA <i>center</i> yang berpengalaman dibidang bisnis <i>online</i>. Jadi kita bekerja sama dengan tim BISMA <i>center</i> ini untuk jadi <i>trainer</i>.</p> <p>UW :<i>Trainer</i> kita kerja sama bareng tim BISMA yang udah professional dibidang bisnis <i>online</i>.</p> <p>AA:Kami dari tim BISMA <i>center</i> bekerja sama dengan pihak penyelenggara pelatihan. Engga ada perekrutan pake tes-tes <i>trainer</i> segala.</p> <p>AP :Dari tim BISMA kerja sama sama penyelenggara.</p>	<p>Tidak ada kriteria khusus untuk menjadi <i>trainer</i>.</p> <p>Penyelenggara bekerja sama dengan tim BISMA yang sudah profesional dan berpengalaman dibidang pengoptimasian bisnis melalui jaringan internet.</p>

I.2.b	Apa saja yang perlu disiapkan <i>trainer</i> dalam pelaksanaan pelatihan?	AA: <i>Trainer</i> cuma nyiapin kurikulum sama materi tentang bisnis <i>online</i> . AP: Materi dari kita. Persiapannya Cuma persiapan diri aja.	Trainer menyiapkan kurikulum dan materi yang akan diberikan oleh peserta.
I.3	Pembiayaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air		
I.3.a	Bagaimana tentang sumber dana berkaitan dengan terselenggaranya pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?	SO: Sumber dananya ya dari peserta pelatihan <i>tok</i> . Investasi peserta pelatihan itu tiga juta lima ratus per peserta. UW: Pelatihan-nya itu swadana. Duit dari peserta.	Sumber dana untuk pembiayaan pelatihan sepenuhnya dari peserta pelatihan
I.3.b	Apakah ada pihak luar yang menjadi sponsor pelaksanaan pelatihan tersebut?	SO: kita engga pake sponsor dari manapun. UW: Kalau masalah dana sih dari kita engga ada sponsor.	Tidak ada pihak lain yang membantudalam masalah pendanaan dalam proses pelaksanaan pelatihan.
I.3.c	Bagaimana cara mengatur dana dalam terselenggaranya pelatihan tersebut?	SO: Nah duit itu ya buat biaya sewa gedung, makan, buat bayar <i>trainer</i> -nya juga dan fasilitas yang lain.	Dana dari investasi peserta pelatihan digunakan untuk menyewa gedung, mendanai <i>trainer</i> , konsumsi peserta, modul untuk peserta dan buku panduan untuk peserta,

		UW: ya uangnya dipake untuk pelatihan yang dua hari itu. Ya bayar <i>trainer</i> , makan, sewa gedung, modul, udah dapet <i>domai</i> juga pesertanya, sama fasilitas yang lain mba...	serta fasilitas lain dalam proses pelaksanaan pelatihan.
I.4	Sarana dan prasarana dalam pelaksanaan pelatihan		
I.4.a	Apa saja sarana dan prasarana yang dipersiapkan oleh pihak penyelenggara dalam pelatihan?	SO:Fasilitas pelatihan-nya kita menyediakan ruang kelas udah ada LCD proyekturnya dan kelasnya ber-AC biar pesertanya nyaman di dalem ruangan, konsumsi buat peserta sama <i>trainer</i> , ada modul, sama buku panduan untuk peserta, terus kita juga ngasih <i>domain</i> dan <i>hosting</i> gratis untuk peserta. Kalo <i>laptop</i> untuk prakteknya peserta bawa sendiri, dari kita engga menyediakan <i>laptop</i> -nya UW : kita nyediain ruang kelas, LCD proyektor, modul, konsumsi peserta sama	Sarana dan prasarana yang dipersiapkan dalam pelatihan adalah ruang kelas, LCD proyektor, konsumsi untuk peserta dan <i>trainer</i> , modul dan buku panduan untuk peserta pelatihan.

		<i>trainer</i> . Ada <i>hosting</i> sama <i>domain</i> gratis juga buat peserta	
I.4.b	Sarana dan prasarana apa saja yang dibutuhkan oleh <i>trainer</i> dalam penyampaian materi pelatihan?	AA:kalo dalam prosesnya kita perlu LCD proyektor sama modul buat peserta biar bisa mengikuti. AP:yang jelas kita perlu LCD proyektor buat jelasin materi sama modul buat peserta.	Dalam proses pembelajarannya trainer membutuhkan LCD proyektor untuk menjelaskan materi kepada peserta dan modul untuk peserta sehingga peserta dapat mengikuti pembelajaran dengan baik.
I.4.c	Apakah sarana dan prasarana yang disediakan pihak penyelenggara cukup memadai?	RM:Fasilitasnya udah sangat bagus. Enggak rugi saya ikut pelatihan. YM: fasilitasnya udah lengkap. Ruang kelasnya nyaman. AK: kalo sarana prasarananya udah bagus itu mba.	Sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak penyelenggara cukup memadai.
II.	Implementasi pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet yang diselenggarakan oleh Mata Air		
II.1	materi yang diberikan dalam pelatihan optimasi bisnis melalui internet	.	

