

PELATIHAN MEMBUAT WEBSITE E-COMERCE DENGAN WEEBLY.COM DAN WEB BLOG

Syaikhul Falah

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cenderawasih

ABSTRACT

E-commerce or could be called electronic trading or e-commerce is the dissemination, purchase, sale, marketing of goods and services through the Internet or a computer network. All elements contained in trading are applied to e-commerce such as customer service, product service, payment method, and promotion way. The creative industry produced by some of the students of the accounting study Program had problems with its marketing. The marketing that is done by one of them still utilizes the sales media by boarding ads on sales sites and social media. They don't yet have their own sales website to market their creative products because of limited insight and expertise and cost to create a sales website. The trainee is a student of accounting study Program. The method performed in this dedication is descriptive. Also, to see how far their knowledge of internet technology is and how and for the sake of what they use the Internet, then do observation and interviews and discussions with the students of accounting study Program by giving Pre test and post-test, and evaluation of the competency of students after training. Thus, the results of the training that from the competency test results can be concluded that the 26 participants who participated in the training were able to understand, know, and explain related e-commerce with weebly.com and web blog in marketing the products it produces.

Keywords : *Website e-commerce; weebly.com; and web blog*

ABSTRAK

E-commerce atau bisa disebut perdagangan elektronik atau penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui internet atau jaringan komputer. Semua elemen yang terkandung dalam perdagangan diterapkan pada *e-commerce* seperti layanan pelanggan, layanan produk, metode pembayaran, dan cara promosi. Industri kreatif yang dihasilkan oleh sebagian mahasiswa program studi akuntansi bermasalah dengan pemasarannya. Pemasaran yang dilakukan salah satunya masih memanfaatkan media penjualan dengan memasang iklan di situs penjualan dan media sosial. Mereka yang belum memiliki *website* penjualan sendiri untuk memasarkan produk kreatifnya, karena keterbatasan wawasan dan keahlian serta biaya untuk membuat *website* penjualan. Peserta pelatihan adalah mahasiswa Program Studi Akuntansi. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode deskriptif. Juga untuk melihat sejauh mana pengetahuan mereka tentang teknologi internet dan bagaimana dan untuk apa mereka menggunakan internet, maka dilakukan observasi dan wawancara serta diskusi dengan mahasiswa program studi akuntansi dengan memberikan *pre test* dan *post test*, dan evaluasi. kompetensi peserta didik setelah mengikuti pelatihan. Oleh karena itu, hasil pelatihan yang dari hasil uji kompetensi dapat disimpulkan bahwa 26 peserta yang mengikuti pelatihan mampu

memahami, mengetahui, dan menjelaskan terkait *e-commerce* dengan *weebly.com* dan *web blog* dalam memasarkan produk yang dihasilkannya.

Kata kunci : *Website e-commerce; weebly.com; dan blog web*

1. Pendahuluan

Dewasa ini kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di bidang *website* semakin maju. Dimulai dengan Web statis berkembang menjadi web dinamis. Dan hal ini juga merubah pola kehidupan masyarakat dalam berbagai bidang. Hingga akhirnya muncullah sebuah teknologi yaitu website yang dapat berfungsi untuk mengumpulkan, menyimpan dan mengolah data menjadi informasi yang bermanfaat dan dapat digunakan untuk penyelenggaraan sistem layanan tertentu atau sering disebut dengan Sistem Informasi Manajemen (SIM).

E-commerce atau bisa disebut Perdagangan elektronik atau e-dagang adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui internet atau jaringan komputer. Seluruh elemen yang terdapat dalam perdagangan diaplikasikan ke dalam e-commerce seperti customer service, layanan produk, cara pembayaran dan cara promosi. Dengan adanya perkembangan dari internet yang semakin bertumbuh, hal ini merupakan salah satu aspek yang mendorong bertumbuhnya e-commerce. Internet merupakan salah satu jaringan global yang menghubungkan jaringan komputer diseluruh dunia, sehingga memungkinkan terjalannya komunikasi dan interaksi antar satu perusahaan dengan konsumen.

Industri kreatif yang dihasilkan oleh sebagian dari mahasiswa Program Studi Akuntansi mengalami kendala dengan pemasarannya. Pemasaran yang dilakukan salah satunya masih memanfaatkan media penjualan dengan menumpang memasang iklan di situs-situs penjualan dan media sosial. Mereka belum memiliki website penjualan sendiri untuk memasarkan produk – produk hasil kreatifitas mereka karena keterbatasan wawasan dan keahlian serta biaya untuk membuat sebuah website penjualan. Peserta pelatihan adalah Mahasiswa Program Studi Akuntansi Angkatan 2016.

Dilihat dari latar belakang peserta dibidang pemanfaatan teknologi informasi umumnya masih sangat dangkal, artinya menggunakan internet hanya sebatas browsing (berselancar) dan menggunakan jejaring sosial . Kurangnya edukasi dibidang teknologi informasi khususnya internet dan blog menjadi salah satu penyebab masalah tersebut di atas. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan akan dapat membuka cakrawala peserta pelatihan untuk lebih kreatif dalam mengoptimalkan fasilitas internet yang telah ada untuk kepentingan yang lebih luas.

Dari masalah tersebut maka perlu di adakannya suatu pelatihan bagi mahasiswa program studi Akuntansi untuk membuat suatu website penjualan yang lebih khusus yang di kenal dengan e commerce agar dapat menambah daya tarik konsumen untuk membeli hasil kreatifitas mereka.

Rumusan masalah pada pengabdian ini adalah bagaimana membuat sebuah website ecommerce untuk Mahasiswa Program Studi Akuntansi untuk membantu dalam memasarkan produk hasil kreatifitas Mahasiswa yang memiliki jiwa wiraswasta sehingga mengurangi biaya untuk memasarkan produk.

