



JPKM

ISSN 2747-9113

APHELION

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat



Vol. 3

Hal
1-122

No. 1

Agustus
2022

**UNIVERSITAS PAMULANG
TANGERANG SELATAN**

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) – Aphelion

Vol. 3, No. 1, Agustus 2022

Dewan Redaksi

Terbit dua kali setahun pada bulan Agustus dan Februari. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil Pengabdian Kepada Masyarakat semua bidang ilmu

Penanggung Jawab

Enggar Prasetyawan, S.Pd., M.Pd.

Pimpinan Redaksi

Andi Nur Rahman, S.Si., M.Pd.

Mitra Bestari

Dr. Hendro Waryanto, S.Si., M.M.

Anton Nasrullah, M.Pd.

Hamidah, S.Pd., M.Pd.

Anton Saputra, M.Pd.

Ardi Hidayat, M.M.

Dewan Redaksi

Ilmadi, M.Pd.

Aden, S.Si., M.Pd.

Tabah Heri Setiawan, S.Si., M.Pd.

Nina Valentika, S.Si., M.Si.

Irvana Arofah, S.Si., M.Pd.

Gerry Sastro, S.Si., M.Pd.

Choirul Basir, S.Si., M.Si.

Alamat Redaksi: Jl. Surya Kencana No. 1 Pamulang Barat – Tangerang Selatan – Banten

Telp/Fax. (021) 741 2566 Ext. 1029

e-mail: aphelion@unpam.ac.id

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) – Aphelion

Penanggung Jawab adalah Program Studi Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Pamulang.

PENGANTAR REDAKSI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq serta Hidayah-Nya sehingga Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat – Aphelion yang diterbitkan di bawah naungan Program Studi Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Pamulang, Volume 3 Nomor 1 Agustus 2022 telah terbit.

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) – Aphelion adalah sarana publikasi artikel pengabdian kepada masyarakat semua bidang. Kepada segenap penyumbang karya tulis pada terbitan kali ini redaksi memberikan apresiasi dan mengucapkan terima kasih.

Kami ucapkan terima kasih kepada para penulis yang telah mempercayakan tulisannya untuk diterbitkan di Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) – Aphelion. Semoga penerbitan Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) – Aphelion dapat kontinu dan konsisten. Pada akhirnya semoga penerbitan Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) – Aphelion Volume 3 Nomor 1 Agustus 2022 memberi manfaat dan tim redaksi mengucapkan selamat membaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Redaksi

DAFTAR ISI

Dewan Redaksi.....	i
Pengantar Redaksi.....	ii
Daftar Isi.....	iii
PENGGUNAAN SOFTWARE GEOGEBRA DALAM MENINGKONSTRUKSI BANGUN RUANG	
Rahmawati Yuliyani, Bayu Jaya Tama, Sri Rezeki	1
MENUMBUHKAN KREATIFITAS DARI BARANG BEKAS MENJADI BARANG BERNILAI EKONOMI	
Aenun Siri, Adil Bona Halomoan Siregar, Bayu Prayitno, Dessy Juliana, Vivi Iswanti Nursyirawan	9
PELATIHAN PENGOLAHAN PISANG CRISPY PADA SANTRI DI PONDOK PESANTREN AS SA'ADAH	
Clara Agustina, Siti Maisarah, Nur Khasanah, Fiqri Achmad Fauzan Aditira	15
ANALISIS KORESPONDENSI UNTUK MENGETAHUI PEMETAAN KONSUMEN BIMINGAN BELAJAR	
Choirul Basir, Andi Nur Rahman, Adintya Rizqi Dianingrum, Intan Pandiwi, Yulita Faelda Setia Jeli, Jamiatul Hasanah	23
SOSIALISASI PENGGUNAAN FITUR <i>MATHTYPE</i> : CARA MUDAH MENGETIK RUMUS MATEMATIKA DI MICROSOFT WORD	
Dewi Purnama Sari, R Aditama, Dhea Marshanda Anggraini Sunyoto, Aliifa Rahma Triswati, Annisha Therreshia, Astried Sulastri Madinah, Siti Rahmah ...	28
PEMANFAATAN PETANI <i>GO ONLINE</i> UNTUK MENGEMBANGKAN USAHA TANI DI DESA GENTENG KABUPATEN SUMEDANG	
Patria Adhastian, Priyo Wibowo, Mairizal	36
MEMBANGUN KEMANDIRIAN BANGSA MELALUI PENANAMAN NILAI – NILAI KEWIRAUSAHAAN SAAT PANDEMI COVID 19	
Vivi Iswanti Nursyirwan, Sasmita Sari Ardaninggar, Amaliyah, Erick Agustinus	45