II.1.a	Apakah penyelenggara berperan dalam penyusunan materi pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?	<p>SO: Kita cuma menyelenggarakan. Yang bikin materi ya <i>trainer</i>-nya. Kita enggak ikut nyusun materi atau kurikulum.</p> <p>UW: Materi dirancang tim dari <i>trainer</i>, dari pihak penyelenggara tidak ikut dalam penyusunannya. Semua isi materi pelatihan kita serahkan sepenuhnya sama <i>trainer</i></p>	Pihak penyelenggara tidak berperan dalam penyusunan materi dan kurikulum.
II.1.b	Apa saja materi yang diberikan pada saat pelaksanaan pelatihan?	<p>AA: Hari pertama kami menyampaikan materi dasarnya. Disini diajarkan tentang URL atau <i>domain</i>, <i>site title</i>, <i>tag line</i>, <i>description</i>, dan <i>keyword</i>. Terus setelah itu diajarkan langkah-langkah meriset <i>keyword</i> yang sering diketikan di mesin pencari. Hari keduanya lebih ke teknisnya, materinya udah di aplikasikan ke <i>blog</i> atau <i>web</i> yang peserta udah bikin.</p> <p>AP: Jadi <i>keyword</i> disini disesuaikan dengan dua hal, pertama menurut mesin</p>	Materi yang diajarkan oleh <i>trainer</i> antara lain: URL atau <i>domain</i> , <i>site title</i> , <i>tag line</i> , <i>description</i> , dan <i>keyword</i> , langkah-langkah meriset <i>keyword</i> yang sering diketikan di mesin pencari.

		pencari, yang kedua menurut manusia. Itu harus disinkronkan. Kalau <i>keyword</i> -nya bagus nanti <i>blog</i> atau <i>web</i> yang peserta bikin tu bisa di halaman pertama mesin pencari di internet. Jadi besar peluang buat di- <i>klik</i> pengguna internet.	
II.1.c	Bagaimana alokasi waktu pada setiap materi pelatihan yang diberikan?	SO: Pelatihan-nya itu 2 hari mba.. Per harinya kita alokasikan waktu 300 menit. Kira-kira bagi waktunya itu 180 menit buat penyampaian teorinya, 420 menit buat materi prakteknya AP: Kalau di kurikulum yang kita susun alokasi waktu pelatihan itu 300 menit per hari, pelatihan-nya sendiri 2 hari. Kita lebih banyak praktek daripada teori. 180 menit teori, 420 menit prakteknya.	Pelaksanaan pelatihan selama 2 hari. Materi disusun selama 300 menit per hari, 180 menit untuk menyampaikan materi secara teoritis, dan 420 menit untuk penyampaian materi secara praktis.
II.1.f	Apakah materi pelatihan relevan dengan perkembangan bisnis melalui jaringan internet sekarang ini?	YM: Materinya relevan sama bisnis sekarang. Kalo engga di <i>online</i> in bisnisnya ya jadi biasa aja.	Materi yang diberikan <i>trainer</i> kepada peserta dirasa relevan dengan perkembangan bisnis sekarang ini.

		RM: Materinya ngikutin perkembangan bisnis sekarang. AK: Materinya udah sesuai ya saya rasa.	
II.1.g	Apakah materi pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan bisnis melalui jaringan internet?	YM : Materi yang kayak gini yang bisa bikin usaha maju. Ini sesuai kebutuhan bisnis saya. RM: Udah pas materinya sama bisnis apapun.	Materi pelatihan pengoptimasian bisnis melalui jaringan internet yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan dalam upaya meningkatkan usaha mereka.
II.2	Metode yang digunakan dalam pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet		
II.2. a	Metode apa yang digunakan <i>trainer</i> dalam menyampaikan materi pelatihan?	SO: Metode pembelajaran yang di pakai itu ceramah, tanya jawab dan praktek. Praktek langsung dapat mempermudah pemahaman peserta tentang materi optimasi yang dijelaskan <i>trainer</i> dan paserta dapat langsung bertanya kepada <i>trainer</i> jika dia kurang memahami cara-cara dalam prakteknya atau pada saat penyampaian materi	Metode yang dipakai dalam proses pelaksanaan pelatihan adalah ceramah, praktek atau demonstrasi, dan tanya jawab seputar bisnis <i>online</i> .

