



Developing marketing materials through interactive learning media suitable for vocational school

Vena Melliayani¹, Gia Nurapni², Fajar Sidik³

¹²³Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

venamelayani@upi.edu¹, gianurapni28@upi.edu², fajarsidik@upi.edu³

ABSTRACT

This research aims to explore and develop marketing materials that are suitable for Vocational High School (SMK) 45 Lembang students through interactive learning media. Marketing is an important aspect in the business world that requires deep understanding and practical skills. In the context of vocational school education, the use of interactive learning media is considered an effective approach to increase students' understanding and involvement in the learning process, and this can also be useful if they want to continue their education at tertiary institutions where the domain is not much different from before. This research used a qualitative approach with descriptive methods focused on developing material through appropriate interactive learning media at SMK 45 Lembang to ensure that the material produced aligned with their needs and expectations. Data was collected using observation and interviews to students and teachers based on Google forms. The research objects were students at business vocational high schools and teachers who taught marketing courses.

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 4 Oct 2023

Revised: 19 Dec 2023

Accepted: 20 Dec 2023

Available online: 29 Dec 2023

Publish: 29 Dec 2023

Keyword:

Interactive learning; learning materials development; marketing

Open access

Curricula: Journal of Curriculum Development is a peer-reviewed open-access journal.

ABSTRAK

Di era digital ini, pendidikan di tingkat menengah, seperti di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), harus beradaptasi dengan cepat agar tetap relevan dan efektif dalam mempersiapkan siswa untuk memasuki dunia kerja. Salah satu aspek penting dalam pendidikan adalah pengembangan materi pembelajaran, terutama dalam bidang Marketing. Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan mengembangkan materi Marketing yang sesuai untuk siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 45 Lembang melalui media pembelajaran interaktif. Dalam konteks pendidikan SMK, penggunaan media pembelajaran interaktif dianggap sebagai pendekatan yang efektif untuk meningkatkan pemahaman siswa dan keterlibatan mereka dalam proses pembelajaran serta hal ini juga dapat bermanfaat jika ingin melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi yang ranahnya tidak jauh berbeda dengan sebelumnya. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang berfokus pada pengembangan materi melalui media pembelajaran interaktif yang sesuai di SMK 45 Lembang untuk memastikan bahwa materi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Pengumpulan data diambil dengan observasi dan wawancara kepada peserta didik dan guru.

Kata Kunci: Pembelajaran interaktif; pembelajaran marketing; pengembangan materi pembelajaran

How to cite (APA 7)

Melliayani, V., Nurapni, G., & Sidik, F. (2023). Developing marketing materials through interactive learning media suitable for vocational school. *Curricula: Journal of Curriculum Development*, 2(2), 281-298.

Peer review

This article has been peer-reviewed through the journal's standard double-blind peer review, where both the reviewers and authors are anonymised during review.

Copyright



2023, Vena Melliayani, Gia Nurapni, Fajar Sidik. This an open-access is article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author, and source are credited.

*Corresponding author: venamelayani@upi.edu

INTRODUCTION

Pendidikan kejuruan bertujuan untuk mempersiapkan siswa memasuki dunia kerja sesuai dengan kebutuhan pasar. Untuk mencapai hal ini, pendidikan kejuruan harus selalu mengikuti perkembangan teknologi, meningkatkan keterampilan siswa, dan menilai kemampuan mereka sesuai standar dunia kerja. Meskipun ada beragam media yang bisa digunakan, seperti buku teks, majalah, dan komputer, belum semuanya dimanfaatkan secara maksimal. Era digital menuntut SMK untuk beradaptasi dengan cepat dengan sistem pembelajaran *online*, yang mengharuskan guru meningkatkan kompetensinya. Perubahan ini terjadi cepat, dan kompetensi guru berperan penting dalam prestasi belajar siswa (Farla et al., 2021). Sehingga guru dituntut untuk selalu siap beradaptasi dan mengintegrasikan teknologi ke dalam pembelajaran.