Tujuan dari pengabdian ini adalah

1. Memberikan pelatihan pembuatan web site e-commerce dengan www.weebly.com dan Web Blog.
2. Memberikan wawasan E-commerce kepada mahasiswa Akuntansi.
3. Bagaimana memanfaatkan blog sebagai media penyebarluasan informasi dan pembelajaran serta pemasaran produk.

Adapun manfaat dari pelatihan tersebut adalah menambah wawasan serta membekali para mahasiswa Akuntansi untuk membuat suatu website penjualan yang lebih khusus yang di kenal dengan e commerce agar dapat menambah daya tarik konsumen untuk membeli hasil kreatifitas mereka.

2. Kajian Pustaka

Dewasa ini kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di bidang *website* semakin maju. Dimulai dengan Web statis berkembang menjadi web dinamis. Dan hal ini juga merubah pola kehidupan masyarakat dalam berbagai bidang. Hingga akhirnya muncullah sebuah teknologi yaitu website yang dapat berfungsi untuk mengumpulkan, menyimpan dan mengolah data menjadi informasi yang bermanfaat dan dapat digunakan untuk penyelenggaraan sistem layanan tertentu atau sering disebut dengan Sistem Informasi Manajemen (SIM).

2.1 Pengertian e-Commerce

Penggunaan internet yang semakin meningkat membuat perkembangan teknologi dan penyebaran informasi semakin cepat. Banyak sisi dari kehidupan berkembang sehingga menghasilkan konsep-konsep bisnis baru dari penggunaan internet. Salah satu konsep bisnis dari penggunaan internet adalah *e-commerce*. *Electronic Commerce* (EC) adalah hal baru yang menggambarkan bagaimana proses dari kegiatan jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web Internet* atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Suyanto, M., 2003).

2.2 Jenis e-Commerce

Terdapat beberapa jenis e-Commerce berdasarkan perbedaan dari karakteristiknya yaitu transaksi (Suyanto, M., 2003) :

1. Business to Business (B2B)

Business to Business e-Commerce memiliki karakteristik:

- a. Trading partners yang sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan (relationship) yang cukup lama. Pertukaran informasi hanya terjadi dengan partner tersebut. Hal ini karena jenis informasi yang diterima dan disusun sesuai dengan keperluan dan kepercayaan (trust) karena sudah mengenal lawan komunikasi.
- b. Pertukaran data (data exchange) dapat terjadi secara berulang-ulang dan berkala, misalnya setiap hari, dengan format data yang sudah disepakati bersama. Dengan kata lain, dengan adanya ketentuan tertentu dari service yang digunakan, sehingga dapat memudahkan untuk pertukaran data pada dua perusahaan dengan menggunakan standar yang sama.
- c. Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu parternya.
- d. Peer-to-peer adalah model yang umum digunakan, yang mana processing intelligence dapat disalurkan pada kedua pelaku bisnis.

2. Business to Consumer (B2C)

Berikut ini karakteristik dari Business to Consumer e-Commerce:

- a. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan ke umum.

- b. Servis yang diberikan bersifat umum (generic) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Sebagai contoh, karena sistem Websudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis Web
 - c. Servis diberikan berdasarkan permohonan (on demand). Konsumer melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
 - d. Pendekatan client/server sering digunakan dimana diambil asumsi client consumer) menggunakan sistem yang minimal (berbasis Web) dan processing (business procedure) diletakkan di sisi server.
3. Consumen to konsumen(C2C)

Dalam C2C seseorang menjual produk atau jasa ke orang lain. Dapat juga disebut sebagai pelanggan ke palanggan yaitu orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain. Lelang C2C. Dalam beberapa negara, sangat banyak jumlah situs lelang yang terjadi terkait kegiatan penjualan dan pembelian C2C. Lelang lebih sering dilakukan oleh perantara, seperti eBay.com, auctionanything.com, para pelanggan juga dapat menggunakan situs khusus seperti buyit.com atau bid2bid.com. Selain itu banyak pelanggan yang melakukan lelangnya sendiri seperti greatshop.com menyediakan piranti lunak untuk menciptakan komunitas lelang terbalik C2C online

4. Comsumen to Business(C2B)

Kebanyakan konsumen akan memberitahukan kebutuhannya untuk jenis suatu produk atau jasa tertentu jika berkaitan dengan C2B, dan untuk menyediakan produk atau jasa kepada konsumen biasanya terdapat persaingan antara para pemasok. Contohnya di priceline.com, dimana pelanggan menyebutkan produk dan harga yang diinginkan, dan priceline mencoba menemukan pemasok yang memenuhi kebutuhan tersebut

2.3 Keuntungan dan Kerugian e-Commerce

Ada beberapa keuntungan dari **e-Commerce** adalah sebagai berikut transaksi (Suyanto, M., 2003):

- a. Bagi Perusahaan, memperpendek jarak, perluasan pasar, perluasan jaringan mitra bisnis dan efisiensi, dengan kata lain mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsif, serta mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya sehingga dapat meningkatkan pendapatan.
- b. Bagi Consumen, efektif, aman secara fisik dan flexible
- c. Bagi Masyarakat Umum, mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan, membuka peluang kerja baru, menguntungkan dunia akademis, meningkatkan kualitas SDM.

Ada beberapa kerugian dari *e-Commerce* adalah sebagai berikut transaksi (Suyanto, M., 2003)

:

- a. Meningkatkan Individualisme, pada perdagangan elektronik seseorang dapat bertransaksi dan mendapatkan barang/jasa yang diperlukan tanpa bertemu dengan siapapun.
- b. Terkadang Menimbulkan Kekecewaan, apa yang dilihat dilayar monitor komputer kadang berbeda dengan apa yang dilihat secara kasat mata.

