

Pemberdayaan Siswa melalui Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Google Analytics di SMAN 16 Kota Bandung

Budiman¹⁾, Acep Hendra²⁾, Dirham Triyadi³⁾, Yoga Rizki Rahmawan⁴⁾

^{1,3,4)} Informatika, Fakultas Teknologi dan Informatika, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

²⁾ Sistem Informasi, Fakultas Teknologi dan Informatika, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: budiman@unibi.ac.id; acephendra@unibi.ac.id.

Diterima:	Diterima Setelah Revisi:	Dipublikasikan:
16 Juni 2024	13 Agustus 2024	15 Agustus 2024

Abstrak

Kegiatan pengembangan diri di SMAN 16 Bandung dan inovasi kurikulum double track memiliki dampak signifikan dalam konteks pendidikan dan persiapan siswa. Survei angket 2022/2023 menunjukkan 28% siswa kelas XII tidak berencana melanjutkan ke perguruan tinggi, mendorong sekolah untuk memperkenalkan kurikulum double track. Program ini menyediakan keterampilan kewirausahaan bagi siswa yang tidak melanjutkan ke perguruan tinggi, bekerja sama dengan UNIBI untuk memberikan pelatihan kewirausahaan. Kegiatan pengembangan diri juga mempersiapkan siswa untuk menjadi anggota produktif dalam masyarakat dengan program yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja. Dalam bisnis rintisan, strategi pemasaran digital melalui Google Analytics membantu meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau target pasar lebih efektif. Analisis data digital memberikan wawasan tentang perilaku konsumen dan efektivitas kampanye pemasaran, memungkinkan penyesuaian strategi pemasaran. Dengan pendekatan holistik ini, SMAN 16 Bandung tidak hanya menyediakan pendidikan formal tetapi juga membentuk karakter dan kesiapan siswa untuk menghadapi tantangan dunia nyata, memastikan manfaat berkelanjutan bagi siswa dan masyarakat.

Kata Kunci: Pengembangan diri, kewirausahaan, pemasaran digital, google analytics

Abstract

The self-development activities at SMAN 16 Bandung and the double track curriculum innovation have a significant impact in the context of students' education and preparation. The 2022/2023 questionnaire survey showed that 28% of grade XII students did not plan to go to college, prompting the school to introduce the double track curriculum. The programme provides entrepreneurship skills for students who do not go on to college, working with UNIBI to provide entrepreneurship training. Self-development activities also prepare students to become productive members of society with programmes relevant to labour market needs. In start-up businesses, digital marketing strategies through Google Analytics help increase brand awareness and reach target markets more effectively. Digital data analytics provide insights into consumer behaviour and the effectiveness of marketing campaigns, allowing for adjustments to marketing strategies. With this holistic approach, SMAN 16 Bandung not only provides formal education but also shapes students' character and readiness to face challenges in the real world, ensuring sustainable benefits for students and society.

Keywords: Self-development, entrepreneurship, digital marketing, google analytics

1 PENDAHULUAN

Upaya Pengembangan diri di lingkungan sekolah merupakan kegiatan pendidikan diluar mata pelajaran sebagai bagian integral dari kurikulum sekolah (Inriyani, n.d.). Kegiatan pengembangan diri merupakan upaya pembentukan watak dan kepribadian peserta didik yang dilakukan melalui kegiatan pelayanan yang berkenaan dengan berbagai permasalahan peserta didik, baik secara pribadi, kehidupan sosial, kegiatan belajar, pengembangan karir, serta kegiatan ekstrakurikuler (Amaliyah & Rahmat, 2021; Harita et al., 2022).

Pada tingkat satuan pendidikan sekolah menengah, pengembangan diri siswa sangat terkait dengan pengembangan kompetensi dan kebiasaan peserta didik dalam kehidupan sehari-hari (Purwanti, 2017). Berbagai bentuk pengembangan diri tersebut harus senantiasa di fasilitasi demi terrealisasinya tujuan Pendidikan yang dicita-citakan dalam undang - undang Pendidikan nasional (Warman et al., 2024).