Keberhasilan SMK mencetak lulusan kompeten tergantung pada guru, fasilitas, dan metode pembelajaran. Guru yang mampu mengembangkan materi dengan media pembelajaran yang sesuai, seperti pembelajaran berbasis proyek, berperan penting. Namun, terkadang guru hanya menjalankan tugas rutin tanpa upaya pengembangan materi, yang bisa disebabkan oleh kurangnya motivasi atau keterbatasan media. Transformasi ke pembelajaran yang berpusat pada siswa dan interaktif menjadi kunci dalam mencapai tujuan pendidikan (Baran, 2018; Junaidi, 2019).

Permasalahan klasik dalam pembelajaran kompetensi dasar adalah perlu meningkatkan keterlibatan siswa (*student-centered*) daripada fokus pada guru (*teacher-centered*). Solusi untuk mengatasi ini adalah menggunakan media pembelajaran interaktif, yang memungkinkan siswa berinteraksi aktif dengan materi. Media interaktif memungkinkan siswa terlibat dalam proses pembelajaran, menjelajahi pengetahuan mereka sendiri, dan berpartisipasi dalam aktivitas yang mendukung pemahaman yang lebih mendalam (Indartiwi et al., 2020). Sekolah, khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), perlu mengadopsi kurikulum berbasis kewirausahaan untuk menciptakan lulusan yang kompeten dalam pemasaran produk (Narindro et al., 2021). Ini termasuk mata pelajaran seperti Pemasaran, *e-commerce*, dan Kewirausahaan. Perubahan konstan dalam dunia bisnis menuntut pendidik untuk terus memperbarui materi pembelajaran.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sagita dan Rafida (2022) dalam penelitiannya yang menjelaskan upaya perbaikan dilakukan untuk memastikan bahwa proses pembelajaran berjalan dengan baik dan optimal dengan peningkatan kualitas pembelajaran melalui penggunaan media yang sesuai, inovatif, dan interaktif. Media pembelajaran berperan sebagai alat, metode, dan teknik yang berkontribusi pada peningkatan efektivitas komunikasi dan interaksi antara pengajar dan siswa dalam konteks pendidikan sekolah (Rosyiddin et al., 2023). Media pembelajaran memuat informasi dan pesan penting yang menjadi bagian krusial dalam proses pendidikan. Studi yang dilakukan oleh *Computer Technology Research* (CTR) mengungkapkan bahwa individu dapat mengingat informasi dalam berbagai tingkatan, seperti 20% dari visual, 30% dari pendengaran, 50% dari gabungan visual dan pendengaran, dan mencapai 80% ketika keduanya digunakan bersamaan. Ini menandakan bahwa penggunaan media pembelajaran, seperti multimedia interaktif, dapat membantu siswa mencapai tingkat pemahaman dari materi yang dipelajari (Abdulrahman et al., 2020).

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) mengetahui kualitas media pembelajaran interaktif dalam menerapkan materi pemasaran; (2) mengetahui efektivitas media pembelajaran interaktif sebagai landasan untuk mengembangkan materi pemasaran di SMK Jurusan Bisnis.

LITERATURE REVIEW

Pengembangan Materi Marketing dalam Konteks Pendidikan SMK Jurusan Bisnis

Pengembangan materi pembelajaran dilakukan untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi siswa, sehingga mereka siap untuk karier di dunia industri. Mata pelajaran pemasaran mengikuti pedoman pembelajaran yang merujuk pada peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 23 Tahun 2006 tentang Standar Kompetensi Lulusan untuk satuan SMK. Ini berarti materi yang diajarkan dalam Kompetensi Dasar Kejuruan dan Kompetensi Kejuruan disesuaikan dengan kebutuhan kompetensi yang relevan untuk keahlian tertentu. Sebagai contoh, SMK yang berfokus pada keahlian bisnis pemasaran memiliki dasar pengetahuan tentang pemasaran atau marketing.

Penetapan Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar dalam mata pelajaran pemasaran diatur oleh regulasi Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah No. 330/D.D5/KEP/KR/2017. Mata pelajaran pemasaran diajarkan kepada siswa kelas X. Perlu dicatat bahwa mata pelajaran Pemasaran masih tergolong baru karena diimplementasikan dalam kurikulum 2013 dengan revisi pada tahun 2017.