		<p>UW: Praktek digunakan agar peserta lebih paham dengan penyampaian materi teoritis yang telah disampaikan oleh <i>trainer</i> diawal sesi pelatihan.</p> <p>AA: Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pelatihan yaitu menggunakan ceramah dan praktek. Metode ceramah digunakan untuk menyampaikan materi yang sifatnya teoritis. Setelah teori disampaikan kita langsung praktekin dengan harapan materi yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami sehingga peserta mudah mengaplikasikannya. Pas peserta mengalami kesulitan peserta boleh bertanya secara langsung.</p> <p>AP:kebanyakan prakteknya. Kalo ceramah sih enggak, paling Cuma nyampaikan materi intronya. Terus dilanjut sama praktek. Tanya jawab bisa kapan aja kalau</p>	
--	--	---	--

		peserta ada kesulitan pemahaman.	
II.3	Strategi pembelajaran dalam pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet	<p>UW: Strategi belajarnya sumbernya ya dari <i>trainer</i>. Peserta pelatihan tinggal menerima materi dari <i>trainer</i> terus diaplikasikan pas pelatihan</p> <p>AP: Kalau strategi belajarnya itu berpusat pada <i>trainer</i>. Materi-materi dari <i>trainer</i>. Kan materinya udah disusun sebelumnya, pas pelatihannya tinggal menyampaikan sama peserta.</p>	Strategi pembelajaran berpusat pada <i>trainer</i> sebagai sumber belajar yang utama.
III.	Hasil dari pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet		
III.1	Respon peserta pelatihan terkait dengan materi yang disampaikan?		
III.1.a	Bagaimana interaksi peserta pelatihan dengan <i>trainer</i> pada saat pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?	<p>SO: <i>Trainer</i> udah berpengalaman dan tak lihat ngajarnya bikin peserta tambah semangat ngikutin pelatihan. <i>Trainernya</i> aktif, peserta pelatihannya juga aktif.</p> <p>UW: <i>Trainer</i> saya lihat bisa menguasai</p>	Peserta dapat mengikuti materi yang diberikan oleh <i>trainer</i> . Peserta dan <i>trainer</i> berinteraksi dengan baik. <i>Trainer</i> telah mempunyai banyak pengalaman mengajar dan dapat menguasai kelas.

		kelas. Proses pelatihan berjalan kondusif sesuai sama apa yang kita inginkan.	
III.1.b	Bagaimana dengan keaktifan peserta pelatihan pada saat <i>trainer</i> menyampaikan materi pelatihan?	<p>SO: Kelasnya jadi rame, dalam artian interaksi antara peserta sama <i>trainer</i> itu saling ada timbal balik.</p> <p>UW: Peserta aktif bertanya kan itu indikasi <i>trainer</i>-nya mampu motivasi dan <i>trainer</i> bisa menghidupkan suasana kelas, suasananya jadi aktif.</p>	Peserta aktif bertanya dalam pelaksanaan pelatihan. Ini adalah indikasi adanya hubungan timbal balik dari pembelajaran.
III.2.	Tingkat keberhasilan <i>trainer</i> dalam memotivasi peserta pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet?		
III.2.a	Bagaimana motivasi yang diberikan <i>trainer</i> kepada peserta pelatihan?	<p>AP : Kami selalu mengingatkan sama peserta pelatihan bahwa <i>time is lucky</i>.</p> <p>Kalau mau sukses di bisnis yang mereka jalani mereka enggak usah buang-buang waktu buat cari uang. Enggak usah susah-susah cari konsumen. Pake cara pengoptimasian bisnis <i>online</i> udah cukup</p>	<i>Trainer</i> selalu menanamkan motivasi mengenai waktu yang tidak boleh dibuang percuma untuk hal-hal yang penting dan lebih memaksimalkan waktu untuk peningkatan usaha pada setiap peserta.

