



Pelatihan Pembuatan Toko Online dengan Google Sites

Online Store Creation Training with Google Sites

Andri Andri¹, Somawati Somawati²

^{1,2}Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta

*Korespondensi penulis: somadasav@gmail.com²

Article History:

Received: Maret 19, 2024;

Accepted: April 01, 2024;

Published: Mei 30, 2024;

Keywords: *Online Store, Google Sites, Digital Business*

Abstract: *The marketing skills program covers the important topics of Digital Business. This program can be a great choice for individuals who want to build a successful career in today's industrial world, whether working for someone else, starting their own business, or pursuing further education that matches their interests. In addition, the course equips graduates with the necessary skills to pursue careers in various digital fields such as digital entrepreneurship, content writing, social media management, digital marketing, merchan, online customer service and purchasing. This will create an interactive and challenging learning environment that motivates students to participate actively and provides space for creativity, independence according to their talents, interests and psychology. Creating an online store can be done using various applications such as Blogs, e-commerce platforms or special websites built with google sites. As part of community service activities, students at SMK Wisata Indonesia Jakarta will receive comprehensive training in creating an online store using Google Sites. Google Sites is a service provided by Google that allows users to create websites without the need for coding skills or advanced web design. Google Sites is designed to be user-friendly and accessible to a wide variety of users. In conclusion, it is worth considering that creating an online store with Google Sites as a form of community service can foster entrepreneurial attitudes and improve digital business skills. Although the participants may require further development, especially in website development, it is important to note that this is just one aspect of building a successful website.*

Abstrak

Program keahlian pemasaran mencakup topik penting Bisnis Digital. Program ini dapat menjadi pilihan tepat bagi individu yang ingin membangun karier yang sukses di dunia industri saat ini, baik yang bekerja untuk orang lain, memulai bisnis sendiri, atau mengejar pendidikan lebih lanjut yang sesuai dengan minat mereka. Selain itu, mata kuliah ini membekali para lulusan dengan ketrampilan yang diperlukan untuk mengejar karier diberbagai bidang digital seperti kewirausahaan digital, penulisan kontens, manajemen media sosial, pemasaran digital, merchan, layanan pelanggan online dan pembelian. Hal ini akan menciptakan lingkungan belajar yang interaktif dan menantang yang memotivasi siswa berpartisipasi aktif dan memberikan ruang untuk kreativitas, kemandirian sesuai dengan bakat, minat dan psikologi mereka. Membuat toko online dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai aplikasi seperti Blog, platform e-commerce atau situs web khusus yang dibangun dengan google sites. Sebagai bagian dari kegiatan pengabdian masyarakat, para siswa di SMK Wisata Indonesia Jakarta akan mendapatkan pelatihan komprehensif dalam membuat toko online menggunakan Google Sites. Google Sites adalah layanan yang disediakan oleh Google yang memungkinkan pengguna untuk membuat situs web tanpa perlu keahlian coding atau desai web tingkat lanjut. Google Sites dirancang agar ramah pengguna dan dapat diakses oleh berbagai macam pengguna. Kesimpulannya, ada baiknya mempertimbangkan bahwa membuat toko online dengan Google Sites sebagai bentuk layanan masyarakat dapat menumbuhkan sikap kewirausahaan dan meningkatkan ketrampilan bisnis digital. Meskipun para peserta mungkin memerlukan pengembangan lebih lanjut, terutama dalam pengembangan situs web, penting untuk dicatat bahwa ini hanyalah salah satu aspek dalam membangun situs web yang sukses.

*Somawati, somadasav@gmail.com

Kata Kunci: Toko Online, Google Sites, Bisnis Digital.

