

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu jenis reformasi pendidikan jarak jauh yang paling menarik adalah *Massive Open Online Courses* atau yang disingkat sebagai MOOCs dan merupakan inovasi pendidikan terkini (Shen, Ye, Wang, & Zhao 2016, 1). MOOCs berbeda dengan platform *e-learning* biasa dan membantu dalam meningkatkan motivasi dan minat untuk kalangan siswa yang masih beradaptasi dalam menggunakan *e-learning* (Ismail et al. 2018, 184). Para peserta tidak harus terdaftar sebagai siswa di lembaga mana pun. MOOCs memiliki keunggulan dimana siswa dapat mengambil kursus sebanyak mungkin sesuai keinginannya (Engle, Mankoff, & Carbrey 2015, 45). Karakteristik tersebut merupakan alternatif untuk memperoleh pendidikan berkualitas, fleksibel dalam waktu, biaya, dan tempat. Di sisi lain, MOOCs dapat menjadi sumber daya untuk membantu para peserta dalam populasi yang kurang memiliki akses ke pendidikan (Sanchez-Gordon & Luján-Mora 2017, 776). MOOCs juga dapat digambarkan sebagai pendidikan non-formal, yang melengkapi pendidikan formal.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lubis, Idrus, dan Rashid (2020, 2718), terdapat sebelas *platform online learning site* dengan *total courses* yang bervariasi jumlahnya. Tidak semua *platform online learning site* tersebut memenuhi klasifikasi sebagai bagian dari *Massive Open Online Courses* (Sopian 2017, 2-6);

(1) Jumlah pendaftar kursus yang tidak terbatas dari mana saja; (2) Tidak ada biaya untuk berpartisipasi; (3) Semua kegiatan dilakukan secara *online*, ada pemberitahuan

pembelajaran melalui *e-mail*, bahkan ada forum untuk peserta; (4) Proses pembelajaran dimulai dengan registrasi, kemudian pemenuhan jadwal pembelajaran, dan penilaian kinerja siswa. Selain pemenuhan klasifikasi, tidak semua *platform online learning site* berfokus pada peningkatan kemampuan professional.

Berdasarkan Lubis, Idrus, & Rashid (2020, 2718), terdapat tujuh *platform online learning site* yang ada di Indonesia; Kelas Kita, Haruka Edu, IndonesiaX, Zenius, Ruang Guru, Dicoding, CodeSaya. Peneliti juga melakukan *preliminary research* terhadap ketujuh platform tersebut pada periode 20 July 2020, dimana terdapat adanya jumlah kursus yang bervariasi. Hanya saja, jumlah kursus yang berhubungan atau bahkan membahas mengenai ritel tidak dapat ditemukan oleh peneliti. Kursus *Business Management* tersedia di kelas kita, hanya sifatnya terlalu general dan tidak mengarah pada pembahasan ritel. Jumlah kursus terbanyak yang ditawarkan adalah mengenai pengembangan diri, keuangan, teknologi & *software*, dan kartu prakerja.

Beberapa *platform online learning site* yang ada di Indonesia diklasifikasikan bukan sebagai MOOCs; Ruang Guru dan Zenius karena membutuhkan pembiayaan dalam penggunaannya. Kelas Kita merupakan *Social Open Online Courses* yang merupakan pengembangan dari MOOCs dan peserta diperbolehkan untuk mengikuti kursus membuat materinya sendiri. Haruka Edu bukan merupakan MOOCs. CodeSaya, Dicoding dan IndonesiaX yang memiliki kualifikasi serupa dengan MOOCs (Lubis, Idrus, Rashid 2020, 2717-2718).