Potensi, karakter, kebiasaan, serta permasalahan sosial SMAN 16 Bandung yang cenderung heterogen dan komplek tentunya menjadi dasar bagi sekolah sebagai tingkat satuan pendidikan dalam menyelenggarakan layanan Pendidikan yang baik sesuai kebutuhan masyarakat, inovasi pengembangan kurikulum terus dilakukan secara berkelanjutan.

Ditemukannya fakta hasil survei angket terhadap peserta didik, dinyatakan bahwa tidak semua lulusan SMAN 16 Bandung berkeinginan melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi, hal ini akan berkontribusi pada tingginya jumlah angka pengangguran yang dihasilkan lulusan SMA. Data tahun 2022/2023 yang ditarik dari siswa kelas XII ternyata menunjukkan bahwa 120 siswa (28%) dari total 426 (86 IPS dan 34 MIPA) siswa disinyalir tidak akan melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi dengan berbagai macam kondisi dan alasan.

Kondisi semacam tersebut harus mendapatkan perhatian khusus dari para pemangku kebijakan terutama manajemen sekolah tingkat satuan pendidikan sebagai ujung tombak pendidikan, karena jika dibiarkan akan menyebabkan permasalahan makro terkait dengan meningkatnya angka pengangguran di lingkungan provinsi Jawa Barat.

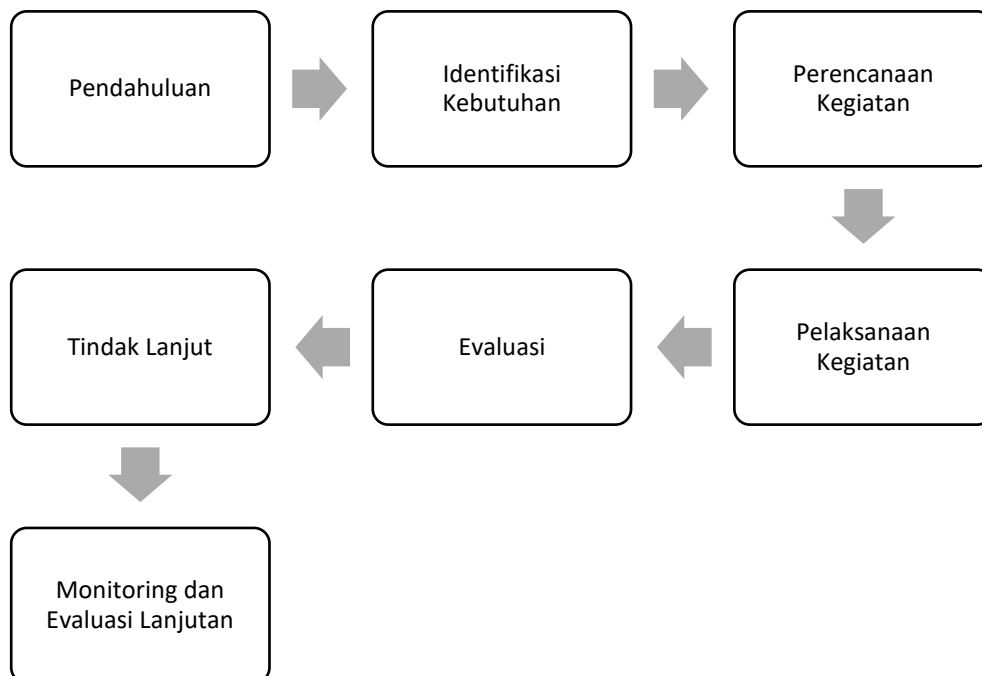
Dalam upaya ikut serta menjadi bagian solusi permasalahan sosial yang ada dilingkungan sekitar sekolah, pihak manajemen sekolah berupaya melakukan inovasi, pengembangan, penyelarasan dan penyelenggaraan kurikulum sesuai kebutuhan lingkungan. Untuk menyiapkan lulusan SMAN 16 Bandung bagi yang berencana tidak melanjutkan kuliah, pihak sekolah membuat terobosan baru dengan membuat rintisan/percobaan kurikulum double track SMA. Ini sebuah inovasi pembelajaran yang di khususkan bagi siswa SMAN 16 yang berencana tidak melanjutkan ke perguruan tinggi agar mereka tetap mampu bekerja atau berwirausaha, sehingga tidak berpotensi menambah angka pengangguran. Untuk mendukung program ini, manajemen sekolah bekerja sama dengan UNIBI untuk mendidik siswa menjadi pengusaha. Untuk meningkatkan kemampuan siswa di era digital, fokus pada penggunaan teknologi informasi dalam pelatihan tersebut adalah pilihan yang tepat. Selain itu, manajemen sekolah dimotivasi untuk melakukan inovasi pendidikan sebagai tanggapan terhadap masalah makro seperti peningkatan tingkat pengangguran di provinsi Jawa Barat. Dengan strategi ini, SMAN 16 Bandung diharapkan dapat memberikan pilihan yang berarti bagi siswa yang memilih jalur non-akademis setelah lulus SMA. Upaya ini juga diharapkan dapat mengatasi dampak sosial yang mungkin muncul, seperti tingkat pengangguran yang tinggi di provinsi ini. Sekolah dapat memastikan bahwa program ini membentuk siswa untuk menjadi bagian aktif masyarakat setelah mereka lulus dengan evaluasi dan penyesuaian berkelanjutan.