PENDAHULUAN

Sistem pendidikan nasional harus terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi (Trismawati dkk. 2022; Yustiasari Liriwati 2023); kurikulum dan strategi pembelajaran harus diperbarui untuk memaksimalkan pemanfaatan teknologi (Nugraha 2022a; 2022b; Vina Anistya Cahyani dan Wulan Tri Puji 2023). Teknologi dapat menjadi alat yang sangat bermanfaat untuk mencapai tujuan sistem pendidikan nasional dan meningkatkan kualitas Pendidikan (Liriwati, Armizi, dan Yani 2021; Lestari dan Maunah 2022). Salah satu elemen penting dalam industri pemasaran saat ini adalah pemasaran digital (Pradiani 2018; Shabrina 2019; Diana dan Laila 2020). Akibatnya, kebutuhan akan karyawan yang mahir dalam pemasaran digital terus meningkat (Sugiarto dan Tri Gartanti 2022). Untuk mempersiapkan siswa untuk berkarir di bidang pemasaran dan memenuhi kebutuhan tenaga kerja di industri digital, pelajaran tentang pemasaran digital dapat dimasukkan ke dalam kurikulum sekolah menengah kejuruan (SMK) (Puspito 2017; Bastudin 2020).

Beberapa topik yang dapat dimasukkan ke dalam kurikulum SMK terkait pemasaran online adalah sebagai berikut:

- a. Dasar-dasar Pemasaran: Siswa harus memahami dasar-dasar pemasaran sebelum mulai belajar pemasaran digital (Rosyida dkk. 2022). Kurikulum dapat mencakup materi seperti penentuan posisi, segmentasi pasar, dan penargetan. Selain itu, siswa dapat belajar tentang konsep produk, harga, iklan, dan distribusi dalam pemasaran (Koesurya dkk. 2023).
- b. Search Engine Optimization (SEO) adalah teknik untuk meningkatkan peringkat sebuah situs web pada halaman hasil mesin pencari (Indriyatmoko dan Rahardi 2021). Siswa dapat belajar dasar-dasar SEO dan cara mengoptimalkan situs web untuk mesin pencari (Achmady 2016). Mereka juga dapat belajar tentang kata kunci, konten, backlink, dan faktor lain yang memengaruhi peringkat situs web di mesin pencari (Ruohonen dan Tuikka 2021).
- c. Pemasaran media sosial adalah platform penting dalam digital marketing (Rohmawati dkk. 2021), di mana siswa dapat belajar bagaimana mengelola akun media sosial dan mempromosikan produk atau layanan melalui platform tersebut (Cinthya 2020). Mereka juga dapat belajar tentang strategi konten, pengukuran kinerja, dan analisis data dalam pemasaran media social (Afdhal Syafnur, Rika Nofitri, dan Rolly Yesputra 2023).
- d. Pemasaran konten, di mana siswa dapat belajar bagaimana membuat konten yang informatif dan menarik untuk menarik perhatian calon konsumen (Setiadi, Dhiniati, dan Anggraini 2022).
- e. Pemasaran email adalah metode untuk mengirimkan pesan promosi melalui email kepada pelanggan (Sofy, Triadinda, dan Yani 2023). Siswa dapat mempelajari cara membuat kampanye pemasaran email yang efektif dan cara mengukur kinerja kampanye tersebut (Bedjo, Hendro, dan Putro 2020). Mereka juga dapat mempelajari cara mengumpulkan email dan mematuhi peraturan privasi yang berlaku.
- f. E-Commerce adalah platform di mana barang atau jasa dijual secara online (Halim, Martin, dan ... 2023). Siswa dapat belajar membuat dan mengelola toko online, termasuk cara memproses pembayaran dan mengirimkan barang, serta strategi pemasaran e-commerce, seperti iklan dan promosi.

Kursi pemasaran digital di SMK membantu siswa memperoleh keterampilan yang dibutuhkan untuk bekerja di industri pemasaran digital dan membantu perkembangan bisnis dan pemasaran online (Subroto dan Endaryati 2021). SMK Wisata Indonesia masih menggunakan kurikulum 13 dan memiliki bidang keahlian Bisnis Online dan Marketing. Pemasaran Online adalah salah satu mata kuliah kompetensi keahlian Bisnis Online dan Pemasaran, yang mencakup materi pembuatan website (Maulidasari dan Damrus 2020). Pada kelas ini, siswa diminta untuk mengerjakan proyek; mereka harus memasarkan produk berbasis digital, misalnya membuat situs web. Landing page adalah halaman web yang dibuat dengan tujuan untuk mengubah orang yang mengunjungi situs web menjadi pelanggan atau prospek (Rakhman dan Saputra 2016). Halaman ini berbeda dari halaman web biasa karena berfokus pada satu tindakan, yaitu mendorong pengunjung untuk membeli sesuatu (RAMADHAN 2018). Komponen penting dari halaman arahan yang efektif termasuk judul yang menarik perhatian, deskripsi barang dan jasa, testimonial, penawaran unik, formulir atau tombol ajakan bertindak, dan gambar yang menarik (Rizdqi Akbar Ramadhan, Abdul Kudus Zaini, dan Bima Kristian Pranoto 2022). Tujuannya adalah untuk membuat pengunjung tertarik dan mendorong mereka untuk bertindak (Hudaa dan Agustina 2020). Pemasaran digital terapan dapat meningkatkan daya saing perusahaan dan membuka saluran penjualan baru (Siri 2022). Landing page memiliki tujuan utama untuk mengubah orang yang datang ke sana menjadi prospek atau pelanggan. Untuk mencapai tujuan ini, halaman harus membantu pengunjung membuat keputusan dan mengatasi masalah yang mungkin menghalangi mereka untuk bertindak (Salsabila, Hidayat, dan Nugraha 2022).