Industri ritel memiliki peluang besar untuk bergabung dalam penggunaan MOOCs, dikarenakan masih kurangnya kursus *online* yang memiliki topik spesifik mengenai profesi ritel dan menggunakan Standar Kompetensi Kerja Nasional

Indonesia Ritel Modern, yang berikutnya disebut SKKNI. Berdasarkan Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 316 Tahun 2011 menyatakan bahwa SKKNI yang merupakan rumusan kemampuan kerja yang sesuai dengan perundang-undangan dan mencakup pengetahuan, keterampilan, keahlian dan sikap kerja. Dengan penguasaan SKKNI, seseorang diharapkan mampu mengerjakan, mengorganisasikan, menyelesaikan masalah pekerjaannya dan menyesuaikan diri dalam kondisi yang berubah-ubah (SKKNI 2018, 3). SKKNI ritel mendorong adanya peningkatan kualitas sumber daya manusia. Pelatihan yang berkualitas dapat meningkatkan keterampilan profesional (Ristekdikti 2015b). Tingkatan SKKNI Ritel Modern dimulai dari level 2 atau setingkat magang sampai dengan level 6 atau level Managerial dengan ruang lingkup besar (Kemendag 2019, 1). Dalam praktiknya, kebutuhan untuk adanya tenaga kerja yang bekerja di bisnis ritel dan memiliki kompetensi ritel sangat diperlukan. Kebutuhan ini terjadi terutama dalam tingkatan pendidikan SMK/SMA untuk memenuhi kebutuhan SDM di toko ritel. Kebutuhan ini berkaitan dengan adanya kesenjangan antara permintaan dan ketersediaan tenaga kerja terdidik setingkat SMK, dimana banyak pekerja yang tidak memenuhi kualifikasi pendidikan dan keterampilan yang dibutuhkan oleh industry (Ali, Mardapi, Koehler 2019, 241-242).

Kebutuhan ini dipengaruhi oleh adanya empat permasalahan; permintaan industri terhadap tenaga kerja yang kompeten, ketersediaan bidang atau jurusan ritel di institusi pendidikan, tingkatan keterampilan karyawan, kemandirian dalam belajar dan kesiapan bekerja para siswa-siswi SMK. Berkaitan dengan permasalahan pertama, Badan Pusat Statistik (2015) mencatat bahwa lebih dari 55% karyawan dalam bidang

pelayanan dimana ritel termasuk di dalamnya, berada dibawah kualifikasi. Sedangkan 40% sisanya sesuai kualifikasi dan 10% melebihi kualifikasi. Perusahaan ritel PT. X melakukan penambahan karyawan baru sebesar 10-40 % setiap tahunnya, seperti yang terlihat pada gambar 1. Penambahan karyawan baru ini didominasi oleh 60% untuk penempatan di toko dan 40% penempatan di *head office*. Tingkat pendidikan yang direkrut untuk memenuhi kebutuhan SDM di toko adalah pada tingkatan pendidikan SMK/SMA.

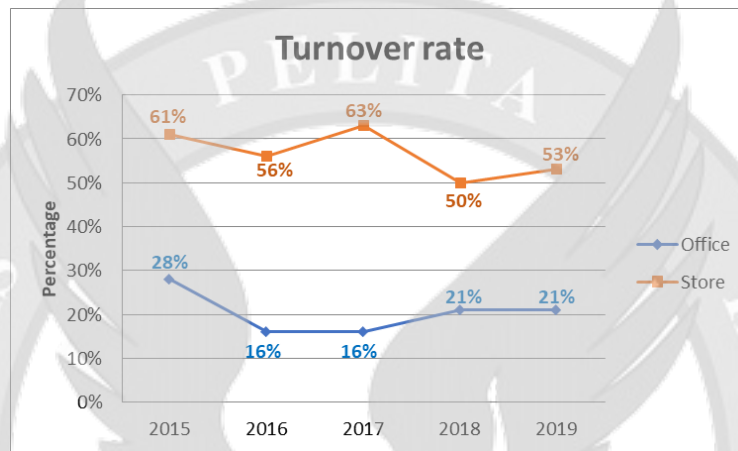


Grafik 1.1 Jumlah Karyawan Toko Yang Direkrut

Sumber : PT. X, Human Resources 2020

Adanya jumlah yang besar pada perekrutan karyawan baru ternyata juga disertai oleh *turnover rate* yang juga cukup tinggi, seperti pada Grafik 1.1 dan 1.2. Berdasarkan wawancara dengan *General Manager Human Resources*, tingkat *turnover* yang tinggi ini disebabkan oleh *daily worker & contractual based system*, kurangnya kompetensi SDM yang terekrut dan kesulitan dalam beradaptasi di dunia ritel yang dinamis. *General Manager Human Resources* juga menyatakan bahwa perusahaan