Mata pelajaran pemasaran termasuk dalam ranah kognitif yang melibatkan aktivitas berpikir dan pembentukan pemahaman. Dari hasil survei, sekitar 80% dari 72 siswa melaporkan kesulitan dalam memahami mata pelajaran pemasaran. Mereka merasa bahwa ada banyak materi yang perlu dihafal dan dipahami, tetapi waktu yang terbatas dalam proses belajar di sekolah menjadi sebuah hambatan. Kondisi ini juga memengaruhi tingkat pengetahuan dan pemahaman siswa terhadap materi, sehingga mereka menghadapi kesulitan dalam menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan.

Pemasaran, sebagai proses manajerial, memiliki peran vital dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan individu atau kelompok dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk atau jasa yang memiliki nilai dengan pihak lain. Ini mencakup semua aktivitas yang terkait dengan pengiriman produk atau jasa dari produsen kepada konsumen. Saat ini, pemasaran tidak hanya berfokus pada pengiriman produk atau jasa, tetapi juga pada aspek kepuasan pelanggan dan profitabilitas. Tujuan inti dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru melalui penawaran yang kompetitif, penetapan harga yang menarik, distribusi yang efisien, promosi yang efektif, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan fokus pada kepuasan pelanggan.

Media Pembelajaran Interaktif dalam Konteks Pendidikan SMK Jurusan Bisnis

Media pembelajaran interaktif adalah alat yang guru gunakan untuk menyampaikan materi pembelajaran dan memungkinkan interaksi antara siswa dan media. Siswa dapat berinteraksi dengan media ini, menciptakan tindakan dan respons bersama, khususnya dalam memahami materi yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, media ini dapat menciptakan gambaran untuk konsep-konsep yang bersifat abstrak kepada siswa melalui

interaksi yang terjadi antara siswa dan media pembelajaran tersebut (Yanto, 2019). Media pembelajaran interaktif adalah suatu alat yang digunakan untuk menghubungkan dan menyampaikan informasi dengan tujuan menciptakan komunikasi yang bersifat dua arah atau lebih dalam kegiatan belajar. Hal ini memungkinkan terjadinya interaksi antara siswa dan pendidik dengan maksud mencapai tujuan belajar yang diinginkan (Putra & Salsabila, 2021).

Media pembelajaran interaktif adalah bentuk multimedia yang dilengkapi dengan alat-alat untuk menyajikan informasi yang dapat dikontrol dan dijalankan oleh pengguna. Ini memungkinkan pengguna untuk menentukan urutan konten sesuai dengan preferensi mereka dan panduan yang disediakan. Tujuan dari penggunaan media pembelajaran interaktif adalah untuk membentuk siswa agar menjadi lebih aktif, kreatif, dan mandiri dalam mengatasi permasalahan yang muncul selama proses pembelajaran berlangsung (Puspitarini & Hanif, 2019).

Penggunaan perangkat lunak yang dapat dikembangkan menjadi multimedia pembelajaran interaktif merupakan langkah yang sangat relevan dalam menghadapi digitalisasi pembelajaran. Multimedia pembelajaran, pada dasarnya, bertujuan untuk mengoptimalkan aktivitas otak peserta didik selama proses pembelajaran, sehingga peserta didik atau mahasiswa dapat terlibat secara lebih efektif (Rianto, 2020). Dalam konteks pembelajaran interaktif, penggunaan media ini dapat secara khusus memotivasi mahasiswa untuk lebih aktif dalam pembelajaran, karena media tersebut memiliki kemampuan untuk menyajikan berbagai elemen seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi (Vijayalakshmi & Reddy, 2020).

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas penerapan media pembelajaran interaktif terhadap motivasi siswa dalam mengikuti mata pelajaran PJOK, beberapa simpulan penting dapat ditarik. Pertama, terdapat peningkatan yang cukup signifikan dalam rata-rata nilai siswa antara *pretest* (84.58%) dan *posttest* (91.45%) setelah diberikan perlakuan memakai media pembelajaran interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media interaktif berdampak positif pada pemahaman siswa. Kedua, tanggapan respons siswa terhadap pemanfaatan media pembelajaran interaktif selama pembelajaran adalah positif. Ini mengindikasikan bahwa siswa merasa terlibat dan tertarik dalam pelajaran PJOK melalui media interaktif tersebut. Dengan demikian, kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pemakaian media pembelajaran interaktif memiliki efektivitas dalam meningkatkan motivasi dan pemahaman siswa terhadap mata pelajaran PJOK (Cahyaningtias & Ridwan, 2022).