Bagi bisnis rintisan atau startup, digital marketing sangat penting. Strategi pemasaran digital dapat sangat penting untuk keberhasilan bisnis baru di era modern, di mana banyak orang bergantung pada internet untuk berkomunikasi dan mencari informasi (Iriani et al., 2022; Judijanto et al., 2024). Usaha rintisan dapat meningkatkan kesadaran merek melalui iklan digital, konten online, dan media social (Trulline, 2021). Selain itu, digital marketing memungkinkan usaha rintisan untuk menjangkau

konsumen potensial di berbagai wilayah dengan lebih banyak target pasar (Endratama & Wulandari, 2023). Analisis data digital membantu pemilik bisnis rintisan memahami perilaku konsumen dengan lebih baik, yang memungkinkan mereka mengubah strategi pemasaran mereka untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi target pasar (Novitasari et al., 2022). Oleh karena itu, digital marketing adalah alat yang efektif untuk meningkatkan kesuksesan bisnis rintisan dan meningkatkan kehadiran internet mereka (Khairunnisah et al., 2023).

Google Analytics memiliki peran penting dalam meningkatkan efek strategi digital marketing untuk bisnis rintisan (Ningsih et al., 2022). Pemilik usaha yang menggunakan Google Analytics sebagai bagian dari upaya pemasaran digital mereka dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang kinerja kampanye dengan melacak perilaku pengunjung situs web, menemukan sumber lalu lintas yang paling efektif, dan memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan konten online (Harto et al., 2023). Ini memungkinkan perusahaan rintisan untuk mengukur efektivitas kampanye pemilik usaha. Oleh karena itu, memanfaatkan Google Analytics menjadi penting untuk memaksimalkan hasil pemasaran digital perusahaan rintisan.

2 METODE PELAKSANAAN



Gambar 1. Alur pengabdian kepada masyarakat.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan dan melatih penggunaan Google Analytics kepada siswa dan guru di SMA Negeri 16 Bandung. Dalam era digital saat ini, pemahaman tentang analitik web menjadi sangat penting, terutama bagi institusi pendidikan yang ingin meningkatkan kehadiran online mereka. Dengan menguasai Google Analytics, peserta akan mampu menganalisis data pengunjung website sekolah, yang pada gilirannya dapat membantu dalam perencanaan dan pengembangan strategi digital yang lebih efektif.

Tahap pertama dalam perencanaan kegiatan ini adalah melakukan survei kebutuhan kepada siswa dan guru untuk mengidentifikasi tingkat pengetahuan awal mereka tentang Google Analytics serta kebutuhan khusus yang mereka miliki. Hasil survei ini akan dianalisis untuk menentukan materi pelatihan yang paling relevan dan metode pengajaran yang paling efektif. Dengan memahami kebutuhan dan ekspektasi peserta, pelatihan dapat disesuaikan agar lebih bermanfaat dan tepat sasaran.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, kurikulum pelatihan disusun mencakup pengenalan Google Analytics, cara membuat akun dan mengatur properti, penjelasan metrik dan laporan dasar, serta praktik analisis data nyata. Jadwal kegiatan juga ditentukan, mencakup tanggal, waktu, dan durasi setiap sesi pelatihan. Selain itu, sarana dan prasarana seperti ruang kelas, komputer/laptop, akses internet, dan bahan pelatihan seperti modul dan slide presentasi disiapkan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan.