menghabiskan waktu rata-rata 100 jam dalam melakukan pelatihan terhadap karyawan baru. Waktu yang lama ini terjadi dikarenakan 60-70% karyawan baru tersebut belum memiliki latar belakang pemahaman terhadap ritel. Kualitas dari *supply* sumber daya manusia yang masuk ke perusahaan seperti dipaksa untuk menjadi sesuai dengan kompetensi Ritel Modern.



Grafik 1.2 Jumlah Turn Over Karyawan di Toko dan Back Office

Sumber : PT. X, Human Resources 2020

General Manager Human Resources menambahkan bahwa adanya pembukaan toko baru di banyak wilayah di Indonesia membutuhkan banyak SDM yang kompeten. Sebagai contoh, pada tahun 2021 direncanakan untuk pembukaan kurang lebih 150 toko baru baik dengan konsep *fashion*, *active* maupun *food and beverages* dengan *brand* yang di bawah lisensi PT. X di Indonesia. Perkembangan ini sejalan dengan proyeksi sektor ritel Indonesia untuk mencapai *Compound Annual Growth Rate* sebesar 13,8% pada tahun 2024 (Mordor Intelligence 2019, 1).

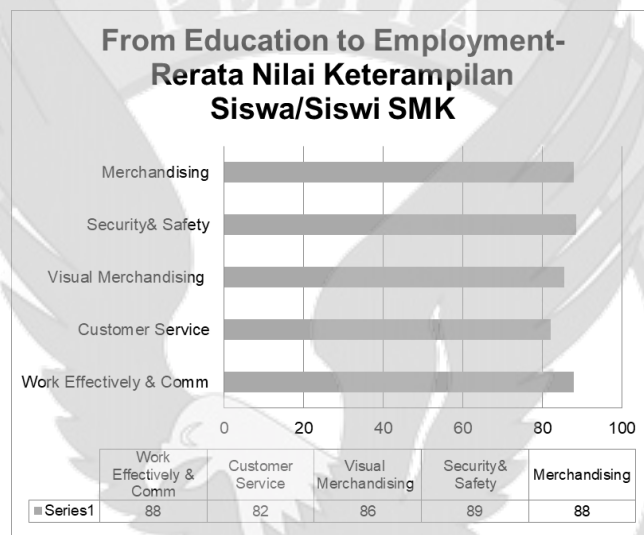
Permasalahan kedua adalah ketersediaan institusi pendidikan yang berfokus untuk mengajarkan ritel kepada para siswanya. Berdasarkan pengumpulan data oleh peneliti melalui <https://dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id/>, pada periode September

2020, ditemukan bahwa ketersediaan SMK dengan konsentrasi bidang ritel hanya ada satu, yaitu SMK Nurul Huda di Bekasi dengan status akreditasi yang belum tersedia dalam *website* pada saat penelitian ini dilakukan.