Berdasarkan latar belakang ini, kami mengajarkan para siswa jurusan Bisnis Online dan Marketing cara memasarkan produk mereka pada halaman web yang menarik pengunjung sehingga mereka ingin membeli produk tersebut. Kami memberikan judul layanan komunitas ini sebagai "Pelatihan Pembuatan Toko Online dengan Google Sites".

METODE

Tim Abdimas menghasilkan kesimpulan bahwa metode yang sesuai untuk pedagang adalah metode pelatihan tim penjualan yang disesuaikan dengan objek masalah. Metode yang diadopsi termasuk mentoring dan coaching:

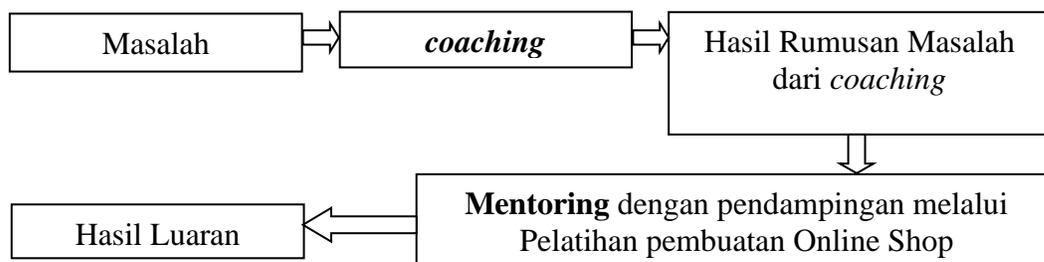
1. Bimbingan Personal: Memiliki mentor atau pelatih yang membimbing pedagang dalam pengembangan keterampilan perdagangan mereka (Vadia, Iriani, dan Handoyo 2023).
2. Praktik pada Akun Demo: Simulasi Perdagangan: Dokumentasi dan pelatihan yang diberikan oleh pelatih kepada pedagang. Podcast atau Materi Audio-Visual: Ada platform yang menawarkan materi audio seperti podcast, yang dapat memberikan wawasan tambahan.
3. Komunitas dan Diskusi: Komunitas Lokal atau Online: Bergabung dengan komunitas pedagang kecil, forum online, atau subreddit untuk berbagi pengalaman.
4. Evaluasi dan Analisis: Pemantauan dan Evaluasi Kinerja: Mempelajari tren penjualan, perilaku pelanggan, dan kesuksesan kampanye pemasaran dengan menggunakan data analitik.
5. Studi Kasus dan Praktik Terbaik: Studi Kasus Sukses: Meneliti dan mempelajari toko online yang sukses untuk memahami strategi dan taktik yang mereka gunakan.

Perbedaan utama antara mentoring dan pelatihan adalah bahwa keduanya bertujuan untuk meningkatkan kapasitas (Ghufron, Nafiah, dan Kasiyun 2022). Mentoring memberikan informasi dari kelompok yang mereka kenal melalui partisipasi mereka dan di lapangan atau ahli di bidangnya (Berutu dkk. 2019), sedangkan pelatihan divalidasi dari sudut pandang orang dalam.

Manfaat pelatihan adalah mencari masalah dengan tim abdimas (pengabdian kepada masyarakat) dari universitas Indraprasta PGRI.