2.5 Pengenalan Internet

Internet (Inter-Network) merupakan istilah untuk sekelompok jaringan computer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Layanan internet meliputi komunikasi langsung (email, chat), diskusi (Usenet News, email, milis), sumber daya informasi yang terdistribusi (World Wide Web, Gopher), remote login dan lalu lintas file (Telnet, FTP), dan aneka layanan lainnya. Suatu set protocol standar digunakan dalam membentuk jaringan internet untuk menghubungkan jaringan komputer dan mengamati lalu lintas dalam jaringan. Protokol ini mengatur format data yang diijinkan, penanganan kesalahan (error handling), lalu lintas pesan, dan standar komunikasi lainnya. Protokol standar pada internet dikenal sebagai TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). Protokol ini memiliki kemampuan untuk bekerja diatas segala jenis komputer, tanpa terpengaruh oleh perbedaan perangkat keras maupunsistem operasi yang digunakan (Siswanto, Belis. 2005).

2.6 Internet Commerce

Internet Commerce adalah penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan (S. Jonathan, dan Tutty Martadireja, 2008). Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan produk dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan dan pembelian barang dimana barang akan dikirim melalui pos atau sarana lain setelah pembeli mentranser uang ke rekening penjual. Harga lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka outlet retail di berbagai tempat. Internet media promosi perusahaan dan produk yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah. Serta pembelian melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang sampai ketempat pemesanan.

Dengan kemampuan *browser* tersebut. Contohnya, bila data yang dikirim berupa gambar, browser yang hanya mampu menampilkan teks (misalnya lynx) tidak akan mampu menampilkan gambar tersebut, dan jika ada akan menampilkan alternatifnya saja. Web server, untuk berkomunikasi dengan client-nya (*web browser*) mempunyai protokol sendiri, yaitu HTTP (*hypertext transfer protocol*)

2.7 Weebly.com

Weebly adalah sebuah sarana untuk membuat website gratis. Dengan format widget yang digunakannya, dapat memungkinkan pengguna untuk mendesain halaman dengan hanya beberapa klik, menyeret dan menjatuhkan elemen halaman yang berbeda (gambar, teks, atau konten interaktif, dll) ke halaman dan mengisi konten. David Rusenko, Dan Veltri, dan Chris Fanini adalah pencetus untuk pembuat situs ini, dan semua yang menghadiri Penn State untuk gelar sarjana. Pada tahun 2007, Weebly pernah masuk dalam majalah Time sebagai Situs Keempat terbaik dari lima puluh situs.

Weebly pro adalah fitur baru yang di tambahkan oleh Weebly pada Juni 2008, yang memungkinkan pengguna untuk membuat password halaman yang dilindungi, peningkatan batasan ukuran file upgrade, serta menerima layanan dukungan tambahan atau support. Pada tahun 2008, fitur Weebly editor kompatibel dengan Safari dan Google Chrome, kompatibilitas weebly editor diperkenalkan sebelumnya untuk Internet Explorer dan Firefox (id.wikipedia.org/wiki/Weebly).

2.8 Sejarah Blog

Blogger.com adalah yang pertama kali mempopulerkan media blog, yang dimiliki oleh [PyraLab](#) sebelum akhirnya PyraLab diakuisi oleh [Google.Com](#) pada akhir tahun 2002 yang lalu. Semenjak itu, banyak terdapat aplikasi-aplikasi yang bersifat [sumber terbuka](#) yang diperuntukkan kepada perkembangan para [penulis blog](#) tersebut.

Fungsi dari Blog sangat bervariasi misalnya hanya sebagai sebuah catatan harian, media publikasi dalam sebuah kampanye politik, sampai dengan program-program media dan perusahaan-perusahaan. Sebagian blog dipelihara oleh seorang penulis tunggal, sementara sebagian lainnya oleh beberapa penulis. Banyak juga blog yang memiliki fasilitas interaksi dengan para pengunjungnya, seperti menggunakan buku tamu dan kolom komentar yang dapat memperkenankan para pengunjungnya untuk meninggalkan komentar atas isi dari tulisan yang dipublikasikan, namun demikian ada juga yang sebaliknya atau yang bersifat non-interaktif.

Situs-situs web yang saling berkaitan berkat blog, atau secara total merupakan kumpulan blog sering disebut sebagai *blogosphere*. Bilamana sebuah kelompok gelombang aktivitas, informasi dan opini yang sangat besar secara terus-menerus muncul untuk beberapa subyek atau sangat kontroversial terjadi dalam *blogosphere*, maka hal itu sering disebut sebagai *blogstorm* atau **badai blog**.

2.9 Komunitas Blogger

Komunitas blogger terbentuk berdasarkan suatu ikatan dari para blogger atas dasar kesamaan tertentu misalnya kesamaan asal daerah, kesamaan kampus, kesamaan hobi, dan sebagainya. Para blogger yang tergabung dalam komunitas-komunitas blogger tersebut biasanya sering mengadakan kegiatan-kegiatan bersama-sama seperti kopi darat.