Permasalahan yang ketiga adalah hasil keterampilan setelah dilakukan pelatihan. BPS (2015) menyebutkan bahwa sektor retail hanya memiliki 7.1% karyawan level SMA/SMK yang sudah mengikuti pelatihan sertifikasi. BPS juga mencatat bahwa adanya akses ke peluang peningkatan dan keterampilan ulang dibatasi. Memiliki kualifikasi teknis atau sertifikasi dan menjaga keterampilan tetap mutakhir, penting untuk mempertahankan daya saing. *General Manager Human Resources* mengatakan bahwa perusahaan pernah melakukan kerjasama dengan tiga institusi pendidikan SMK dengan bidang bisnis dan manajemen pada tahun 2018. Program kerjasama ini disebut dengan Program *From Education to Employment* dan menggunakan SKKNI level 3 atau tingkatan staf. Hasil dari kerjasama ini tidak terlalu menggembirakan, dikarenakan resapan yang dapat bekerja melebihi masa *probation* hanya 3 dari total 49 orang. Selain itu, secara pengetahuan dan keterampilan dari siswa/siswi masih perlu ditingkatkan seperti pada gambar 3. Minimum kelulusan program ini adalah nilai 85, yang diraih dari hasil praktek dan pengetahuan. Terdapat lima topik yang diajarkan dengan metode 70% *teacher based* dan 30% praktek.

General Manager Human Resources mengatakan bahwa persoalan ini terjadi, diakibatkan metode pengajaran; kegiatan kelas pasif, penjabaran materi yang masih teoritis, dikarenakan industri hanya mengajar sebesar 30% dari keseluruhan materi dan kegiatan belajar belum mendukung siswa untuk mandiri dalam belajar. Kegiatan belajar yang kurang mendukung kemandirian siswa ini diwujudkan dari komunikasi

terhadap *subject matter expert* atau pengajar industri yang terbatas, tidak cukup waktu untuk praktek dan kurangnya pemberian umpan balik oleh pengajar industri. Salah satu penyebab keterbatasan ini karena tidak adanya sistem yang menjembatani pembelajaran. Hasil dari kondisi ini ditunjukkan dalam Grafik 1.3, dimana materi yang menunjukkan nilai terendah adalah *Customer Service*, yang justru merupakan salah satu kompetensi utama pada level 3 di SKKNI ritel.



Grafik 1.3 Rerata Nilai Keterampilan Siswa/Siswi SMK per Kompetensi

Sumber: PT. X Human Resources 2019

Berdasarkan Grafik 1.3, nilai dari kompetensi tersebut diraih oleh para siswa/siswi SMK dari hasil pengetahuan dari jenis *objective test* dan *test* keterampilan atau demonstrasi. Porsi penilaiannya sendiri sebesar 40% *objective test* dan 60% keterampilan.

Permasalahan ke-empat berhubungan dengan kesiapan para siswa/siswi SMK dalam bekerja. Pada tahun 2018, dari 49 siswa yang lolos program *From Education to Employment* dan bekerja di PT. X hanya 3 siswa yang berhasil bekerja sampai dengan periode lulus *probation* 3 bulan. Setelah dilakukan survei dalam proses *exit interview*

oleh pihak Human Resources di tahun 2018, maka ditemukan bahwa permasalahan utama tingginya *turnover rate*, karena 30% siswa merasa tidak siap untuk bekerja, 40% siswa merasa tidak cocok bekerja di ritel, 10% karena pindah ke tempat kerja lain, 10% karena tidak tahan dengan tekanan di tempat kerja dan 6% karena pulang kampung, dan 4% abstain atau tidak mau menjawab.

1.2 Identifikasi Masalah

Adanya keempat permasalahan tersebut menunjukkan pentingnya meningkatkan pembelajaran yang dikontekstualisasikan dengan pekerjaan, terutama bagi para calon pekerja professional. Permasalahan ini dikonfirmasi dengan pandangan kontemporer yang memperlakukan hubungan antara fungsi dan hasil pendidikan dan pekerjaan (Fischer 2018, 1-8 & DeBoer, Stump 2014, 74-84). Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara capaian pembelajaran dari sekolah dan kebutuhan serta lingkungan industri.

Permasalahan pertama menunjukkan adanya *demand* yang tinggi tetapi juga *turn over* yang tinggi. Dalam hal ini, perusahaan kesulitan untuk mendapatkan calon karyawan yang memiliki kompetensi yang mumpuni, terutama dalam konteks kompetensi ritel. Permasalahan pertama ini berkaitan dengan permasalahan kedua, yaitu kurangnya institusi pendidikan yang mengajarkan mengenai kompetensi ritel. Kondisi ini menyebabkan perusahaan perlu melakukan pelatihan terus menerus bagi pekerja barunya.