Dengan mempertimbangkan gagasan di atas, langkah-langkah abdimas ini terdiri dari: mencari tujuan melalui pelatihan, yaitu berusaha membantu pedagang dengan masalah yang mereka hadapi; langkah selanjutnya adalah memberikan pelatihan, yaitu mengajarkan pedagang cara berdagang di internet; dan selama proses pelatihan, evaluasi dilakukan dengan melihat hasil yang dihasilkan oleh pedagang.

Harapan luaran yang dihasilkan nanti adalah bahwa penjual sudah dapat dengan tepat menentukan pembuatan toko online dan meningkatkan penjualan mereka, yang akan menghasilkan akun dan produk yang dijual di pasar sosial media.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan

HASIL

Kegiatan ini tidak hanya berupa kuliah, tetapi juga praktek langsung membuat toko online di mana setiap peserta menggunakan satu komputer, sehingga materi dapat digunakan segera. Karena PKM digunakan di laboratorium sekolah yang didukung oleh jaringan internet yang baik, hal ini dapat digunakan. Karena materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan sekolah dan mata pelajaran, semua siswa ingin mendengarkan dan mempraktikkannya. Hasil pelaksanaan dinilai dengan memberikan penghargaan kepada lima peserta yang mencapai tingkat hasil terbaik.

Para siswa jurusan Bisnis dan Pemasaran Online tidak akan menghadapi kesulitan dalam mengikuti pelajaran menggunakan Google Sites karena sudah digunakan. Satu-satunya hal yang perlu diperhatikan adalah komponen yang diperlukan untuk membuat landing page yang lebih baik dan efektif. Pelatihan pembuatan landing page dapat diselesaikan dengan baik dengan menggunakan pendekatan pembelajaran demonstrasi dan praktis. Selain itu, dalam implementasi mata kuliah kewirausahaan/marketing, dapat dibuat produk berupa website yang berisi informasi dan dipromosikan.

Faktor yang menghambat penyelenggaraan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah waktu yang terbatas. Faktor yang mendukungnya adalah besarnya minat dan semangat para peserta selama kegiatan berlangsung, yang membuatnya lancar dan efektif.

DISKUSI

Siswa SMK Wisata Indonesia jurusan Marketing menerima pelatihan tentang cara membuat toko online dengan menggunakan Google Sites. Pelatihan ini menghasilkan toko online yang menjual berbagai produk yang dimiliki siswa. Tim Pengabdian kepada Masyarakat berharap dapat memberikan pelatihan berkelanjutan tentang materi yang mereka pelajari saat ini untuk kegiatan selanjutnya. Aplikasi pendukung desain produk dan aplikasi pengelolaan website lainnya

dapat digunakan untuk membangun dasar toko online dengan Google Sites.

KESIMPULAN

Hasil dari Pengabdian Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

- a. Peserta telah memperoleh pemahaman dasar tentang cara membuat toko online dengan Google Sites;
- b. Peserta masih membutuhkan pemahaman tentang komponen penting dalam pembuatan website, seperti pembuatan konten dan desain layout website toko online yang sesuai dengan produk yang dijual.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah berkontribusi pada pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini.

- a. Ketua Program Studi Teknik Informatika Universitas Indraprasta PGRI Jakarta;
- b. Kepala Sekolah SMK Wisata Indonesia Jakarta dan stafnya; dan
- c. Siswa/i SMK Wisata Indonesia Jakarta yang telah mengikuti pelatihan ini.