Evaluasi Efektivitas Media Pembelajaran Interaktif dalam Meningkatkan Pemahaman Pemasaran

Pemanfaatan *Lectora Inspire* dalam pengembangan media pembelajaran interaktif dapat memacu kreativitas guru, sehingga menghasilkan produk media pembelajaran interaktif yang dapat digunakan secara mandiri oleh guru dan siswa. Adapun Sukmayadi (2019) menyatakan bahwa penerapan materi pembelajaran interaktif menggunakan Minitab memiliki dampak yang signifikan pada prestasi belajar siswa. Data menunjukkan bahwa rata-rata prestasi belajar siswa yang menggunakan materi pembelajaran interaktif Minitab lebih tinggi daripada siswa yang tidak menggunakan materi tersebut. Oleh karena itu, materi

pembelajaran interaktif topik motivasi dinilai cocok digunakan sebagai bahan pembelajaran memahami materi pemasaran untuk siswa kelas XI. Media pembelajaran interaktif memiliki peran penting dalam proses pendidikan karena memungkinkan adanya interaksi timbal balik, serta mempermudah akses dalam pembelajaran. Bagi siswa, media pembelajaran interaktif memungkinkan belajar secara mandiri di berbagai situasi dan kondisi. Melalui pengajaran, hal ini sesuai dengan salah satu mata pelajaran yang diajarkan di SMK Jurusan Niaga dan Pemasaran yaitu Pemasaran. Dalam bisnis, menghadirkan suatu produk atau jasa kepada sebanyak mungkin orang, terutama melalui materi.

Dalam metode penelitian yang bertujuan untuk mengevaluasi keefektifan media pembelajaran interaktif dalam meningkatkan pemahaman pemasaran, pendekatan pemecahan masalah atau biasa dipahami dengan pendekatan pemecahan masalah, dapat dipahami adalah metode yang melibatkan pemikiran kreatif dan kemampuan menganalisis situasi. Kemampuan memecahkan masalah erat kaitannya dengan kreativitas seseorang (Syarifudin, 2020). Pendekatan ini juga sesuai dengan kebutuhan abad 21, di mana kreativitas dan kemampuan pemecahan masalah menjadi kunci. Uji keefektifan digunakan untuk menilai sejauh mana media pembelajaran berkontribusi dalam meningkatkan pencapaian hasil belajar siswa. Perbedaan dalam hasil belajar dapat dilihat melalui tingkat ketuntasan siswa, yang diukur melalui perbandingan antara penilaian *pretest* (tes awal) dan *post-test* (tes akhir) yang dilakukan oleh siswa.

Pada dasarnya, penelitian ini mengkaji peningkatan pemahaman mahasiswa tentang pemasaran melalui pengembangan produk multimedia interaktif. Data dikumpulkan dari guru dan siswa melalui wawancara untuk mengevaluasi keefektifan media pembelajaran ini. Ini membantu siswa sekolah profesi dalam memahami pemasaran, khususnya dalam konteks kelayakan dan efektivitas produk media interaktif.

METHODS

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang berfokus pada pengembangan materi melalui media pembelajaran interaktif yang sesuai di SMK 45 Lembang. Penelitian kualitatif dilakukan dengan tujuan menjelaskan sesuatu secara mendalam. Penelitian kualitatif mengacu pada makna, konsep, karakteristik dan definisi dari hal-hal yang diteliti (Aspers & Corte, 2019). Pengumpulan data diambil dengan cara wawancara langsung kepada guru SMK Bisnis dan menyebarkan kuesioner secara *online* berbasis Google Form kepada mahasiswa lulusan SMK Bisnis. Alasan penggunaan Google Form dalam penelitian ini adalah yang pertama untuk menghindari risiko responden lupa beberapa item saat mengisi survey. Kedua, untuk mendapatkan responden yang lebih luas dalam waktu singkat dengan biaya murah. Objek penelitiannya adalah peserta didik di sekolah menengah kejuruan bisnis dan guru yang mengajar mata kuliah pemasaran. Partisipan yang terlibat ialah guru yang mengajarkan materi pemasaran dan peserta didik yang sudah berkuliah di perguruan tinggi dengan program studi bisnis.