Untuk bisa bergabung di komunitas blogger, biasanya ada semacam syarat atau aturan yang harus dipenuhi untuk bisa masuk di komunitas tersebut, misalkan berasal dari daerah tertentu

a. Jenis – Jenis Blog

Adapun jenis jenis blog adalah sebagai berikut:

- a. Blog politik: Tentang berita, politik, aktivis, dan semua persoalan berbasis blog (Seperti kampanye).
- b. Blog pribadi: Disebut juga buku harian online yang berisikan tentang pengalaman keseharian seseorang, keluhan, puisi atau syair, gagasan jahat, dan perbincangan teman.
- c. Blog bertopik: Blog yang membahas tentang sesuatu, dan fokus pada bahasan tertentu.
- d. Blog kesehatan: Lebih spesifik tentang kesehatan. Blog kesehatan kebanyakan berisi tentang keluhan pasien, berita kesehatan terbaru, keterangan-keterangan tentang kesehatan, dll.
- e. Blog sastra: Lebih dikenal sebagai *litblog* (*Literary blog*).
- f. Blog perjalanan: Fokus pada bahasan cerita perjalanan yang menceritakan keterangan-keterangan tentang perjalanan/traveling.
- g. Blog riset: Persoalan tentang akademis seperti berita riset terbaru.
- h. Blog hukum: Persoalan tentang hukum atau urusan hukum; disebut juga dengan blawgs (Blog Laws).
- i. Blog media: Berfokus pada bahasan kebohongan atau ketidakkonsistensi media massa; biasanya hanya untuk koran atau jaringan televisi
- j. Blog agama: Membahas tentang agama

- k. Blog pendidikan: Biasanya ditulis oleh pelajar atau guru.
 - l. Blog kebersamaan: Topik lebih spesifik ditulis oleh kelompok tertentu.
 - m. Blog petunjuk (*directory*): Berisi ratusan link halaman website.
 - n. Blog bisnis: Digunakan oleh pegawai atau wirausahawan untuk kegiatan promosi bisnis mereka
 - o. Blog pengejawantahan: Fokus tentang objek diluar manusia; seperti anjing
- Blog pengganggu (*spam*): Digunakan untuk promosi bisnis affiliate; juga dikenal sebagai splogs (Spam Blog)

b. Budaya Populer

Ngeblog yang merupakan istilah dalam bahasa Indonesia untuk *blogging* biasanya harus dilakukan hampir setiap waktu untuk mengetahui eksistensi dari pemilik blog. Juga untuk mengetahui sejauh mana blog dirawat (mengganti *template*) atau menambah artikel. Sekarang terdapat lebih 10 juta blog yang dapat ditemukan di internet yang juga masih dapat berkembang lagi, dikarenakan oleh kemudahan dalam hal terdapat sejumlah besar [perangkat lunak](#), peralatan, dan aplikasi [internet](#) lain yang mempermudah para blogger (sebutan pemilik blog) untuk merawat blognya. Selain merawat dan terus melakukan pembaharuan di blognya, para blogger yang tergolong baru pun masih sering melakukan *blogwalking*, yaitu aktivitas para blogger meninggalkan tautan di blog atau situs orang lain seraya memberikan komentar.

Beberapa blogger kini bahkan telah menjadikan blognya sebagai sumber pemasukan utama melalui program periklanan (misalnya [AdSense](#), posting berbayar, penjualan [tautan](#), atau afiliasi). Sehingga kemudian muncullah istilah blogger profesional, atau *problogger*, yaitu orang yang menggantungkan hidupnya hanya dari aktivitas *ngeblog*, karena banyak saluran pendapatan dana, baik berupa dolar maupun rupiah, dari aktivitas *ngeblog* ini.

3. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah deskriptif. Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistempeikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Ditinjau dari jenis masalah yang diselidiki, teknik dan alat yang digunakan dalam meneliti, serta tempat dan waktu penelitian dilakukan, penelitian deskriptif dapat dibagi atas beberapa jenis yaitu:

a. Metode survei dalam penelitian

Metode survei dalam penelitian digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi tentang populasi yang besar dengan menggunakan sampel yang relatif kecil. Populasi tersebut berkenaan dengan orang, instansi, lembaga, organisasi, unit-unit kemasyarakatan, tetapi sumber utamanya tetap orang. Ada tiga karakteristik utama dari teknik survey ; 1) informasi dikumpulkan dari sekelompok besar orang untuk mendeskripsikan beberapa aspek atau karakteristik tertentu seperti kemampuan, sikap, kepercayaan, pengetahuan dari populasi. 2) informasi diajukan melalui pengajuan pertanyaan dari suatu populasi, 3) informasi diperoleh dari sampel, bukan dari populasi. Metode survey digunakan untuk memperoleh gambaran

umum tentang karakteristik populasi, seperti kondisi masyarakat berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, agama, suku bangsa, dan etnis. Metode survai banyak digunakan dalam bidang: ekonomi, bisnis, politik, pemerintahan, kesehatan, masyarakat, sosiologi, psikologi, dan pendidikan. Dalam pendidikan dan kurikulum pembelajaran, survai digunakan untuk menghimpun data tentang siswa, seperti sikap, minat dan kebiasaan belajar, hubungan dan pergaulan antar siswa, hobi dan penggunaan waktu senggang, cita-cita dan rencana karir. Data tentang keadaan dan perkembangan sekolah juga dapat dihimpun melalui survai, seperti data tentang jumlah siswa, guru, tata usaha, jumlah dan kondisi ruang kelas, kantor, laboratorium, perpustakaan, jumlah dan jenis buku.

- b. *Class Model* sebagai bentuk cara belajar interaktif, membuat peserta lebih terlibat dalam proses pembelajaran
- c. *Sharing*, peserta akan dituntun untuk mengungkapkan ide-ide kreatif seputar *internet*, Web E-Commerce, Web *blog* dan hal-hal lain yang masih berkaitan dengan materi.
- d. *Step by Step Design*, Mempraktekan cara membuat Web E-Commerce, Web blog dari persiapan awal, memposting artikel, mengelola tampilan, menambahkan fitur download/upload, serta menampilkan contoh produk (konsep toko online).
- e. Metode-metode tersebut dikemas secara menarik dan interaktif sehingga membuat peserta merasa senang dan lebih bersemangat

Pelaksanaan kegiatan ini meliputi beberapa tahap di antaranya waktu diadakannya pelatihan, tahap persiapan, berikut ini adalah penjelasan dari beberapa tahapan diatas : Waktu Pelatihan