DAFTAR REFERENSI

- Achmady, Sayed. 2016. "OPTIMASI WEBSITE UNTUK MENINGKATKAN POSISI INDEX PADA HALAMAN GOOGLE." *CESSJournal Of Computer Engineering System And Science* 1, no. 1.
- Afdhal Syafnur, Rika Nofitri, dan Rolly Yesputra. 2023. "Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Guna Meningkatkan Daya Saing Bisnis UMKM Di Era Digital." *Journal Of Indonesian Social Society (JISS)* 1, no. 2. <https://doi.org/10.59435/jiss.v1i2.27>.
- Bastudin. 2020. "HAMBATAN UTAMA PENGGUNAAN TIK DALAM PEMBELAJARAN DAN STRATEGI MENGATASINYA - Situs Resmi LPMP Sumsel." LPMP Sumsel. 2020.
- Bedjo, Sukarno, Fanny Hendro, dan Aryo Putro. 2020. "Strategi komunikasi pemasaran model nice untuk bisnis bermodal kecil dalam meraih konsumen." *Jurnal ekonomi, sosial & humaniora* 1, no. 07.
- Berutu, Nurmala, Meilinda Suriani Harefa, M. Ridha Damanik, Ahmad Hidayat, dan Restu Restu. 2019. "DUKUNGAN INFORMASI DAN PROMOSI EKOWISATA MANGROVE BELAWAN SICANANG DALAM RANGKA PENINGKATAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT." *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT* 24, no. 4. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v24i4.11830>.
- Cinthya. 2020. "Sosial Media Marketing: Pengertian, Jenis, Strategi dan Manfaatnya." 3 November. 2020.
- Diana, dan Nor Laila. 2020. "Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan di masa Pandemi Covid 19." *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* 1, no. 1.
- Ghufron, Syamsul, Nafiah Nafiah, dan Suharmono Kasiyun. 2022. "URGENSI, HAMBATAN, DAN SOLUSI DALAM PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENYUNTINGAN KALIMAT." *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 6, no. 1. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7299>.

- Halim, T N, R Martin, dan ... 2023. "Klasifikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Platform E-Commerce dengan Metode K-Nearest Neighbor (K-NN)." *Jurasik (Jurnal Riset ...* 8.
- Hudaa, Syihaabul M., dan Yumniati Agustina. 2020. "Olahan Makanan Kering sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kepulauan Seribu." *Intervensi Komunitas* 2, no. 1. <https://doi.org/10.32546/ik.v2i1.731>.
- Indriyatmoko, Toto, dan Majid Rahardi. 2021. "Relevansi Search Engine Optimization (SEO) On-pages Di 2021." *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis* 12, no. 1. <https://doi.org/10.47927/jikb.v12i1.106>.
- Koesurya, Aldo, Ardyanto Kang, Bill Angelo, Clara Monica Rahardja, Felicia, Lisa Carissa, Octavius William, dan Titin Pranoto. 2023. "Pendampingan Manajemen Bisnis untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Keripik Pisang Banana Bobs." *Rahmatan Lil 'Alamin Journal of Community Services*. <https://doi.org/10.20885/rla.vol3.iss1.art7>.
- Lestari, Silviana Devi, dan Binti Maunah. 2022. "Dasar - Dasar Yuridis Sistem Pendidikan Nasional." *Jurnal Ilmu Pendidikan Sekolah Dasar* 9, no. 3. <https://doi.org/10.19184/jipsd.v9i3.31876>.
- Liriwati, Fahrina Yustiasari, Armizi Armizi, dan Muhammad Yani. 2021. "Manajemen Kultur Lembaga Pendidikan Islam." *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 7, no. 2. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.2.747-756.2021>.
- Maulidasari, Cut Devi, dan Damrus Damrus. 2020. "DAMPAK PEMASARAN ONLINE DI ERA COVID-19." *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 4, no. 2. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i2.2620>.
- Nugraha, Tono Supriatna. 2022a. "Kurikulum Merdeka untuk pemulihan krisis pembelajaran." *Inovasi Kurikulum* 19, no. 2. <https://doi.org/10.17509/jik.v19i2.45301>.
- . 2022b. "Kurikulum Merdeka untuk Pemulihan Krisis Pembelajaran Tono Supriatna Nugraha." *Jurnal UPI*, no. Inovasi Kurikulum.
- Pradiani, Theresia. 2018. "PENGARUH SISTEM PEMASARAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN HASIL INDUSTRI RUMAHAN." *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* 11, no. 2. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>.
- Puspito, Danang Wahyu. 2017. "Implementasi Literasi Digital Dalam Gerakan Literasi Sekolah." *Konferensi Bahasa dan Sastra (International Conference on Language, Literature, and Teaching) II* 3, no. 2.
- Rakhman, Muhammad Athikur, dan Erik Hadi Saputra. 2016. "Pembuatan Aplikasi Layanan Kustomisasi Landing Page Berbasis Web." Dalam *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2016*.
- RAMADHAN, RAYGIE. 2018. *PERAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS*. Universitas Brawijaya. Vol. 2.
- Rizdqi Akbar Ramadhan, Abdul Kudus Zaini, dan Bima Kristian Pranoto. 2022. "Edukasi Pemrograman WEB Fundamental Sebagai Ilmu Wajib Era Industri 4.0." *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penerapan Ilmu Pengetahuan* 3, no. 1. <https://doi.org/10.25299/jpmpip.2022.10591>.