		<p>buat promosi produk yang mereka jual ke pasar</p> <p>YM : <i>Trainer</i> selalu mengatakan <i>time is lucky</i>. Dari kalimat itu kami memaknai kalau waktu itu sangat berharga. Nah, bisnis <i>online</i> pun sangat membantu saya dalam menjalankan bisnis konvensional saya. Enggak usah buang-buang waktu untuk promosi. Tinggal pasang iklan di internet konsumen udah datang sendiri ke saya.</p>	
III.3	Evaluasi pelaksanaan pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet		
III.3.a	Apakah evaluasi dilakukan dengan tes tertulis?	<p>AA: Kalau masalah evaluasi kita enggak ada evaluasi yang tertulis.</p> <p>SO: Enggak ada tes tertulis dari kita.</p>	Tidak ada evaluasi tertulis dalam proses pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet.
III.3.b	Bagaimana tentang evaluasi hasil belajar dalam pelatihan?	AA: Evaluasinya ya mandiri aja. Peserta sendiri yang ngukur sejauh mana dia udah paham materi-materinya. Pada setiap	Evaluasi dilaksanakan secara mandiri pada setiap peserta pelatihan dan akan direfleksikan sendiri oleh para peserta.

		<p>materi yang <i>trainer</i> berikan itu nanti akan direfleksikan sendiri sama peserta.</p> <p>SO: Evaluasi sih engga ada. Mereka belajar mandiri sesuai dengan kebutuhan mereka. Cara ngukur pemahamannya secara mandiri.</p>	
IV.	Dampak dari pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet ini terhadap perkembangan usaha peserta		
IV.1	Penerapan materi yang didapat pada saat pelatihan oleh peserta setelah mengikuti pelatihan		
IV.1.a	Apakah peserta menerapkan materi pelatihan yang diberikan dalam mengembangkan usaha?	<p>YM: Aku praktekin semua materi pelatihan, soalnya materi satu dengan yang lain itu saling berkaitan.</p> <p>RM: Materi pelatihan tak praktekin semua.</p> <p>AK: Semua materi pelatihan udah saya praktekin.</p>	Materi yang diberikan oleh <i>trainer</i> diterapkan oleh peserta pelatihan.

IV.1.b	Materi apa saja yang telah diterapkan dalam menjalankan bisnis melalui jaringan internet?	<p>YM: Mulai dari riset internet sampai cara pengoptimasian <i>web</i> yang aku punya</p> <p>RM: Sebelum mulai usaha diajarin riset di mesin pencari terus saya sinkronin sama <i>web</i> yang saya buat. Jadi bisnis yang udah ada saya bikin <i>web</i>-nya terus saya optimasikan sesuai dengan materi yang dikasih waktu pelatihan itu.</p> <p>AK: Mulai dari riset internet sampe optimasi web punya saya di <i>search engine</i> pake <i>Google</i>. Tapi mau gimana lagi mba.. ngga ada orang yang bantu saya ngerjain semua pesenan. Saya juga masih ada kerjaan tetap, makanya waktunya dikit buat ngurusin bisnis.</p>	Materi yang diterapkan adalah riset internet, membuat web, dan pengoptimasian melalui aplikasi Google
IV.2	Penggunaan internet sebagai upaya peningkatan usaha oleh peserta setelah mengikuti pelatihan?		