Pelatihan ini akan dilaksanakan selama satu hari yaitu pada tanggal 17 Juni 2019, dimulai pukul 09.00 pagi sampai pukul 17.00, bertempat di Ruang Sidang Gedung Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (Kampus Uncen Abepura). Dengan terlebih dahulu melakukan persiapan-persiapan, Tahap pertama adalah melakukan observasi dan wawancara dan diskusi dengan Mahasiswa Program Studi Akuntansi Angkatan 2016 untuk melihat sejauh mana pengetahuan mereka mengenai teknologi internet dan bagaimana serta untuk kepentingan apa saja mereka memanfaatkan internet. Secara umum sebagian dari mereka sudah mengetahui E-Commerce, Web Blog dan manfaatnya. Dalam tahap ini kami mensosialisasikan terlebih dahulu rencana pelatihan pembuatan blog, berdiskusi dengan ketua Angkatan Mahasiswa Akuntansi angkatan 2015 sehubungan dengan rencana ini, merencanakan teknis pelaksanaan pelatihan dengan memperhatikan segala kebutuhan pelatihan. Selanjutnya membuat undangan secara resmi melalui Ketua Angkatan untuk mahasiswa yang akan mengikuti pelatihan.

4. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Peserta yang mengikuti pelatihan pembuatan website E-Commerce dan web blog sebanyak 26 orang yang terdiri dari mahasiswa Program Studi Akuntansi Angkatan 2016 dan Mahasiswa Ekstensi Angkatan 2018. Untuk mengetahui sejauh mana manfaat dari pelatihan tersebut, maka dilakukan uji pengetahuan tentang beberapa hal mengenai materi pelatihan sebelum (pre test) dan setelah pelatihan (post test) dilakukan.

Sebelum acara pelatihan dimulai, Ketua Program Studi Akuntansi sekaligus Ketua Pelaksana kegiatan ini, Dr. Syaikhul Falah SE, M. Si., memberikan sambutan kepada para peserta agar mengikuti arahan dan instruksi dari para instruktur, sekaligus memberikan sambutan dan menjelaskan tentang tata tertib serta materi pelatihan yang akan diajarkan.



Gambar 1. Arahan dari Instruktur



Gambar 2. Penjelasan tentang materi pelatihan

Selanjutnya para peserta diberikan soal posttest, adapun detail pelaksanaannya dapat dilihat dari hasil dokumentasi berikut ini:



Gambar 3. Pelaksanaan Posttest



Gambar 4. Pelatihan Pemrograman

4.2 Hasil Kuisiner Sebelum Materi Pelatihan

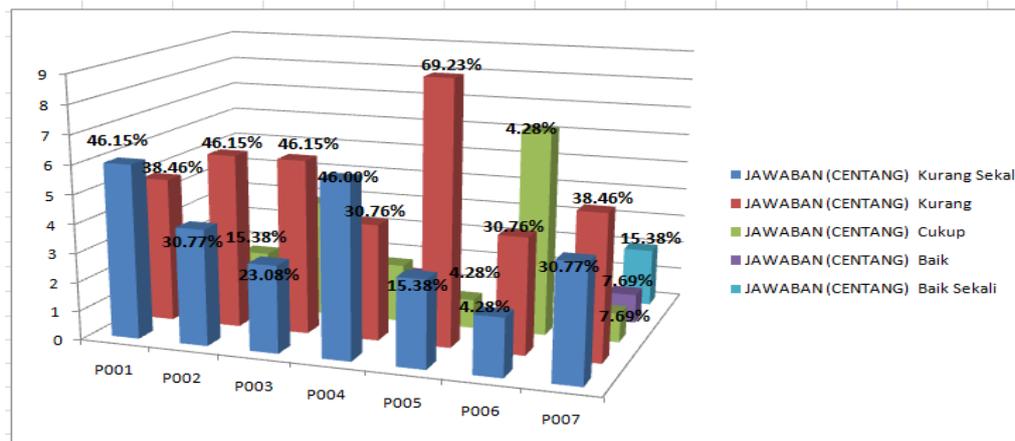
Data hasil *Pretest* diperoleh dengan menggunakan kuisiner, adapun hasil yang diperoleh disajikan dalam bentuk gambar histogram yang terdapat dalam gambar 4.1 dan dalam bentuk tabel dapat dilihat pada table 4.2 dibawah ini.

Tabel 1
Hasil Rekapitulasi Kuisiner Pre Test

NO	PERTANYAAN	JAWABAN (CENTANG)										Total	
		Kurang Sekali	%	Kurang	%	Cukup	%	Baik	%	Baik Sekali	%	Siswa	%
1	Apakah anda mengetahui apa itu E-Comerce?	6	46.15	5	38.4615	1	7.69231	1	7.69231	0	0	13	100
2	Apakah anda mengetahui apa itu Kegunaan E-Comerce?	4	30.77	6	46.1538	2	15.3846	1	7.69231	0	0	13	100
3	Apakah anda mengetahui apa itu Web Blog?	3	23.08	6	46.1538	4	30.7692	0	0	0	0	13	100
4	Apakah anda mengetahui apa itu Kegunaan Web Blog?	6	46.15	4	30.7692	2	15.3846	1	7.69231	0	0	13	100
5	Apakah anda mengetahui Etika Berbisnis?	3	23.08	9	69.2308	1	7.69231	0	0	0	0	13	100
6	Apakah anda mengetahui cara yang praktis dalam memasarkan produk melalui media internet?	2	15.38	4	30.7692	7	53.8462	0	0	0	0	13	100
7	Apakah anda pernah melakukan transaksi bisnis memalui media	4	30.77	5	38.4615	1	7.69231	1	7.69231	2	15.3846	13	100

Sumber: Data diolah Penulis (2019)

Gambar 5. Histogram Hasil Kuisiner pelatihan Pembuatan Web E-Comerce dan Web Blog sebelum diberikan pelatihan



Sumber: Data diolah Penulis (2019)

Hasil Kuisisioner sebelum materi dilaksanakan pelatihan terhadap 26 (*Dua Puluh Enam*) orang adalah sebagai berikut:

1. Apakah anda mengetahui apa itu E-Commerce??

Dari hasil kuisisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 12 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 46.15%, 10 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 38.46%, 2 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 7.69%, 2 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 7.69%, dan 0 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 0%.