- Rohmawati, Tatik, Erli Selvia, Ester Monica, Rahmat Welizaro, dan Herry Saputra. 2021. "Teknologi pemasaran digital untuk branding." *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 5, no. 3. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i3.479>.
- Rosyida, Desy Anindia, Rima Vera Zubaidah, Ivandio Ramadhan Permana, dan Ilyas Nur Adiyanto. 2022. "Usaha Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing Berbasis Perekonomian Di Desa Wonorejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar." *Al-Khidma: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2. <https://doi.org/10.35931/ak.v2i2.1434>.
- Ruohonen, Jukka, dan Anne Marie Tuikka. 2021. "Digital Divides and Online Media." Dalam *ACM International Conference Proceeding Series*. <https://doi.org/10.1145/3485768.3485815>.
- Salsabila, Farah, Wahyu Hidayat, dan Hari Susanta Nugraha. 2022. "Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11, no. 2. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34567>.
- Setiadi, D, F Dhiniati, dan L Anggraini. 2022. "Inovasi Dan Digitalisasi Untuk Optimalisasi Potensi Desa Sindang Panjang Kecamatan Tanjung Sakti PUMI." *Jurnal Pengabdian Kepada ...* 01, no. 01.
- Shabrina, Vashy Ghassany. 2019. "Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen." *Jurnal Pewarta Indonesia* 1, no. 2. <https://doi.org/10.25008/jpi.v1i2.16>.
- Siri, Rusli. 2022. "Peningkatan daya saing global melalui marketing." *Journal of Management* 5, no. 1.
- Sofy, Miya Mailla, Dexi Triadinda, dan Dini Yani. 2023. "Penerapan Bauran Promosi pada Radio Lazuar 94.1 FM." *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 24, no. 1. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v24i1.994>.
- Subroto, Vivi Kumalasari, dan Eni Endaryati. 2021. "BUSINESS INTELLIGENCE DAN KESUKSESAN BISNIS di ERA DIGITAL." *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi* 1, no. 2. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v1i2.45>.
- Sugiarto, Wahyu, dan Wulan Tri Gartanti. 2022. "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Kartu By.U." *Bandung Conference Series: Public Relations* 2, no. 2. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3750>.
- Trismawati, Trismawati, Agustina Puji Astuti, M. Saiful Bahri, Abdul Basit, Wahyu Indrati, Fellicia Roshita Armanda Putri, Riza Novitasari, Wanda Zahratul Mustafafi, dan Meilani Safira. 2022. "Adaptasi Teknologi Informasi Pembelajaran untuk Meningkatkan Efektifitas Keberhasilan Pembelajaran Daring di SDN Sumber Wetan 1 Probolinggo." *Jurnal Abdi Panca Marga* 3, no. 1. <https://doi.org/10.51747/abdipancamarga.v3i1.986>.
- Vadia, Meyta Nur, Tuti Iriani, dan Santoso Sri Handoyo. 2023. "Analisa Kebutuhan Pengembangan Media Video Pembelajaran Keterampilan Membimbing Diskusi Kelompok Kecil." *Jurnal Pendidikan West Science* 1, no. 05. <https://doi.org/10.58812/jpdws.v1i5.344>.
- Vina Anistya Cahyani, dan Utami Wulan Tri Puji. 2023. "Strategi Mengajar Guru dalam Menggunakan Kurikulum Merdeka di SD Negeri Kalikepek." *Sangkalemo: The Elementary School Teacher Education Journal* 2, no. 2.

<https://doi.org/10.37304/sangkalemo.v2i2.9424>.

Yustiasari Liriwati, Fahrina. 2023. "Transformasi Kurikulum; Kecerdasan Buatan untuk Membangun Pendidikan yang Relevan di Masa Depan." *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.61>.