Populasi penelitian dalam hal ini adalah pendidik yang mengajarkan materi pemasaran di SMK 45 Lembang Namun, sampel penelitiannya terdiri dari 6 orang yang dipilih secara sengaja dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik ini dilakukan dengan cara memilih subjek penelitian yang memiliki karakteristik atau ciri-ciri

yang dianggap relevan atau berkaitan dengan populasi penelitian, sehingga diharapkan dapat mewakili populasi dengan baik.

RESULTS AND DISCUSSION

Pada **Tabel 1**, disampaikan hasil wawancara dengan Guru sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil wawancara Guru

No	Pertanyaan	Respons Narasumber
1	Penggunaan media pembelajaran interaktif dalam pengembangan materi Marketing di SMK	Media pembelajaran sangat penting, selain untuk pengembangan materi marketing, media pembelajaran juga tujuannya untuk mempermudah proses pembelajaran dan materi yang guru ajarkan/sampaikan lebih dapat dipahami oleh siswa.
2	Relevansi materi marketing di SMK dengan perkuliahan	Relevansi materi pemasaran di SMK tergantung pada pilihan siswa. Meskipun SMK bertujuan untuk persiapan dunia kerja, materi tersebut tetap relevan jika siswa memilih perguruan tinggi. Contohnya, kewirausahaan di SMK bisa berguna di perguruan tinggi.
3	Tingkat keterlibatan dalam pembelajaran	Guru tetap penting dalam proses pembelajaran meskipun teknologi canggih ada. Mereka mengarahkan pembelajaran, tanpa guru, tujuan pembelajaran sulit tercapai. Siswa mungkin aktif, tetapi guru sebagai fasilitator membantu mengembangkan potensi siswa. Guru harus menciptakan kelas interaktif dengan bantuan teknologi dan aplikasi pembelajaran untuk memotivasi siswa.
4	Aspek-aspek yang penting dalam materi Marketing di SMK agar siswa dapat siap untuk membentuk dunia kerja	Pendidikan di SMK berfokus pada persiapan siswa untuk bekerja. Kurikulum disesuaikan dengan industri dengan dukungan perusahaan seperti Yoga Group. Industri memberikan wawasan kompetensi yang diperlukan oleh siswa. Fasilitas laboratorium sesuai dengan kemampuan siswa, dan guru terlibat dalam magang praktis selain mengajar teori. Kemajuan siswa diukur dengan integrasi teori dan praktik sesuai dengan tingkat kelas, mempersiapkan mereka untuk PKL dan dunia kerja di kelas 11.
5	Peran guru dalam menggunakan media pembelajaran interaktif pada materi Marketing	Penggunaan media pembelajaran melibatkan guru dan siswa, dengan tantangan seperti guru yang kurang akrab dengan teknologi dan siswa yang kurang termotivasi. Siswa yang mahir dalam teknologi cenderung tidak terlalu mengandalkan guru. Materi belum semua tersedia dalam format digital. Guru perlu penelitian teknologi, memahaminya, dan memberikan panduan praktis kepada siswa. Penggunaan media interaktif membantu menggabungkan teori dengan pengembangan keterampilan siswa, terutama dalam pemasaran.

No	Pertanyaan	Respons Narasumber
6	Harapan terhadap pengembangan materi Marketing melalui media pembelajaran interaktif di SMK	Dalam kurikulum terbaru Indonesia, pelatihan berfokus pada otonomi sekolah, termasuk pelatihan <i>online</i> . Ini bertujuan untuk lebih melibatkan guru dalam pengembangan teknologi pembelajaran, terutama aplikasi <i>e-Learning</i> , sebelum diterapkan secara luas. Potensi ini perlu dijelajahi lebih lanjut.
7	pengembangan materi Marketing melalui media pembelajaran interaktif dapat meningkatkan pemahaman dan	Guru di SMK sering kesulitan mengembangkan materi baru karena keterbatasan sumber belajar. Meskipun ada buku pelajaran, sumber lain sulit ditemukan. Guru yang memiliki pengetahuan komputer sering menulis buku yang berguna, tetapi fokusnya bisa terlalu sempit pada komputer. Mereka juga tidak menuntut siswa memahami sepenuhnya materi, hanya menguasai aplikasi yang ada.
8	Dampak media pembelajaran interaktif dalam meningkatkan pemahaman konsep Marketing dibandingkan metode pembelajaran konvensional	Penggunaan media dapat meningkatkan minat belajar siswa karena mengatasi potensi kebosanan dalam jam pelajaran yang panjang. Namun, hasilnya juga bergantung pada semangat belajar siswa, karena setiap siswa memiliki pola belajar yang berbeda. Beberapa mungkin memerlukan penjelasan, sementara yang lain lebih suka belajar dengan praktik daripada teori. Media yang baik memiliki fasilitas yang memadai, dan di SMK, penggunaan media interaktif umum.