Berkaitan dengan permasalahan kedua, kolaborasi dengan SMK dilakukan tetapi memunculkan permasalahan ketiga, yaitu hasil belajar yang kurang efektif atau belum mencapai target dikarenakan pembelajaran yang berpusat pada guru, pasif dan kurang

menimbulkan kemandirian pada siswa. Hasil dari kondisi tersebut, adalah dalam nilai kompetensi *Customer Service* yang rendah. Nilai yang rendah berhubungan dengan permasalahan ketiga, dimana penjabaran materi yang masih teoritis dan kegiatan belajar belum mendukung siswa untuk mandiri dalam belajar. Kondisi ini turut pula berkaitan dengan permasalahan keempat dimana setelah dilakukan pelatihan, masih terdapat siswa yang tidak siap dan tidak cocok bekerja di ritel.

Peneliti berpersepsi bahwa dalam menjawab permasalahan pertama, perusahaan membutuhkan sistem pembelajaran yang membantu dalam mencetak calon tenaga kerja yang kompeten dan dapat memenuhi kebutuhan sumber daya manusia. Sistem pembelajaran tersebut, diharapkan dapat terus menangkap, menyediakan dan mengembangkan pengetahuan dalam konteks industri ritel yang dapat diakses oleh siswa siswi SMK, dikarenakan masih kurangnya institusi Pendidikan yang memiliki jurusan ritel. Sistem pembelajaran tersebut diharapkan dapat memberikan akses pada pembelajaran ritel secara mandiri, yang sesuai dengan perkembangan industri dan dapat meningkatkan keterampilan siswa siswi dalam *self regulated learning*. Dengan adanya sistem pembelajaran yang lebih terbuka, fleksibel dan dilakukan secara penuh oleh industri, diharapkan dapat mempersiapkan siswa siswi untuk memiliki motivasi dalam bekerja.

Menjawab keempat permasalahan, peneliti mengembangkan sistem pembelajaran menggunakan desain MOOCs dengan karakteristik yang telah dijelaskan sebelumnya menjadi jawaban dari permasalahan yang terjadi; mendekatkan pendidikan serta industri, meningkatkan kompetensi *Customer Service* dan mempengaruhi motivasi kerja dan *self regulated learning*. Asumsi peneliti ini didukung oleh penelitian

sebelumnya, dimana MOOCs telah dimulai dalam konteks perusahaan; pelatihan karyawan, pengembangan sumber daya manusia, perekrutan, pemasaran, dan bahkan kesadaran merek (Savino 2014, 60, Friedl & Farrow 2017, 13-14). Di sisi lain, MOOCs turut mendukung pengembangan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pengembangan pasar tenaga kerja (Patru & Balaji, 2016, 23-25).

Selain hal positif yang ditimbulkan dari MOOCs, kedua jenis pendekatan MOOCs ini sesuai dengan karakteristik populasi dari penelitian ini, yaitu siswa/siswi SMK yang menjadi calon karyawan dari PT. X. Siswa/ siswi SMK berumur kurang lebih 15- 17 tahun. Menurut Moore, Jones & Frazier (2017, 113), generasi Z lahir pada rentang tahun 1992 sampai 1995 keatas, dimana umur siswa/siswi SMK ini merupakan bagian dari generasi Z. Generasi ini dikenal dapat memberikan perspektif baru dalam dunia professional; dapat mengakses informasi dengan jumlah banyak, kreatif, inovatif dan banyak menggunakan media digital dan berkomunikasi secara virtual (Christina 2016, 48). Oleh karena itu, penting untuk mengetahui dan memahami persepsi dari perwakilan generasi Z, terkait evaluasi desain MOOCs. Terlebih lagi, generasi Z telah dan akan terus mengisi dunia professional. Karakter yang mereka miliki memicu adanya pergeseran generasi yang tidak pernah terjadi sebelumnya (Tulgan 2013, 1-13)