Kegiatan dimulai dengan sosialisasi awal kepada peserta untuk memperkenalkan tujuan dan manfaat dari pelatihan. Pelaksanaan pelatihan dibagi dalam beberapa sesi, yaitu: pengenalan dan pengaturan akun Google Analytics, penjelasan metrik dan laporan dasar, praktik langsung menggunakan data sekolah atau data dummy, serta diskusi dan tanya jawab untuk menyelesaikan kendala yang dihadapi peserta. Selama pelatihan, bimbingan langsung diberikan untuk membantu peserta memahami materi dan menyelesaikan tugas praktik.

Setelah pelatihan selesai, dilakukan evaluasi untuk mengukur pemahaman peserta. Tes atau kuis diberikan untuk menilai sejauh mana peserta telah menguasai materi yang disampaikan. Selain itu, umpan balik dari peserta dikumpulkan untuk mengetahui pendapat mereka tentang materi dan metode pelatihan yang diberikan. Hasil evaluasi ini dianalisis untuk menilai efektivitas pelatihan dan mencari area yang perlu diperbaiki di masa mendatang.

Sebagai tindak lanjut dari pelatihan, disediakan sesi konsultasi tambahan bagi peserta yang memerlukan bantuan lebih lanjut dalam menerapkan Google Analytics. Selain itu, dibentuk komunitas atau forum diskusi online untuk mendukung peserta dalam menerapkan ilmu yang telah mereka pelajari. Komunitas ini diharapkan dapat menjadi tempat berbagi pengalaman dan solusi bagi masalah yang dihadapi setelah pelatihan.

Monitoring berkala dilakukan untuk memantau penerapan Google Analytics oleh peserta di sekolah mereka masing-masing. Evaluasi lanjutan dilakukan setelah beberapa bulan untuk melihat perkembangan dan dampak dari pelatihan yang telah diberikan. Laporan akhir disusun untuk mencatat pelaksanaan kegiatan, hasil evaluasi, dan memberikan rekomendasi untuk kegiatan serupa di masa mendatang. Dengan pendekatan ini, diharapkan pelatihan Google Analytics dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi SMA Negeri 16 Bandung.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengembangan diri di SMAN 16 Bandung dan inovasi kurikulum double track SMA memiliki dampak yang signifikan dalam konteks pendidikan dan persiapan siswa untuk masa depan. Pertama, hasil survei angket terhadap peserta didik memperlihatkan bahwa sebagian siswa tidak berencana melanjutkan ke perguruan tinggi. Data tahun 2022/2023 menunjukkan bahwa sekitar 28% dari total siswa kelas XII disinyalir tidak akan melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi dengan berbagai kondisi dan alasan yang beragam. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk menyediakan alternatif pendidikan yang dapat menjamin masa depan mereka.

Pengenalan kurikulum double track SMA menjadi langkah strategis yang diambil untuk mengatasi tantangan tersebut. Inovasi ini membuka peluang baru bagi siswa yang tidak melanjutkan ke perguruan tinggi, dengan memberikan pembekalan kewirausahaan yang dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk bekerja atau berwirausaha. Kurikulum ini dirancang untuk memberikan keterampilan praktis dan pengetahuan bisnis yang diperlukan untuk memulai usaha sendiri atau bekerja di sektor industri. Dengan demikian, siswa memiliki pilihan karier yang lebih luas dan tidak hanya bergantung pada pendidikan formal lanjutan.

Kerja sama dengan UNIBI dalam memberikan pelatihan kewirausahaan menambah nilai dari program tersebut. UNIBI, dengan pengalamannya dalam bidang kewirausahaan, memberikan modul pelatihan yang komprehensif dan mendalam. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek kewirausahaan, mulai dari pengembangan ide bisnis, perencanaan usaha, hingga manajemen keuangan dan

pemasaran. Partisipasi aktif UNIBI juga memastikan bahwa program ini terus diperbarui sesuai dengan tren dan kebutuhan pasar yang berkembang.