Sumber: Penelitian 2023

Secara garis besar, **Tabel 1** menggambarkan bahwa Guru memiliki pandangan mengenai materi pembelajaran marketing di SMK yang saat ini selalu diupayakan untuk terus dikembangkan mengikuti perkembangan yang terjadi di industri. Kurikulum menjadi pedoman bagi Guru dalam melaksanakan pembelajaran khususnya mengenai marketing. Untuk pelaksanaannya, diperlukan media yang dapat secara efektif membantu guru menyampaikan konsep marketing yang harus dipahami oleh peserta didik.

Selanjutnya **Tabel 2** disampaikan hasil wawancara lulusan SMK Bisnis, sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil wawancara lulusan SMK

No	Pertanyaan	Respon Narasumber
1	Penggunaan media pembelajaran interaktif dalam pengembangan materi Marketing di SMK	Penggunaan pembelajaran interaktif dalam pemasaran penting untuk meningkatkan keterlibatan siswa, mendalami pemahaman konsep, dan mempersiapkan mereka untuk dunia kerja modern. Media seperti video, simulasi, dan permainan edukasi terbukti efektif dalam memperkuat pemahaman dan mendorong partisipasi aktif. Meskipun ada tantangan, seperti guru yang belum mahir, pembelajaran marketing di SMK lebih baik dimengerti melalui pendekatan praktik daripada teori semata.
2	Relevansi materi marketing di SMK dengan perkuliahan	Materi pemasaran di SMK relevan dengan perkuliahan bisnis. Dasar-dasar pemasaran yang dipelajari di SMK menjadi landasan yang kuat untuk perkuliahan. Ada kesamaan dalam konsep seperti SWOT, POAC, dan BMC antara SMK dan perkuliahan.

No	Pertanyaan	Respon Narasumber
		Materi kewirausahaan di SMK juga relevan karena melibatkan praktik pemasaran di lapangan kerja.
3	Tingkat keterlibatan dalam pembelajaran interaktif pada materi Marketing di SMK	Penggunaan media interaktif dalam pembelajaran memberikan banyak manfaat, termasuk peningkatan keterlibatan siswa, peningkatan pemahaman melalui praktik, motivasi yang lebih tinggi, partisipasi aktif dalam diskusi, pembangunan kepercayaan, dan pemahaman konsep yang sulit secara teori namun lebih mudah dipahami melalui praktik.
4	Aspek penting materi Marketing di SMK untuk memasuki dunia kerja	Pembelajaran pemasaran harus mencakup pemahaman tentang berbagai aspek, termasuk strategi pemasaran, komunikasi efektif, manajemen produk, analisis pasar, dan teknologi. Materi harus disampaikan dengan contoh nyata, interaktif, dan relevan untuk mempersiapkan siswa untuk dunia kerja. Ini mencakup aspek seperti marketing mix, promosi, <i>public speaking</i> , etika bisnis, dan strategi pemasaran.
5	peran guru dalam menggunakan media pembelajaran interaktif pada materi Marketing	Dalam pembelajaran bisnis digital, guru sebagai fasilitator sangat vital. Guru yang efektif akan membimbing siswa untuk memahami teknologi dengan menggabungkan pembelajaran interaktif dan praktik langsung. Selain itu, mereka juga bertanggung jawab atas desain media interaktif dan pengawasan penggunaan teknologi. Sayangnya, beberapa guru masih cenderung menggunakan metode ceramah, yang bisa menjadi hambatan dalam mencapai pembelajaran bisnis digital yang sukses
6	Harapan terhadap pengembangan materi Marketing melalui media pembelajaran interaktif di SMK	Integrasi media pembelajaran interaktif dalam mata pelajaran marketing dan bidang lainnya memiliki signifikansi besar dalam mempersiapkan siswa dengan pemahaman yang <i>up-to-date</i> tentang bisnis digital. Ini tidak hanya meningkatkan pemahaman pemasaran mereka, tetapi juga menggugah keterlibatan siswa, memberikan bekal untuk dunia kerja, dan meningkatkan keterampilan marketing mereka.
7	pengembangan materi Marketing melalui media pembelajaran interaktif dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan praktis siswa	Pemanfaatan media interaktif dalam pembelajaran mendorong keterlibatan aktif siswa, meningkatkan pemahaman, dan mengembangkan keterampilan praktis mereka. Pendekatan ini mengedepankan praktik langsung, seperti menggunakan PPT dan kuis, yang efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan praktis. Media pembelajaran yang efektif harus mencakup keterlibatan siswa dalam pembelajaran langsung, termasuk studi kasus dan praktik di laboratorium, untuk mendorong implementasi pengetahuan dalam situasi dunia nyata dan peningkatan keterampilan.