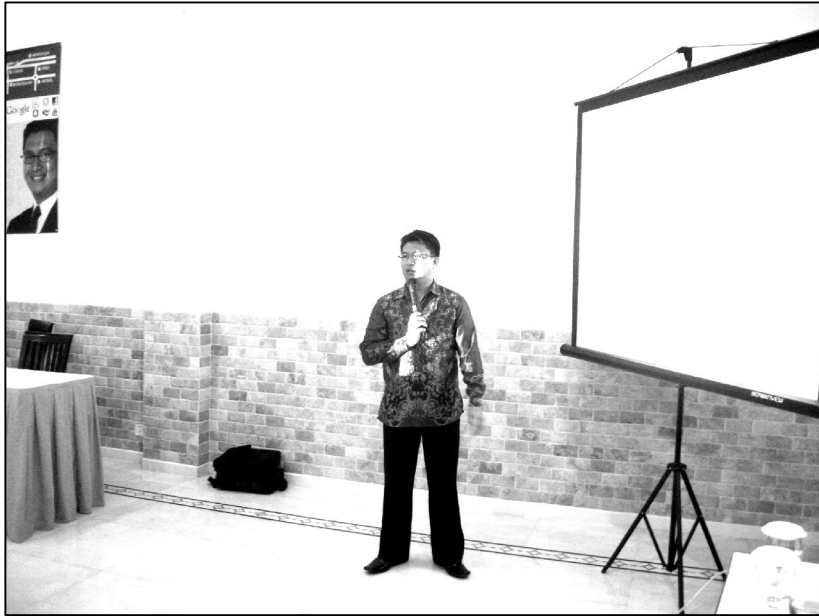
IV.2.a	Bagaimana peserta menggunakan internet sebagai upaya meningkatkan usaha setelah mengikuti pelatihan?	<p>YM: Aku sekarang lebih sering pake internet mba... Kadang suka <i>upload</i> foto-foto menu <i>catering</i> di <i>web</i>, sambil utak atik <i>web</i> biar menarik. Iklan ku di <i>Google</i> ada di halaman pertama lho mba, tapi kalau ga aku urusin nanti pasti ditempatin orang. Jadi aku lebih sering pake internet dari yang dulu sebelum <i>online</i>-in bisnis. Engga sekedar nge-cek <i>web catering</i> tapi juga buat iseng-iseng cari info makanan yang sekarang lagi nge-<i>trend</i> buat <i>catering aqiqoh</i>. Ya ngikutin maunya konsumen aja kayak gimana mba...</p> <p>RM: Kalau ada informasi baru pasti saya <i>upgrade</i> mba. Kayak kemaren saya baru nambah tempat kursus baru lagi atau fasilitas yang saya tambahkan. Mau ngga mau ya harus belajar ngulik <i>web</i> sendiri dan lebih sering nilik'i <i>web</i>. Daripada saya</p>	Internet digunakan oleh peserta sebagian besar untuk upaya peningkatan usaha. Internet digunakan untuk meng- <i>upgrade</i> web atau <i>blog</i> yang mereka punya sehingga calon konsumen tertarik dengan barang/jasa yang ditawarkan oleh para peserta.
--------	--	---	---

		<p>nyuruh orang buat ngurusin <i>web</i> mending saya pegang sendiri sambil belajar mba..</p> <p>AK: Saya jalanin bisnis apa adanya. Kalau masalah iklan <i>souvenir</i> yang di internet itu jarang saya urus. <i>Nek</i> terakhir saya lihat itu masih di halaman pertamaa <i>Google</i>. Tapi engga tau kalau sekarang. Namanya juga persaingan di internet tu banyak yang jualan <i>souvenir</i> juga mba</p>	
IV.3	Pengaruh berbisnis melalui jaringan internet terhadap tingkat pendapatan peserta setelah mengikuti pelatihan		
IV.3.a	Apakah pelatihan optimasi bisnis melalui jaringan internet tersebut membantu dalam upaya peningkatan usaha?	<p>YM: Kalau dihitung-hitung mba, omset dari bisnis <i>catering</i> sekitar enam puluh juta per bulan. Itu udah penghasilan bersih. Padahal aku baru mulai bisnis ini kira-kira baru 5 bulan.</p> <p>RM: Dulu sebelum ikut pelatihan ini yang dateng mau khursus nyetir mobil Cuma 5</p>	Omset yang meningkat adalah indikasi dari peningkatan usaha yang dijalankan oleh setiap peserta.

		<p>sampe 7 orang aja per bulannya mba.</p> <p>Setelah aku <i>online</i>-in jasa kursus nyetir mobil yang mau kursus malah tambah banyak. Ini aku udah kerja sama sama LPK lain biar aku engga kewalahan nanganin orang-orang yang mau kursus di tempat ku</p> <p>AK: Banyak pesanan yang tak tolak soalnya saya engga sanggup ngerjainnya.</p> <p>Omset bisnis <i>souvenir</i> saya kira-kira dua juta per bulan.</p>	
IV.3.b	Adakah perubahan dalam usaha anda setelah anda menerapkan materi pelatihan dalam mengembangkan usaha anda?	<p>YM: Kalau peningkatan omset jelas ada.</p> <p>RM: Alhamdulillah ada hasilnya ikut pelatihan.</p> <p>AK: Peningkatan omset sih ada tapi belum ada hasilnya.</p>	<p>Bagi mereka yang menjalankan bisnis <i>online</i> dengan tekun maka omset yang diperoleh meningkat. Tapi bagi peserta yang tidak tekun dalam menjalankan bisnis <i>online</i> nya tidak mendapat peningkatan omset dari usaha yang dijalankan.</p>

Lampiran 5. Foto Pelaksanaan Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet

**FOTO PELAKSANAAN PELATIHAN OPTIMASI BISNIS MELALUI
JARINGAN INTERNET**



Trainer sedang memberikan materi optimasi bisnis melalui jaringan internet.



*Para peserta sedang mempraktekan materi yang diajarkan oleh *trainer*.*



Kondisi ruang kelas tempat pelatihan berlangsung.