Kualitas desain MOOCs perlu dievaluasi lanjut (Yilmaz, Unal, Cakir 2017, 30). Pengembangan desain MOOCs sendiri masih tergolong baru dan belum banyak jumlah penelitian yang membahas mengenai kualitas desain MOOCs (Yousef, et al. 2014, 44). Kondisi ini menambah kepercayaan diri peneliti dan melatarbelakangi penelitian untuk mengevaluasi desain MOOCs yang telah dikembangkan oleh peneliti, dan pengaruhnya

terhadap peningkatan kompetensi *Customer Service*, motivasi kerja dan *self regulated learning*.

Dari pemaparan masalah, diketahui bahwa telah dikembangkan desain MOOCs untuk membantu dalam menyelesaikan empat permasalahan yang terjadi. Hasil desain MOOCs ini perlu dievaluasi lebih lanjut dalam empat hal berikut ;

1. Hasil peningkatan kompetensi *Customer Service* dari siswa yang belajar menggunakan MOOCs perlu di evaluasi.
2. Pengaruh persepsi siswa mengenai kualitas desain MOOCs dengan peningkatan kompetensi *Customer Service*.
3. Pengaruh persepsi siswa mengenai kualitas desain MOOCs dan motivasi kerja.
4. Pengaruh persepsi siswa mengenai kualitas desain MOOCs dengan *self regulated learning*.

1.3 Batasan Masalah

Pembahasan mengenai MOOCs, SKKNI Ritel, dan generasi Z sangat luas untuk dipelajari. Oleh karena itu, peneliti melakukan beberapa pembatasan dalam focus penelitian ini

1. Kompetensi yang di-sasar dalam penelitian ini adalah “*Melakukan Interaksi Aktif dalam Membantu Pelanggan Berbelanja*”.
2. Dalam memastikan kualitas dari produk pengembangan, fokus penelitian ini juga akan melihat dampak yang dihasilkan terhadap *sample* penelitian dalam hal motivasi, *self regulated learning* dan kompetensi *Customer Service*. Ketiga

hal ini dinilai meningkat setelah penggunaan MOOCs, berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Wahab et al. (2018).

3. Generasi Z yang dipilih dalam penelitian ini adalah siswa/siswi SMK, dimana institusi pendidikannya memiliki kerjasama dengan PT. X. Peserta didik SMK yang mejadi *sample* dalam penelitian ini adalah kelas XI SMKN dengan tugas fungsi operasional dan akan ditempatkan di toko ritel
4. Penelitian ini akan berfokus pada salah satu kompetensi dari SKKNI Ritel Modern level 3 atau setara dengan staff, yaitu kompetensi *Customer Service*. Kompetensi ini dipilih karena merupakan kompetensi inti dari level tiga.
5. Desain materi disesuaikan dengan karakteristik generasi Z, yaitu menggunakan pendekatan “*bite sized*”, praktikal, memiliki elemen penyelesaian masalah, visual yang melibatkan video dan gambar dan terhubung dengan media sosial.

1.4 Rumusan Masalah

Pertanyaan seputar penelitian yang dirancang oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat peningkatan kompetensi *Customer Service* pada siswa yang belajar menggunakan MOOCs?
2. Apakah persepsi siswa terhadap kualitas desain MOOCs berpengaruh pada peningkatan kompetensi *Customer Service* siswa setelah belajar?
3. Apakah persepsi siswa terhadap kualitas desain MOOCs berpengaruh pada motivasi kerja siswa setelah belajar?
4. Apakah persepsi siswa terhadap kualitas desain MOOCs berpengaruh pada *Self Regulated Learning* siswa setelah belajar?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan kursus *Customer Service* dengan menggunakan MOOCs. Pengembangan ini juga diiringi dengan analisa terhadap implementasi dan melakukan evaluasi terhadap dampaknya pada motivasi, *self regulated learning* dan kolaborasi untuk kompetensi *Customer Service* pada generasi Z yang secara spesifik adalah peserta didik SMK.