PENINGKATAN DAN PENGUATAN PRODUKTIVITAS DAN KREATIFITAS MASYARAKAT DESA BOJONG MINGGIR KABUPATEN PEKALONGAN DI ERA NEW NORMAL

Arditya Prayogi, Risky Mayunda Lestari 52

IMPLEMENTASI ILMU STATISTIKA DAN PELUANG DALAM KEHIDUPAN SEHARI – HARI DI MTS NURUL FALAH GUNUNG SINDUR

Irfani Azis, Nina Valentika, Nur Fazrina, Ikhsan Ruwahda Putra, Nijar Ali Fahron, Ferdinand Beltsazar, Nico Trisno 59

PELATIHAN PENGGUNAAN SOFTWARE GEOGEBRA DALAM PEMBELAJARAN MATEMATIKA

Myti Sandri, Rizkia Arafahanisa, Aan Suhendar 65

MENINGKATKAN HASIL BELAJAR MATEMATIKA MENGGUNAKAN METODE DISKUSI PADA MA AL HANIF

Choirul Basir, Andi Nur Rahman, Abdullah Syafi'ih, Agus Santoso, Gita Fitriyani, Mila Rosmawati, Okwanda Dwi Ristanto 69

UPAYA MENINGKATKAN PEMAHAMAN BENTUK BANGUN RUANG SISI DATAR KELAS VIII MTS NURUL FALAH GUNUNG SINDUR

Nina Valentika, Irfani Azis, Rifal Arpani Pamungkas, Aprilia Rizka Heryanti, Fijanatin Aliyah, Friska Hanatami 76

PELATIHAN HITUNG CEPAT MATEMATIKA DI PONDOK PESANTREN AL-JAUHARIYAH SOKARAJA

Noor Sofiyati, Dian Pratama 82

UPAYA MENINGKATKAN PEMAHAMAN KONSEP MATEMATIKA MELALUI METODE SMALL GROUP DISCUSSION JENJANG SD DI YAYASAN BAYT AL HUDA TANGERANG

Gerry Sastro, Yulianti Rusdiana, Fitri Humaeroh, Indriana Awaliyah, Sugma Maulidiya Sari, Nisa Utari, Fizanty Ricka Putri 87

BERMAIN LOGIKA MATEMATIKA DENGAN MENGGUNAKAN UNSUR PANCASILA DI SMK SASMITA JAYA 1 PAMULANG, TANGERANG SELATAN - BANTEN

NurulLita Sari, Rohmatul Hijayatik, Ivone Adriana Souhoka, Meilya Puji Astuti, Efrit Ronaldo Kajar, Yatatema Zebua 94

**IDENTIFIKASI, BUDIDAYA, DAN PEMANFAATAN TANAMAN OBAT
KELUARGA PADA RPTRA RAMBUTAN**

Ekadipta, Nurfitriyana, Rini Yanuarti..... 100

**PENGEMBANGAN PROSES BISNIS DENGAN METODE COACHING PADA
UMKM DI WILAYAH TANGERANG SELATAN**

Franka Hendra, Khairunisa, Dewi Ulfah, Rudy Bodewyn, Supriyono 106

**PENINGKATAN KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS DENGAN MATERI SPLDV
DALAM PENERAPAN SILA KE 5**

NurulLita Sari, Alviansah, Munarsih, Nurohayati, Ramdani 115

ANALISIS KORESPONDENSI UNTUK MENGETAHUI PEMETAAN KONSUMEN BIMBINGAN BELAJAR

Choirul Basir¹⁾, Andi Nur Rahman²⁾, Adintya Rizqi Dianingrum³⁾,
Intan Pandiwi⁴⁾, Yulita Faelda Setia Jeli⁵⁾, Jamiatul Hasanah⁶⁾

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Matematika, FMIPA, Universitas Pamulang

Abstrak

Bimbingan Belajar merupakan merupakan tempat pendidikan non formal dalam mendukung pembelajaran formal sehingga kendala-kendala dalam proses pembelajaran formal dapat teratasi tanpa meninggalkan kaidah pembelajaran formal. Bentuk sinergi diharapkan dapat membantu pelajar dalam menyerap ilmu pada pembelajaran formal yang terkendala dalam waktu ataupun kendala dalam proses pembelajarannya. Bimbingan belajar yaitu bimbingan yang diarahkan untuk membantu individu dalam menghadapi dan memecahkan masalah-masalah akademik (Nurihsan, 2003:20). Pendekatan yang intens, terfokus dan *friendly* serta suasana kondusif akan lebih mempercepat pelajar dalam memahami masalah-masalah akademik yang dihadapi pada pembelajaran formal.

Metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan (Hamid Darmadi, 2010). Strategi yang berdasarkan pada analisa berbagai kondisi akan memberikan dampak yang signifikan dalam menentukan metode yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Metode adalah suatu cara yang teratur atau telah dipikirkan secara mendalam untuk digunakan dalam mencapai sesuatu (Sri Anitah dan Yetti Supriyati, 2008). Analisa yang dilakukan secara menyeluruh pada variabel yang menjadi parameter suatu masalah akan memberikan solusi yang lebih efektif dan terukur karena berdasarkan pada data. Data konsumen bimbingan belajar dapat dijadikan sebagai data awal untuk menggambarkan karakter konsumen yang menjadi target marketing sehingga metode marketingnya akan tepat sasaran.

Analisis korespondensi memberikan gambaran pengaruh antar variabel pelajar bimbingan belajar sehingga bimbingan belajar dapat melakukan pendekatan lebih terfokus pada variabel yang dominan untuk dilakukan proses marketing dengan harapan pelajar pada tahun berikutnya akan mendaftar pada bimbingan belajar. Pemetaan karakter konsumen akan memberikan solusi yang tepat untuk menarik simpati konsumen. Beberapa variabel layanan juga dapat dijadikan sebagai parameter untuk menentukan seberapa besar pengaruh layanan terhadap market bimbingan belajar. Sehingga dapat dilakukan peningkatan pada layanan yang signifikan dalam menarik ketertarikan pelajar untuk mendaftar di bimbingan belajar atau bahkan mungkin pengurangan terhadap layanan yang tidak terlalu memberikan efek berarti pada ketertarikan pelajar untuk mendaftar di bimbingan belajar.

Kata kunci: analisis korespondensi; bimbingan belajar, konsumen, marketing.

Abstract

Tutoring is a place for non-formal education to support formal learning so that obstacles in the formal learning process can be overcome without leaving the rules of formal learning. The form of synergy is expected to help students absorb knowledge in formal learning that is constrained by time or obstacles in the learning process. Tutoring is guidance that is directed to assist individuals in dealing with and solving academic problems (Nurihsan, 2003:20). An intense, focused and friendly approach as well as a conducive atmosphere will accelerate students in understanding the academic problems faced in formal learning.

Method is a way or path that must be passed to achieve a goal (Hamid Darmadi, 2010). A strategy based on an analysis of various conditions will have a significant impact in determining the method used to achieve the expected goals. A method is an organized way or has been thought deeply to be used in achieving something (Sri Anitah and Yetti Supriyati, 2008). A thorough analysis of the variables that become the parameters of a problem will provide a more effective and measurable solution because it is based on data. Learning guidance consumer data can be used as initial data to describe the character of consumers who are the target of marketing so that the marketing method will be right on target.

Correspondence analysis provides an overview of the influence between the variables of tutoring students so that tutoring can take a more focused approach to the dominant variables for the marketing process with the hope that students in the following year will register for tutoring. Mapping of consumer character will provide the right solution to attract consumer sympathy. Several service variables can also be used as parameters to determine how much influence the service has on the tutoring market. So that there can be a significant increase in services in attracting student interest to enroll in tutoring or maybe even a reduction in services that do not have a significant effect on student interest in enrolling in tutoring.

Keywords: correspondence analysis; tutoring, consumer, marketing.

Correspondence author: Choirul Basir, dosen02278@unpam.ac.id, Tangerang Selatan, Indonesia.

PENDAHULUAN

Usaha bimbingan belajar masih menjadi bisnis yang menjanjikan seiring berkembangnya tingkat kompetensi siswa/i sekolahan meski diiringi juga tingginya kompetisi antar bimbingan belajar.

Kategori konsumen bukan hanya terletak pada siswa/i sebagai objek pembelajaran namun juga terkadang orangtua juga memberikan penilaian berdasarkan tingkat layanan yang sudah terbrand di masyarakat luas. Meski terkadang realitanya berbeda dengan ketika promosi awal dari brand tersebut. Dan orang tua juga turut andil dalam menentukan bimbingan belajar tempat putra/i nya akan didaftarkan dengan harapan minimal adalah segala permasalahan belajar putra/i nya dapat terbantu terlebih untuk siswa/i menjelang Ujian Nasional, sudah dipastikan target bukan hanya pada permasalahan belajar sehari-hari namun juga target nilai bagus pada saat Ujian nasional dan mendapatkan sekolah negeri atau swasta favorite yang diharapkan.