Salah satu *trainer* membimbing salah satu peserta pelatihan yang mengalami kesulitan pemahaman.

Lampiran 6. Brosur Pelatihan Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet

GO ONLINE ATAU BANGKRUT

Pasar di Internet semakin hari semakin tidak terbatas.
Pada tahun 2011 pengguna internet di Indonesia 55 juta orang (Kompas.com)
Dengan bertambah pengguna internet peluang bisnis bertambah banyak
Inilah saatnya kita harus memahami teknologi dan kebutuhan pasar
dan harus segera Mengonlinekan bisnis konvensional kita
agar kita tidak Bangkrut karena kalah bersaing.
Betapa ruginya kita bisa internet tapi tidak bisa menghasilkan uang dari Internet
Saatnya Pengusaha harus GO ONLINE
dan mempromosikan bisnis lewat internet
Dari Internet kita bisa memiliki penghasilan jutaan rupiah
dan memiliki Puluhan Bisnis dengan modal minim bahkan Tanpa modal
Bisa Online bisa dilakukan dari rumah dan tanpa kantor, tanpa kenal macet
Anda bisa menjual apa saja, kemana saja ke seluruh Dunia
Market Pasar di Internet begitu luas
Apakah Kita tetap menjadi penonton saja....



Pendaftaran secara On line ke Rekening BCA. 4451070074
a.n Navi Azinda Utama. Setelah Melakukan Transfer, SMS ketik DAFTAR,
NAMA, ALAMAT, ke 0612 1003 7757. Slip Transfer dibawa pada saat Training

TRAINING & PRAKTEK OPTIMASI BISNIS DI INTERNET



net-U
Netpreneur University

A. Materi Training Optimasi Bisnis Kelas Essensial :

- 20 Strategi Internet Masa Depan - Strategi Pebisnis Dotcom (Sedot Komisi)
- Melahirkan Bisnis Nyata dari Bisnis Maya (Click To Brick Investment)
- Membuat bisnis anda ditemukan di Google di halaman 1 (Business For Prestise)
- Cara Mengonlinekan dan Mengoptimasi Bisnis Offline anda.
- Jurus Meningkatkan Omset penjualan Produk atau Jasa lewat SEO & CRO
- Mencari dan menemukan ide bisnis cerdas dan punya profit jutaan rupiah di Internet
- Membuat Email Bisnis, Membuat Blog & mengoptimasi Blog tampil di halaman 1 Google.
- Membuat Puluhan bisnis baru dari Internet
- Menemukan Rumus Keberuntungan sehingga terus dapat order.
- Belajar Teknik Riset Internet
- Membuat Google Jajah Cinta di Blog Kita
- Mengetahui kata dan kalimat beruang
- Mengoptimasi BISMA (Bisnis, Internet, Sharing, Marketing, Affiliate)
- Menyewakan banyak halaman di BISMA senilai jutaan rupiah..

B. Materi Training Optimasi Bisnis Kelas Basic

- 4 Jalur Penghasil Uang di Internet (Blog, domain, Search Engine, Affiliate)
- Menjadi Magnet Produk, Magnet Uang dan Magnet Orang
- Menjadi Marketing Smart yang dikejar banyak pengusaha untuk mengiklankan bisnis mereka di Internet
- Belajar Ilmu Optimasi
- Aplikasi Google untuk Optimasi Bisnis
- Menjalankan Rumus Optimasi di Website
- Membangun Website Teroptimasi di Internet (Set-Up Website)
- Melakukan Riset Internet Mendalam
- SEO For Domain, Tools SEO dalam domain
- Menganalisa Website terhadap Kunjungan (Visitor), Sumber hasil (Traffic Source), kata kunci (keyword)
- Mengoptimalkan blog dan website agar menghasilkan banyak order.
- Promosi Social Media Marketing (Facebook, Twitter)

JOGJA

Sabtu - Minggu
25 - 26 Februari 2012
Pkl. 10.00 WIB - Selesai

HOTEL GRAND PALACE
Jl. Mangkudin

Pembicara :
Tim Netpreneur University

FASILITAS KELAS :
Domain & Hosting, Coffeebreak,
Lunch, Serbikat, Modul, Kios,
ID Card Member Netpreneur University,
Gratis Masuk Komunitas BISMA
Berhak menyewakan halaman BISMA
yang bernilai jutaan Rupiah.