2. Apakah anda mengetahui apa itu Kegunaan E-Commerce?

Dari hasil kuisisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 8 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 30.77%, 12 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 46.15%, 4 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 15.38%, 2 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 7.69%, dan 0 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 0%.

3. Apakah anda mengetahui apa itu Web Blog?

Dari hasil kuisisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 6 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 23.08%, 12 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 46.15%, 8 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 30.76%, 0 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 0%, dan 0 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 0%.

4. Apakah anda mengetahui apa itu Kegunaan Web Blog?

Dari hasil kuisisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 12 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 46.15%, 8 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 30.76%, 4 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 15.38%, 2 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 7.69%, dan 0 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 0%.

5. Apakah anda mengetahui Etika Berbisnis?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 6 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 23.08%, 18 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 69.23%, 2 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 7.69%, 0 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 0%, dan 0 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 0%.

6. Apakah anda mengetahui cara yang praktis dalam memasarkan produk melalui media internet?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 4 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 15.38%, 8 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 30.76%, 14 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 53.84%, 0 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 0%, dan 0 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 0%.

7. Apakah anda pernah melakukan transaksi bisnis melalui media internet?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 8 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 30.77%, 10 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 38.46%, 2 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 7.69%, 2 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 7.69%, dan 4 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 15.38%.

4.3 Hasil Kuisioner Setelah Materi Pelatihan

Hasil Kuisioner Post Test

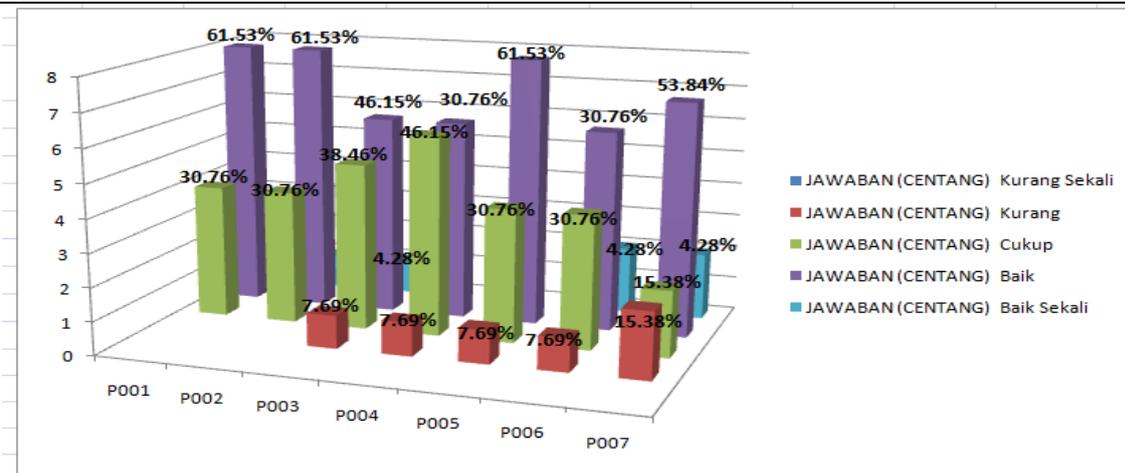
Data hasil pelatihan atau *PostTest* diperoleh dengan menggunakan kuisioner, adapun hasil yang diperoleh disajikan dalam bentuk gambar histogram yang terdapat dalam gambar 6 dan dalam bentuk tabel dapat dilihat pada table 2 dibawah ini:

Tabel 2
Hasil Rekapitulasi Kuesioner Post Test

NO	PERTANYAAN	JAWABAN (CENTANG)										Total	
		Kurang Sekali	%	Kurang	%	Cukup	%	Baik	%	Baik Sekali	%	Siswa	%
1	Apakah anda mengetahui apa itu E-Commerce?	0	0	0	0	4	30.7692	8	61.5385	1	7.69231	13	100
2	Apakah anda mengetahui apa itu Kegunaan E-Commerce?	0	0	0	0	4	30.7692	8	61.5385	1	7.69231	13	100
3	Apakah anda mengetahui apa itu Web Blog?	0	0	1	7.69231	5	38.4615	6	46.1538	1	7.69231	13	100
4	Apakah anda mengetahui apa itu Kegunaan Web Blog?	0	0	1	7.69231	6	46.1538	6	46.1538	0	0	13	100
5	Apakah anda mengetahui Etika Berbisnis?	0	0	1	7.69231	4	30.7692	8	61.5385	0	0	13	100
6	Apakah anda mengetahui cara yang praktis dalam memasarkan produk melalui media internet?	0	0	1	7.69231	4	30.7692	6	46.1538	2	15.3846	13	100
7	Apakah anda pernah melakukan transaksi bisnis melalui media internet?	0	0	2	15.3846	2	15.3846	7	53.8462	2	15.3846	13	100

Sumber: Data diolah Penulis (2019)

Gambar 6 Histogram Hasil Kuisioner pelatihan pemrograman setelah diberikan pelatihan



Sumber: Data diolah Penulis (2019)

Hasil Kuisioner sesudah materi pelatihan terhadap 13 (tiga belas) orang adalah sebagai berikut:

1. Apakah anda mengetahui apa itu E-Comerce??

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 0 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 0%, 8 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 30.76%, 16 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 61.53%, dan 2 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 7.69%.