1. Mengevaluasi hasil peningkatan kompetensi *Customer Service* dari siswa yang belajar menggunakan MOOCs
2. Mengevaluasi pengaruh persepsi siswa mengenai kualitas desain MOOCs dengan peningkatan kompetensi *Customer Service*
3. Mengevaluasi pengaruh persepsi siswa mengenai kualitas desain MOOCs dengan motivasi kerja
4. Mengevaluasi pengaruh persepsi siswa mengenai kualitas desain MOOCs dengan *self regulated learning*

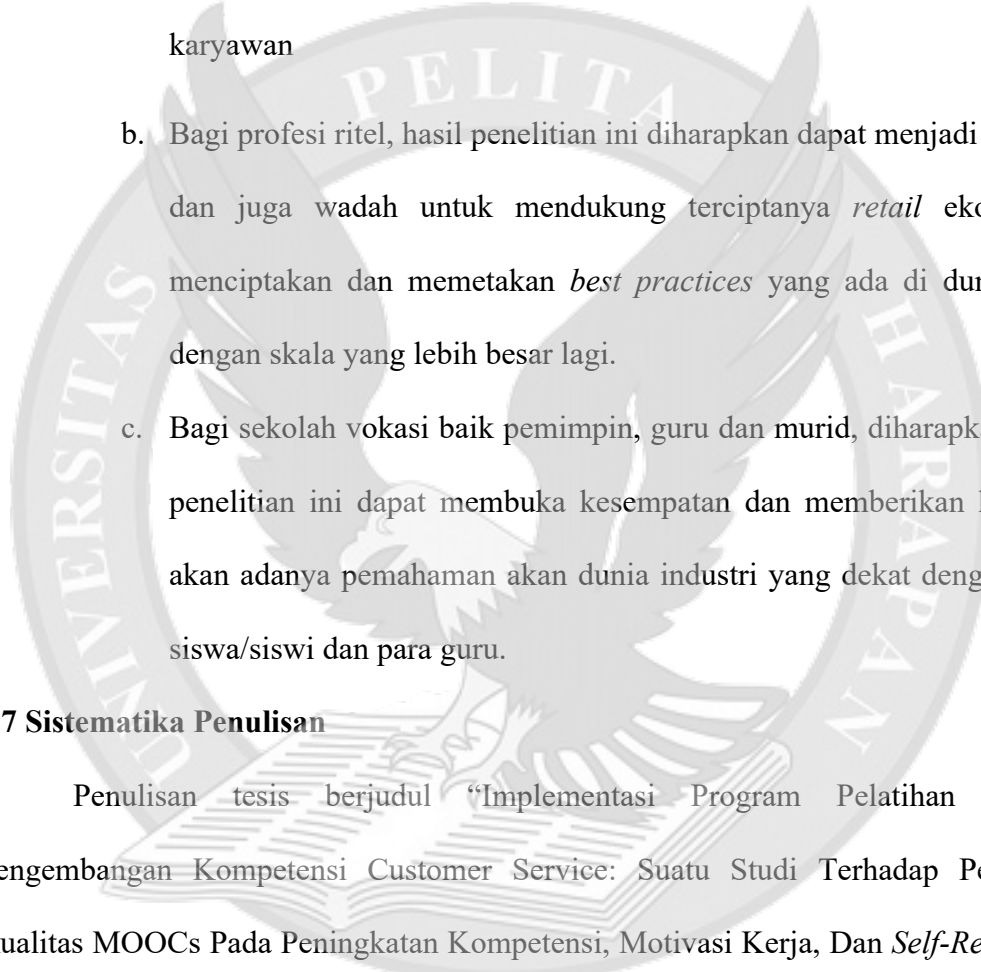
1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat baik dalam sifat teoritis dan juga praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam teori strategi pengajaran dan pengembangan media interaktif dengan MOOCs yang mempertimbangkan generasi Z sebagai pengguna utamanya dan dampak yang ditimbulkan.