No	Pertanyaan	Respon Narasumber
8	Dampak media pembelajaran interaktif dalam meningkatkan pemahaman konsep Marketing dibandingkan metode pembelajaran konvensional	Penggunaan media interaktif dalam pembelajaran marketing efektif dalam meningkatkan pemahaman konsep karena menawarkan interaktivitas, visualisasi yang lebih baik, dan meningkatkan motivasi siswa untuk berpartisipasi aktif. Hal ini membuat pembelajaran menjadi lebih menarik, mengurangi rasa bosan, dan mendorong keterlibatan siswa melalui praktik langsung, memperkuat pemahaman prinsip-prinsip marketing, dan memberikan pengalaman berharga untuk mengimplementasikan konsep dalam praktik.

Sumber: Penelitian 2023

Tabel 2 menggambarkan hasil wawancara kepada mahasiswa yang merupakan lulusan SMK bisnis. Secara garis besar berpandangan bahwa materi marketing yang dipelajari pada kurikulum SMK dirasa relevan dengan perkembangan di masyarakat. Penggunaan media interaktif juga memiliki peran penting dalam upaya untuk dapat memahami konsep dari marketing dan hal lain mengenai marketing yang dipelajari di SMK.

Penggunaan Media Pembelajaran Interaktif dalam Pengembangan Materi Marketing di SMK

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan Penggunaan media pembelajaran interaktif dalam pengembangan materi pemasaran di SMK berdampak positif dengan meningkatkan keterlibatan dan pemahaman siswa. Media ini membuat pembelajaran lebih menarik, memudahkan pemahaman konsep pemasaran, dan mendorong partisipasi aktif siswa. Media-media seperti video interaktif, simulasi, dan permainan edukasi terbukti efektif dalam memperkuat pemahaman materi dan meningkatkan efektivitas pembelajaran. Penelitian mencatat bahwa teknologi diterapkan melalui bahan ajar digital, yang memungkinkan pengajaran lebih menarik dengan elemen multimedia seperti animasi, gambar, dan video. Pembuatan bahan ajar digital ini dilakukan melalui aplikasi yang khusus dirancang untuk mengembangkan materi pembelajaran (Sholeh & Sutanta, 2019). Media interaktif mempersiapkan siswa untuk dunia kerja modern, termasuk aspek praktis selain akademis. Namun, meskipun memiliki banyak manfaat, guru mengakui ada tantangan dalam mengimplementasikannya, terutama terkait kurangnya keterampilan teknis. Ini dapat diatasi melalui pelatihan dan dukungan yang tepat.

Guru di era digital memiliki peran yang lebih luas daripada sekadar pendidik; mereka juga menjadi pendorong utama dalam memanfaatkan teknologi informasi. Dalam konteks perkembangan teknologi yang cepat, guru harus beradaptasi dan memanfaatkan teknologi dalam pembelajaran. Solusi yang disarankan melibatkan penggunaan bahan ajar interaktif seperti videoscribe dan program pengabdian pada masyarakat, terutama untuk guru SMK. Program ini memberikan pelatihan, tutorial, contoh konkret, dan pendampingan langsung agar guru memiliki kemampuan dalam menciptakan bahan ajar digital (Sholeh & Sutanta, 2019).