INFORMASI :

087 854 546 475
087 678 575 756

INFORMASI **0878 3995 2916**
0856 4773 8598

mata air
PRODUCTION

OTAK 2 KANAN
COMMUNICATION

**Lampiran 7. Surat Ijin Penelitian Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas
Negeri Yogyakarta**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN

Alamat : Karangmalang, Yogyakarta 55281
Telp.(0274) 586168 Hunting, Fax.(0274) 540611; Dekan Telp. (0274) 520094
Telp.(0274) 586168 Psw. (221, 223, 224, 295,344, 345, 366, 368,369, 401, 402, 403, 417)
E-mail: humas_fip@uny.ac.id Home Page: http://fip.uny.ac.id



Certificate No. QSC 00667

No. : 4678 /UN34.11/PL/2012
Lamp. : 1 (satu) Bendel Proposal
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Yth. Gubernur Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
Cq. Kepala Biro Administrasi Pembangunan
Setda Provinsi DIY
Kepatihan Danurejan
Yogyakarta


Diberitahukan dengan hormat, bahwa untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik yang ditetapkan oleh Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, mahasiswa berikut ini diwajibkan melaksanakan penelitian:

Nama : Mahardini Farizki
NIM : 05102241003
Prodi/Jurusan : PLS /PLS
Alamat : Kepuh GK 3/910 , Klitren , Gondokusuman , Yogyakarta.

Sehubungan dengan hal itu, perkenankanlah kami memintakan ijin mahasiswa tersebut melaksanakan kegiatan penelitian dengan ketentuan sebagai berikut:

Tujuan : Memperoleh data penelitian tugas akhir skripsi
Lokasi : Jl. Sidikan No.174 Nitikan Umbulharjo , Yogyakarta.
Subyek : Pengelola Training , fasilitator training, Peserta training
Obyek : event Organizer mata Air
Waktu : Juni – Agustus 2012
Judul : Implementasi Training Optimasi Bisnis melalui Jaringan Internet bagi pengusaha kecil di daerah Istimewa Yogyakarta (studi kasus di Event organizer Mata Air)

Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, Juni 2012
Dekan,

Dr. Haryanto, M.Pd.
NIP 19600902 198702 1 0014

Tembusan Yth:
1.Rektor (sebagai laporan)
2.Wakil Dekan I FIP
3.Ketua Jurusan PLS FIP
4.Kabag TU
5.Kasubbag Pendidikan FIP
6.Mahasiswa yang bersangkutan
Universitas Negeri Yogyakarta

**Lampiran 8. Surat Ijin Penelitian Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa
Yogyakarta**



**PEMERINTAH PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
SEKRETARIAT DAERAH**

Kompleks Kepatihan, Danurejan, Telepon (0274) 562811 - 562814 (Hunting)
YOGYAKARTA 55213

SURAT KETERANGAN / IJIN

070/6271/N/6/2012

Membaca Surat : Dekan Fak. Ilmu Pendidikan UNY Nomor : 4678/UN34.11/PL/2012
Tanggal : 11 Juli 2012 Perihal : Ijin Penelitian

- Mengingat :
1. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006, tentang Perizinan bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Orang Asing dalam melakukan Kegiatan Penelitian dan Pengembangan di Indonesia;
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2007, tentang Pedoman penyelenggaraan Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Departemen Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
 3. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 37 Tahun 2008, tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.
 4. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian, dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

DIIJINKAN untuk melakukan kegiatan survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan kepada:

Nama : MAHARDINI FARIZKI NIP/NIM : 05102241003
Alamat : KARANGMALANG YK
Judul : IMPLEMENTASI TRAINING OPTIMASI BISNIS MELALUI JARINGAN INTERNET BAGI PENGUSAHA KECIL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (STUDI KASUS DI EVENT ORGANIZER MATA AIR)
Lokasi : KOTA YOGYAKARTA Kota/Kab. KOTA YOGYAKARTA
Waktu : 28 Juni 2012 s/d 28 September 2012

Dengan Ketentuan

1. Menyerahkan surat keterangan/ijin survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan *) dari Pemerintah Provinsi DIY kepada Bupati/Walikota melalui institusi yang berwenang mengeluarkan ijin dimaksud;
2. Menyerahkan soft copy hasil penelitiannya baik kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi DIY dalam compact disk (CD) maupun mengunggah (upload) melalui website adbang.jogjapro.go.id dan menunjukkan cetakan asli yang sudah disahkan dan dibubuhi cap institusi;
3. Ijin ini hanya dipergunakan untuk keperluan ilmiah, dan pemegang ijin wajib mentaati ketentuan yang berlaku di lokasi kegiatan;
4. Ijin penelitian dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat ini kembali sebelum berakhir waktunya setelah mengajukan perpanjangan melalui website adbang.jogjapro.go.id;
5. Ijin yang diberikan dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila pemegang ijin ini tidak memenuhi ketentuan yang berlaku.