Selain itu, kegiatan pengembangan diri juga bertujuan untuk mempersiapkan siswa untuk menjadi anggota produktif dalam masyarakat. Dengan adanya evaluasi dan penyesuaian berkelanjutan, manajemen sekolah dapat memastikan bahwa program-program yang diselenggarakan benar-benar membantu siswa dalam membangun keterampilan dan pengetahuan yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja. Program pengembangan diri ini mencakup berbagai kegiatan seperti pelatihan soft skills, pengembangan karakter, dan orientasi karier, yang semuanya dirancang untuk meningkatkan kesiapan siswa menghadapi dunia kerja.

Dari perspektif bisnis rintisan atau startup, hasil dari kegiatan pemasaran digital juga cukup mengesankan. Penggunaan strategi pemasaran digital, seperti iklan online dan konten digital, membantu meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau target pasar dengan lebih efektif. Strategi pemasaran ini tidak hanya diterapkan dalam konteks pendidikan tetapi juga diajarkan kepada siswa sebagai bagian dari kurikulum kewirausahaan. Dengan demikian, siswa tidak hanya memahami teori pemasaran digital tetapi juga memiliki kesempatan untuk mempraktikkannya dalam proyek nyata.

Analisis data digital, terutama melalui Google Analytics, memberikan wawasan yang berharga tentang perilaku konsumen dan efektivitas kampanye pemasaran, yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran lebih lanjut. Melalui analisis ini, siswa belajar bagaimana menginterpretasikan data dan membuat keputusan berbasis data, keterampilan yang sangat berharga dalam dunia bisnis saat ini. Kemampuan untuk menganalisis data digital juga membantu sekolah dalam mengevaluasi keberhasilan program-program yang diimplementasikan dan membuat penyesuaian yang diperlukan.

Melalui keseluruhan kegiatan ini, SMAN 16 Bandung tidak hanya bertindak sebagai penyedia pendidikan formal, tetapi juga sebagai mitra dalam membentuk karakter dan kesiapan siswa untuk menghadapi tantangan dunia nyata. Pendekatan holistik ini memastikan bahwa setiap siswa mendapatkan perhatian dan dukungan yang mereka butuhkan untuk berkembang. Sekolah tidak hanya fokus pada prestasi akademik tetapi juga pada pengembangan keterampilan praktis dan soft skills yang esensial.

Dengan mempertimbangkan kebutuhan dan potensi siswa secara holistik, sekolah ini berhasil mengimplementasikan inovasi dalam kurikulum dan menyelenggarakan program yang relevan dengan dinamika sosial dan ekonomi saat ini. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan peluang karier siswa tetapi juga mempersiapkan mereka untuk menjadi wirausaha sukses dan pemimpin di komunitas mereka. Dengan demikian, SMAN 16 Bandung menunjukkan komitmennya dalam memberikan pendidikan yang bermakna dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, program-program yang diimplementasikan oleh SMAN 16 Bandung menunjukkan bagaimana sekolah dapat beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pendidikan dan mempersiapkan siswa untuk masa depan yang penuh tantangan. Melalui inovasi kurikulum, kerja sama strategis, dan pendekatan pengembangan diri yang holistik, sekolah ini berhasil menciptakan lingkungan belajar yang mendukung pertumbuhan pribadi dan profesional siswa. Hal ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek bagi siswa tetapi juga kontribusi jangka panjang terhadap masyarakat.

4 SIMPULAN

Secara keseluruhan, upaya pengembangan diri di SMAN 16 Bandung melalui inovasi kurikulum double track SMA dan pemasaran digital bagi bisnis rintisan menunjukkan komitmen dalam menghadapi tantangan zaman. Dengan adanya kesadaran akan diversitas siswa dan dinamika pasar kerja, sekolah berhasil menemukan solusi yang relevan untuk memberikan peluang bagi semua siswa, termasuk yang tidak melanjutkan ke perguruan tinggi. Kerja sama dengan pihak eksternal, seperti UNIBI, juga memperkuat efektivitas program-program tersebut.