2. Apakah anda mengetahui apa itu Kegunaan E-Comerce?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 0 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 0%, 8 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 30.76%, 16 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 61.53%, dan 2 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 7.69%.

3. Apakah anda mengetahui apa itu Web Blog?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 2 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 7.69%, 10 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 38.46%, 12 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 46.15%, dan 2 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 7.69%.

4. Apakah anda mengetahui apa itu Kegunaan Web Blog?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 2 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 7.69%, 12 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 46.15%, 12 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 46.15%, dan 0 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 0%.

5. Apakah anda mengetahui Etika Berbisnis?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 2 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 7.69%, 8 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 30.76%, 16 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 61.53%, dan 0 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 0%.

6. Apakah anda mengetahui cara yang praktis dalam memasarkan produk melalui media internet?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 2 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 7.69%, 8 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 30.76%, 12 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 46.15%, dan 4 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 15.38%.

7. Apakah anda pernah melakukan transaksi bisnis melalui media internet?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 4 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 15.38%, 4 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 15.38%, 14 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 53.84%, dan 4 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 15.38%.

4.4 Hasil Kuisioner Evaluasi Pelatihan

Berikut ini adalah hasil kuisioner evaluasi terhadap pelatihan yang telah dilaksanakan di Ruang Sidang Gedung Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (Kampus Uncen Abepura).

1. Bagaimana menurut anda bobot materi yang diberikan ?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 0%, dan 14 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 53.84%., sedangkan Peserta yang menjawab “Lebih” sebanyak 12 Peserta atau setara dengan 46.15%.

2. Bagaimana menurut anda waktu pelaksanaan yang diberikan?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 2 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 7.69%, dan 18 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 69.23%., sedangkan Peserta yang menjawab “Lebih” sebanyak 6 Peserta atau setara dengan 23.07%.

3. Bagaimana menurut anda perbandingan bobot materi dan jumlah waktu yang diberikan?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 4 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 15.38%, dan 16 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 61.53%., sedangkan Peserta yang menjawab “Lebih” sebanyak 6 Peserta atau setara dengan 23.07%.

4. Bagaimana menurut anda penyampaian materi yang diberikan?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 0%, dan 12 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 46.15%., sedangkan Peserta yang menjawab “Lebih” sebanyak 14 Peserta atau setara dengan 53.84%.

5. Bagaimana menurut anda jumlah pendamping instruktur yang ada?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 0%, dan 14 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 46.15%., sedangkan Peserta yang menjawab “Lebih” sebanyak 12 Peserta atau setara dengan 53.84%.

Tabel 3

Hasil Evaluasi Terhadap Pelatihan									
NO	PERTANYAAN	JAWABAN (CENTANG)						Total	
		Kurang	%	Cukup	%	Lebih	%	Siswa	%
1	Bagaimana menurut anda bobot materi yang diberikan ?		0	7	53.8462	6	46.1538	13	100
2	Bagaimana menurut anda waktu pelaksanaan yang diberikan?	1	7.69231	9	69.2308	3	23.0769	13	100
3	Bagaimana menurut anda perbandingan bobot materi dan jumlah waktu yang diberikan?	2	15.3846	8	61.5385	3	23.0769	13	100
4	Bagaimana menurut anda penyampaian materi yang diberikan?		0	6	46.1538	7	53.8462	13	100
5	Bagaimana menurut anda jumlah pendamping instruktur yang ada?		0	7	53.8462	6	46.1538	13	100

Sumber: Data diolah Penulis (2019)

4.5 Hasil Uji Kompetensi

Berikut ini adalah hasil Uji Kompetensi terhadap 26 Peserta pelatihan yang telah dilaksanakan di Ruang Sidang Gedung Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (Kampus Uncen Abepura).

1. Apakah yang dimaksud dengan E-Commerce?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 0 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 0%, 12 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 46.15%, 12 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 46.15%, dan 2 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 7.69%.

2. Apa saja Kegunaan dari E-Commerce?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 2 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 7.69%, 6 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 23.07%, 10 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 38.46%, dan 8 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 30.76%.

3. Apakah anda mengetahui apa yang dimaksud dengan Web Blog?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 6 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 23.07%, 10 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 38.46%, 8 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 30.76%, dan 2 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 7.69%.

4. Apakah anda mengetahui apa itu Kegunaan Web Blog?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 4 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 15.38%, 8 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 30.76%, 14 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 53.84%, dan 0 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 0%.

5. Etika apa saja yang harus di taati dalam Etika Berbisnis?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 6 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 23.07%, 8 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 30.76%, 12 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 46.15%, dan 0 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 0%.

6. Cara apa saja yang bisa dilakukan dalam memasarkan produk kita melalui media internet?

Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 4 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 15.38%, 6 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 23.07%, 8 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 30.76%, dan 8 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 30.76%.