2. Manfaat Praktis

- 
- a. Bagi pemimpin perusahaan PT. X, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan *benchmark* untuk mengembangkan *platform e-learning* yang ramah dan ‘dekat’ dengan karakteristik generasi Z. Selain itu, penelitian ini dapat membantu mempercepat transformasi perusahaan dalam proses perekrutan dan pengembangan karyawan
 - b. Bagi profesi ritel, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pemicu dan juga wadah untuk mendukung terciptanya *retail* ekosistem, menciptakan dan memetakan *best practices* yang ada di dunia ritel dengan skala yang lebih besar lagi.
 - c. Bagi sekolah vokasi baik pemimpin, guru dan murid, diharapkan hasil penelitian ini dapat membuka kesempatan dan memberikan harapan akan adanya pemahaman akan dunia industri yang dekat dengan para siswa/siswi dan para guru.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan tesis berjudul “Implementasi Program Pelatihan Daring Pengembangan Kompetensi Customer Service: Suatu Studi Terhadap Pengaruh Kualitas MOOCs Pada Peningkatan Kompetensi, Motivasi Kerja, Dan *Self-Regulated Learning* Di Tiga SMK Jakarta Dan Tangerang” ini terdiri dari lima bab, yang dijabarkan sebagai berikut;

Bab 1 menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan yang terjadi di PT. X dan kebutuhan yang diproyeksikan dapat menjadi jawaban atas permasalahan yang

terjadi. Bab 1 turut menjelaskan ke-empat permasalahan yang terjadi; permintaan industri terhadap tenaga kerja yang kompeten, ketersediaan bidang atau jurusan ritel di institusi pendidikan, tingkatan keterampilan karyawan, kemandirian dalam belajar dan kesiapan bekerja para siswa-siswi SMK. Oleh karena itu peneliti mengembangkan desain MOOCs guna menjawab keempat permasalahan tersebut. Desain MOOCs tersebut perlu dievaluasi kualitasnya. Evaluasi kualitas dari desain MOOCs akan diambil dari persepsi generasi Z yang merupakan siswa siswi SMK dan diteliti pengaruhnya terhadap peningkatan kompetensi *customer service*, motivasi kerja dan *self regulated learning*.

Bab II berisikan teori-teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini, baik dalam landasan variable yang digunakan dan juga landasan berpikir peneliti dalam melakukan penelitian ini. Teori besar yang digunakan adalah belajar, long-life learning dan prinsip instruksional dalam belajar. Sedangkan teori utama sebagai pendukung penelitian ini adalah kompetensi, *customer service*, motivasi kerja, dan *self regulated learning*.

Bab III berisikan serangkaian metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, termasuk di dalamnya adalah alat ukur yang digunakan, *sample*, lokasi, tempat, waktu, dan analisa yang digunakan untuk menjawab hipotesa penelitian. Penelitian ini dilakukan di tiga SMK di Jakarta dan Tangerang; SMK Santa Maria Jakarta Pusat, SMK Z Tangerang, dan SMK TA Jakarta Selatan. Periode penelitian adalah satu minggu.

Bab IV berisikan hasil penelitian berdasarkan pengolahan data, sehingga dapat diketahui jawaban atas hipotesa penelitian. Data diolah dengan uji statistik regresi

linear sederhana untuk mengetahui tingkat pengaruh antara *variable independent* dengan *dependent* dan uji *paired t-samples* untuk melihat apakah terdapat perbedaan antara hasil sebelum belajar dengan menggunakan desain MOOCs dan setelahnya.

Bab V berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan keseluruhan hasil penelitian ini. Peneliti memberikan kesimpulan yang terkait pertanyaan penelitian dan rangkuman garis besar hasil penelitian, terutama berkaitan dengan persepsi *expert* dan *user* mengenai desain MOOCs. Saran yang diberikan oleh peneliti berfokus pada teoritis, praktis; perusahaan, profesi ritel dan sekolah