Pada faktor inilah bimbingan belajar yang baru sering kalah brand dengan bimbingan belajar yang sudah eksis sebelumnya, terlebih bimbingan belajar tersebut didukung dengan finansial dan segala faktor penunjang yang sudah terstruktur dari lama. Meski bukan tidak mungkin bimbingan belajar dengan brand baru dapat mengalahkan bimbingan belajar dengan brand yang sudah eksis sebelumnya. Diperlukan banyak terobosan baru yang menyajikan layanan yang berbeda terlebih dapat memberikan sesuatu yang lebih bagus dari layanan bimbingan belajar yang sudah eksis sebelumnya.

Ketika bimbingan belajar hanya menawarkan metode pembelajaran yang sama persis dengan disekolahan maka konsumen biasanya lebih cenderung kurang dipilih meskipun harga dan layanan yang lain mempengaruhi juga. Tetapi sering juga ketika

metode pengajaran lebih menyenangkan dan memberi solusi lebih cepat dan tepat, konsumen bersedia untuk membayar meski dengan harga tinggi sekalipun.

Memang banyak faktor untuk membuat bimbingan belajar diminati konsumen, namun metode belajar biasanya masih mendominasi alasan konsumen mengikuti bimbingan belajar yang berimbang pada kualitas pengajar. Sehingga diperlukan pelatihan pengajar bimbingan belajar yang bertujuan untuk meng*upgrade* metode belajar pengajar dan menjadikan wadah bagi pengajar bidang studi untuk senantiasa mengevaluasi beberapa metode belajar dan penyampaian nya.

METODE PELAKSANAAN

Pada metode pelaksanaan berikut mengacu pada faktor yang menjadi penekanan pada Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kali ini. Adapun langkah-langkah pelaksanaannya adalah sebagai berikut:

1. Bimbingan Belajar dan Privat Matriks memberikan data siswa lengkap selama 3 tahun kebelakang.
2. Pengaju Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan melakukan olah data siswa tersebut dengan metode analisis korespondensi untuk mengetahui keterhubungan antar variabel.
3. Setelah proses olah data selesai oleh pihak pengaju maka selanjutnya akan dilakukan sosialisasi kepada pihak Bimbingan Belajar dan Privat Matriks dengan beberapa paparan sebagai pertimbangan dalam mevisualisasikan market.

Adapun jadwal pelaksanaan Sosialisasi hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Bimbingan Belajar dan Privat Matriks direncanakan pada,

Hari/Tanggal	: Jumat-Sabtu, 18-19 Juni 2021
Waktu	: 13.30 – 17.30
Tempat	: Bimbingan Belajar dan Privat Matriks Kebon Jeruk Jl. Lapangan Bola 5B Kebon Jeruk Jakarta Barat dan Bimbingan Belajar dan Privat Matriks Ciledug Komplek Griya Kencana 1 Blok F1/1 Karang Tengah Kota Tangerang
Acara	: Sosialisasi hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Bimbingan Belajar dan Privat Matriks
Peserta	: Kepala Cabang beserta manajemen

Pada pelaksanaannya diharapkan partisipasi dari Bimbingan Belajar dan Privat Matriks Pusat maupun cabang sebagai mitra untuk menginformasikan kepada kepala cabang dan personel manajemennya.

Berikut rencana jadwal sosialisasi:

Tabel 1 Jadwal Sosialisasi

Jam	Rincian Kegiatan	Penanggung Jawab/Pemakalah
13.30 – 14.00	Pendataan kehadiran dan persiapan	Bimbel Matriks dan Tim Mahasiswa
14.05 – 14.15	Pembukaan	Ketua Pengabdian
14.15 – 15.15	Sosialisasi tahap 1	Pengaju PKM
15.20 – 15.30	Ishoma	Masing masing peserta
15.35 – 16.30	Sosialisasi tahap 2	Pengaju PKM
16.35 – 17.30	Review, Tanya jawab dan Penutup	Ketua Pengabdian dan Bimbel Matriks

Pada sosialisasi ini diharapkan adanya keaktifan dari pihak Bimbingan Belajar dan Privat Matriks untuk mencoba mengeksplorasi segala variabel yang selama ini menjadi dasar strategi marketingnya. Sehingga akan dihasilkan hasil pengolahan data yang berdasarkan pada sumber data yang nyata dan akan menghasilkan olahan data yang nyata juga. Pada tahap tanya jawab pun diharapkan pihak Bimbingan Belajar dan Privat Matriks dapat menanyakan secara detail kepada pihak pengaju Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) agar didapatkan proses komunikasi dua arah antar kedua pihak dalam menyikapi permasalahan pada Bimbingan Belajar dan Privat Matriks. Karena dibutuhkan keterbukaan informasi dan data jika ingin menghasilkan hasil yang maksimal dan valid. Selanjutnya, untuk proses kelanjutannya Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) nanti akan di evaluasi juga oleh pihak pengaju serta untuk program selanjutnya pengaju Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan bersedia hadir jika diperlukan dengan format yang berbeda dengan sebelumnya.