Dikeluarkan di Yogyakarta

Pada tanggal 28 Juni 2012

A.n Sekretaris Daerah

Asisten Perekonomian dan Pembangunan
Ub.

Kepala Biro Administrasi Pembangunan



Tembusan :

1. Yth. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta (sebagai laporan);
2. Walikota Yogyakarta cq. Dinas Perizinan
3. Ka Dishub Kominfo Prov. DIY
4. Dekan Fak. Ilmu Pendidikan UNY
5. Yang Bersangkutan

Lampiran 9. Surat Ijin Penelitian Pemerintah Kota Yogyakarta



SURAT IZIN

NOMOR : 070/1914

4019/34

Dasar : Surat izin / Rekomendasi dari Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta
Nomor : 070/6271/V/6/2012 Tanggal : 28/06/2012

Mengingat : 1. Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pembentukan, Susunan, Kedudukan dan Tugas Pokok Dinas Daerah
2. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 85 Tahun 2008 tentang Fungsi, Rincian Tugas Dinas Perizinan Kota Yogyakarta;
3. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 29 Tahun 2007 tentang Pemberian Izin Penelitian, Praktek Kerja Lapangan dan Kuliah Kerja Nyata di Wilayah Kota Yogyakarta;
4. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Perizinan pada Pemerintah Kota Yogyakarta;
5. Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor: 38/I.2/2004 tentang Pemberian izin/Rekomendasi Penelitian/Pendataan/Survei/KKN/PKL di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dijinkan Kepada : Nama : MAHARDINI FARIZKI NO MHS / NIM : 05102241003
Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Ilmu Pendidikan - UNY
Alamat : Kampus Karangmalang, Yogyakarta
Penanggungjawab : Dr. Iis Prasetyo
Keperluan : Melakukan Penelitian dengan judul Proposal : IMPLEMENTASI TRAINING OPTIMASI BISNIS MELALUI JARINGAN INTERNET BAGI PENGUSAHA KECIL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (Studi Kasus di Event Organizer Mata Air)

Lokasi/Responden : Kota Yogyakarta
Waktu : 28/06/2012 Sampai 28/09/2012
Lampiran : Proposal dan Daftar Pertanyaan
Dengan Ketentuan : 1. Wajib Memberi Laporan hasil Penelitian kepada Walikota Yogyakarta (Cq. Dinas Perizinan Kota Yogyakarta)
2. Wajib Menjaga Tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat
3. Izin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah
4. Surat izin ini sewaktu-waktu dapat dibatalkan apabila tidak dipenuhinya ketentuan -ketentuan tersebut diatas
Kemudian diharap para Pejabat Pemerintah setempat dapat memberi bantuan seperlunya

Tanda tangan
Pemegang Izin

MAHARDINI FARIZKI

Dikeluarkan di : Yogyakarta
pada Tanggal : 29-6-2012

An. Kepala Dinas Perizinan
Sekretaris

Drs. HARDONO

NIP 195804101985031013

Tembusan Kepada :

- Yth. 1. Walikota Yogyakarta(sebagai laporan)
2. Ka. Biro Administrasi Pembangunan Setda Prop. DIY
3. Pimp. Event Organizer Mata Air Yogyakarta
4. Ybs.

Lampiran 10. Surat Ijin Penelitian Mata Air *Production*

SURAT IZIN PENELITIAN

Berdasarkan surat izin rekomendasi dari Pemerintah Kota Yogyakarta nomer: 070/1914
4041/34 tanggal 29/08/2012. Diiijinkan kepada:

Nama : Mahardini Farizki
No. Mahasiswa/NIM : 05102241003
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan – UNY
Alamat : Kampus Karang Malang, Yogyakarta
Keperluan : Melakukan penelitian dengan judul proposal: IMPLEMENTASI
TRAINING OPTIMASI BISNIS MELALUI JARINGAN INTERNET BAGI
PENGUSAHA KECIL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (STUDI
KASUS DI EVENT ORGANIZER MATA AIR)
Lokasi /responden : Kota Yogyakarta
Waktu : 28/06/2012 sampai 28/09/2012

Demikian surat izin penelitian ini kami buat, diharapkan dapat digunakan dengan sebaik-
baiknya.

Yogyakarta, 30 Juni 2012

President Director Mata Air Production


mata air
production

Umar Wiharto Nugroho, S. Pd