7. Apakah anda pernah melakukan transaksi bisnis melalui media internet, Jelaskan?

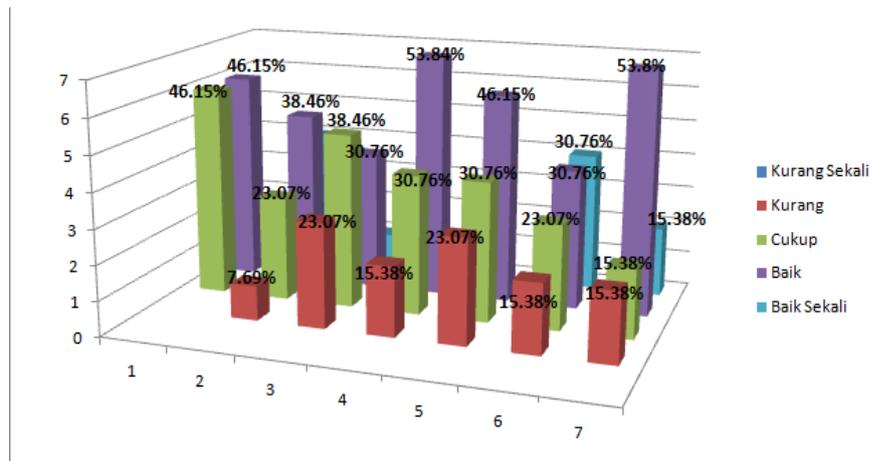
Dari hasil kuisioner dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 0 Peserta yang menjawab “Kurang Sekali” atau setara dengan 0%, 4 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 15.38%, 4 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 15.38%, 14 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 53.84%, dan 4 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 15.38%.

Tabel 4
 HASIL UJI KOMPETENSI PESERTA PELATIHAN

NO	PERTANYAAN	JAWABAN (CENTANG)										Total	
		Kurang Sekali		Kurang		Cukup		Baik		Baik Sekali		Siswa	%
			%		%		%		%		%		%
1	Apakah yang dimaksud dengan E-Commerce?	0	0	0	0	6	46.1538	6	46.1538	1	7.69231	13	100
2	Apa saja Kegunaan dari E-Commerce?	0	0	1	7.69231	3	23.0769	5	38.4615	4	30.7692	13	100
3	Apakah yang dimaksud dengan Web Blog?	0	0	3	23.0769	5	38.4615	4	30.7692	1	7.69231	13	100
4	Apakah anda mengetahui apa itu Kegunaan Web Blog?	0	0	2	15.3846	4	30.7692	7	53.8462		0	13	100
5	Etika apa saja yang harus di taati dalam Etika Berbisnis?	0	0	3	23.0769	4	30.7692	6	46.1538		0	13	100
6	Cara apa saja yang bisa dilakukan dalam memasarkan produk kita melalui media internet?	0	0	2	15.3846	3	23.0769	4	30.7692	4	30.7692	13	100
7	Apakah anda pernah melakukan transaksi bisnis melalui media internet, Jelaskan?	0	0	2	15.3846	2	15.3846	7	53.8462	2	15.3846	13	100

Sumber: Data diolah Penulis (2019)

Gambar 7. Histogram Hasil Uji Kompetensi Peserta Pelatihan



Sumber: Data diolah Penulis (2019)

5 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil setelah acara pelatihan pembuatan web E-Commerce dan Web Blog di Ruang Sidang Gedung Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (Kampus Uncen Abepura) adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil Uji Kompetensi dapat diambil kesimpulan bahwa dari 26 peserta yang mengikuti pelatihan mampu memahami apakah yang dimaksud dengan E-Commerce yaitu: Terdapat 12 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 46.15%, 12 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 46.15%, dan 2 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 7.69%
2. Dari hasil Uji Kompetensi dapat diambil kesimpulan bahwa dari 26 peserta yang mengikuti pelatihan mampu memahami apa saja Kegunaan dari E-Commerce yaitu : Terdapat 2 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 7.69%, 6 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 23.07%, 10 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 38.46%, dan 8 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 30.76%.
3. Dari hasil Uji Kompetensi dapat diambil kesimpulan bahwa dari 26 peserta yang mengikuti pelatihan mampu mengetahui apa yang dimaksud dengan Web Blog; yaitu : Terdapat 6 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 23.07%, 10 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 38.46%, 8 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 30.76%, dan 2 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 7.69%.
4. Dari hasil Uji Kompetensi dapat diambil kesimpulan bahwa dari 26 peserta yang mengikuti pelatihan mampu mengetahui apa itu Kegunaan Web Blog; yaitu Terdapat 4 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 15.38%, 8 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 30.76%, 14 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 53.84%
5. Dari hasil Uji Kompetensi dapat diambil kesimpulan bahwa dari 26 peserta yang mengikuti pelatihan mampu mengetahui Etika apa saja yang harus di taati dalam Etika Berbisnis, yaitu: Terdapat 6 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 23.07%, 8 Peserta

- yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 30.76%, 12 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 46.15%.
6. Dari hasil Uji Kompetensi dapat diambil kesimpulan bahwa dari 26 peserta yang mengikuti pelatihan mampu mengetahui cara apa saja yang bisa dilakukan dalam memasarkan produk kita melalui media internet, yaitu: Terdapat 4 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 15.38%, 6 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 23.07%, 8 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 30.76%, dan 8 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 30.76%.
 7. Dari hasil Uji Kompetensi dapat diambil kesimpulan bahwa dari 26 peserta yang mengikuti pelatihan mampu mengetahui dan menjelaskan bagaimana cara bertransaksi melalui internet, yaitu: Terdapat 4 Peserta yang menjawab “Kurang” atau setara dengan 15.38%, 4 Peserta yang menjawab “Cukup” atau setara dengan 15.38%, 14 Peserta yang menjawab “Baik” atau setara dengan 53.84%, dan 4 Peserta yang menjawab “Baik Sekali” atau setara dengan 15.38%.

Daftar Pustaka

- Suyanto, M 2003, *Strategi Periklanan pada E-Commerce perusahaan Top Dunia*, Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
- S. Jonathan, dan Tutty Martadireja. 2008. *Internet Commerce*, Gaya Media, Jakarta.
- Siswanto, Belis. 2005. *Pengenalan Internet*. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Purbo. O.W. 2001. *Mengenal Ecommerce*, Jakarta : Elex Media Komputindo
- Pengertian weebly.com, <https://id.wikipedia.org/wiki/Weebly>, di akses pada tanggal 10 April 2019 pukul 15.30 WIT