Karena masih banyak yang harus dibenahi dan tidak bisa instan dalam prosesnya maka diharapkan beberapa masukan dapat diakomodir untuk dilaksanakan pembenahan menuju yang lebih baik. Selanjutnya tetap dilakukan komunikasi berkelanjutan disamping untuk menjalin silaturahmi juga untuk melanjutkan program yang masih dapat dilakukan bersama.

Semoga Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Bimbingan Belajar dan Privat Matriks ini dapat dilakukan secara kontinu untuk menghasilkan hasil yang terukur karena jika diperkenankan pengaju akan membantu menyelesaikan permasalahan di Bimbingan Belajar dan Privat Matriks secara bertahap dengan cara menyelesaikan permasalahan yang sudah dibahas di atas secara bertahap dalam bentuk pelatihan dan lain-lain.



Gambar 1 Bimbel Matriks Griya Kencana Ciledug

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis korespondensi ditemukan dan dikembangkan pertama kali tahun 1960-an oleh *Jean-Paul Benzécri* dan kawan-kawan di Perancis. Analisis ini diartikan sebagai teknik penyajian data antar baris, antar kolom, dan antara baris dan kolom dari tabel kontingensi (dua arah yang kemudian dapat diperluas untuk tabel kontingensi multiarah) pada suatu ruang vektor berdimensi kecil dan optimal (Dillon, W.R., Matthew G., 1984). Analisis ini juga didesain untuk digunakan dalam pengembangan pengelompokan yang mewakili data frekuensi. Langkah awal yang dilakukan adalah

dengan membuat tabel kontingensi dengan jumlah baris dan kolom yang diinginkan tergantung variabel yang akan dilihat hubungannya (Greenacre, M. J., 2007).

Variabel yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah biaya bimbingan belajar, jarak asal sekolah, layanan bimbingan belajar, jarak rumah siswa. Dari variabel tersebut dihasilkan adanya keterkaitan antara siswa mendaftar ke bimbingan belajar dengan variabel-variabel tersebut. Keterhubungan antar variabel juga terjadi keterkaitan meski layanan dan biaya bimbingan belajar mempengaruhi siswa untuk mendaftar ke bimbingan belajar.

SIMPULAN

Kesimpulan

Keterkaitan antara variabel biaya bimbingan dan layanan lebih dominan dibandingkan dengan jarak sekolah dengan bimbingan belajar atau jarak rumah dengan bimbingan belajar. Tapi jika dihubungkan masing-masing variabel dengan ketertarikan konsumen dengan bimbingan belajar maka variabel-variabel tersebut berpengaruh terhadap penentuan konsumen untuk mendaftar di bimbingan belajar. Sehingga masing-masing variabel dapat dilakukan analisa yang mendalam sehingga akan didapat standar baku pola marketing yang tepat dengan tujuan peningkatan jumlah siswa mendaftar pada bimbingan belajar.

Saran

Dilakukan strategi marketing untuk mengetahui harga jual beberapa bimbingan belajar yang berdekatan untuk mengetahui harga standar pasar sehingga akan didapatkan harga jual yang tidak mahal dan tidak juga murah serta minimal dapat menutup biaya operasional. Harga jual sudah dipertimbangan margin keuntungan yang diharapkan oleh bimbingan belajar. Peningkatan layanan internal bimbingan belajar juga harus dilakukan untuk menambah nilai jual sehingga variabel biaya bimbingan tidak selalu menjadi penentu utama, dengan kata lain harga jual dapat di atas harga standar bimbingan belajar di sekitarnya jika layanan sudah dapat memuaskan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamid, D. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sri Anitah dan Yetti Supriyati. (2008). *Strategi Pembelajaran di SD*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- S Yusuf, J Nurihsan. (2003). *Penyusunan Program Bimbingan dan Konseling Berbasis Perkembangan*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Dillon, W.R., Matthew G., (1984). *Multivariate Analysis: Methods and Application*, John Willey and Sons Inc, New York.
- Greenacre, M. J., (2007). *Correspondence Analysis in Practice. Second Edition*. London: Chapman & Hall/CRC.



JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
APHELION

Email : aphelion@unpam.ac.id