Dari sisi bisnis, penggunaan strategi pemasaran digital membuka peluang baru bagi rintisan untuk meningkatkan kehadiran online dan mencapai target pasar secara lebih efektif. Analisis data digital, khususnya melalui Google Analytics, menjadi kunci dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan memahami perilaku konsumen secara lebih baik.

Simpulannya, upaya kolaboratif antara pendidikan dan dunia usaha membuktikan bahwa inovasi dan adaptasi terus-menerus merupakan kunci dalam mempersiapkan generasi muda untuk menghadapi tantangan masa depan. Dengan terus memperhatikan kebutuhan siswa dan dinamika pasar, sekolah dan bisnis rintisan dapat menjadi agen perubahan yang membawa dampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, A., & Rahmat, A. (2021). Pengembangan Potensi Diri Peserta Didik Melalui Proses Pendidikan. *Attadib: Journal of Elementary Education*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.32507/attadib.v5i1.926>
- Endratama, A. A., & Wulandari, I. (2023). Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Rintisan di Sektor Industri Rumah Tangga. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.47065/jrespro.v4i2.4550>
- Harita, A., Laia, B., & Zagoto, S. F. L. (2022). Peranan Guru Bimbingan Konseling dalam Pembentukan Karakter Disiplin Siswa SMP Negeri 3 Onolalu Tahun Pelajaran 2021/2022. *Counseling For All: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.57094/jubikon.v2i1.375>
- Harto, B., Pramuditha, P., Rukmana, A., Sofyan, H., Rengganawati, H., Dwijayanti, A., & Sumarni, T. (2023). Strategi Social Media Marketing Melalui Dukungan Teknologi Informasi dalam Kajian Kualitatif Pada UMKM Kota Bandung. *KOMVERSAL*, 5, 244–261. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i2.1499>
- Inriyani, Y. (n.d.). *Peran kegiatan ekstrakurikuler untuk meningkatkan prestasi belajar IPS*.
- Iriani, A., Aini, Q., Maria, E., Khoirunisa, A., & Septiani, N. (2022). Kekuatan Pendorong Utama di Balik Adopsi Pemasaran Digital oleh Startup. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 3(2), 150–156. <https://doi.org/10.34306/abdi.v3i2.837>
- Judijanto, L., Fauzi, I., Telaumbanua, E., Syamsulbahri, S., & Merung, A. Y. (2024). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan Inovatif, dan Teknologi Digital terhadap Keberhasilan Bisnis Industri Startup di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 2(01), Article 01. <https://doi.org/10.58812/jekws.v2i01.886>
- Khairunnisah, R., Caroboka, R. M., Zianaída, R. S., & Zabir, B. (2023). Perilaku Komunikasi Pemasaran Online Offline Melalui Omnichannel dalam Membangun Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *JSIKOM*, 2(3), Article 3.
- Ningsih, D. H. U., Santoso, D. B., Mariana, N., & Saefurrohman, S. (2022). Model Search Engine Optimization (SEO) bagi UMKM Untuk Meningkatkan Popularitas dan Pengunjung Website. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 11(3), Article 3. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i3.1505>
- Novitasari, D., Pebrina, E. T., Sutardi, D., Nugroho, Y. A., & Putra, F. (2022). Pelatihan Digital Marketing dan Social Media Marketing Terhadap Pelaku UMKM di Tangerang. *Journal of Community Service and Engagement*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.9999/jocosae.v2i2.39>
- Purwanti, D. (2017). Pendidikan Karakter Peduli Lingkungan dan Implementasinya. *DWIJA CENDEKIA: Jurnal Riset Pedagogik*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.20961/jdc.v1i2.17622>
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>

Warman, Susilowati, E., Matori, Z., Setiawan, M., & Tominsen, Y. (2024). Pengembangan Kurikulum Responsif untuk Pendidikan Bermutu Melalui Penerapan Kurikulum Merdeka. *Jurnal Pendidikan Ilmiah Transformatif*, 8(4), Article 4. <https://edu.ojs.co.id/index.php/jpit/article/view/297>