Relevansi Materi Marketing di SMK Dengan Perkuliahan

Materi pemasaran yang diajarkan di SMK Jurusan Bisnis memiliki relevansi yang baik dengan kebutuhan dunia perkuliahan saat ini, misalnya seperti kesiapan untuk dunia kerja, dimana materi pemasaran di SMK disusun dengan tujuan untuk menyiapkan siswa agar siap bekerja setelah lulus. Ini menciptakan dasar yang kuat untuk keberlanjutan studi di perguruan tinggi dan memastikan bahwa siswa memiliki pemahaman dasar dalam pemasaran.

Konsep dasar yang diajarkan di SMK tetap relevan ketika siswa melanjutkan ke perguruan tinggi, seperti kewirausahaan dan pemasaran. Pengetahuan dasar ini bermanfaat dalam mata kuliah lebih tinggi. Misalnya, pengalaman praktis dalam pemasaran di SMK membantu siswa memahami aspek praktis pemasaran. Namun, siswa jurusan pemasaran di SMK Nuris Hidayat perlu meningkatkan keterampilan dalam hal *marketplace online*. Solusi yang diusulkan adalah memberikan pelatihan intensif terkait aspek ini untuk meningkatkan kualitas dan daya saing siswa.

Relevansi materi juga tergantung pada minat siswa untuk melanjutkan pendidikan. Minat siswa memengaruhi motivasi mereka untuk melanjutkan ke perguruan tinggi. Semakin besar minat belajar, semakin tinggi motivasi siswa. Sebaliknya, minat belajar rendah berdampak pada motivasi yang lebih rendah (Esra & Sevilen, 2021).

Tingkat Keterlibatan Dalam Pembelajaran Interaktif Pada Materi Marketing di SMK

Dari data yang didapat dapat ditarik kesimpulan Guru tetap memiliki peran penting dalam proses pembelajaran, meskipun siswa dituntut untuk lebih aktif. Mereka memotivasi siswa dan berperan yang tak tergantikan oleh teknologi. Penggunaan media pembelajaran interaktif membuat pembelajaran lebih menarik dan meningkatkan keterlibatan siswa. Ini memungkinkan partisipasi aktif, memperkuat pemahaman materi, dan meningkatkan motivasi siswa.

Contoh di SMK Negeri 1 Jombang menunjukkan bahwa kurangnya sumber belajar dapat membuat siswa merasa bosan, terutama dalam materi segmentasi pasar yang memerlukan pemikiran kreatif dan analisis. Namun, dengan menggunakan multimedia interaktif dalam pembelajaran, terjadi peningkatan signifikan dalam hasil belajar siswa. Dalam konteks segmentasi pasar, multimedia interaktif terbukti sangat efektif, dan guru perlu meningkatkan kemampuan teknologi mereka untuk menciptakan pembelajaran yang efisien (Simamora, 2020).

Aspek-Aspek Penting dalam Materi Marketing di SMK untuk Membentuk Dunia Kerja

Di dunia kerja yang berorientasi, kurikulum di SMK telah disesuaikan dengan kebutuhan industri. Kerja sama dengan Yogya Group dalam penyusunan kurikulum memungkinkan industri memberikan kontribusi dalam menentukan kompetensi yang esensial dan bisa diaplikasikan dalam praktik. Selain itu, fasilitas laboratorium yang ada dirancang untuk mendukung kemampuan siswa. Siswa juga mendapatkan pengalaman melalui magang, yang berarti pembelajaran tidak terbatas pada buku saja, tetapi juga mencakup praktik di dunia kerja nyata.

Pentingnya aspek-aspek dalam materi marketing di SMK tercermin dalam pencapaian pembelajaran siswa. Materi ini tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga pada praktik yang sesuai dengan tingkat kelas. Penekanan diberikan pada integrasi antara teori dan praktik yang relevan dengan dunia industri. Siswa memahami konsep-konsep pemasaran seperti *marketing mix*, strategi pemasaran, dan promosi. Mereka juga belajar mengembangkan kemampuan dalam berbicara di depan umum untuk melayani pelanggan. Selain itu, pelajaran melibatkan diskusi etika bisnis, *problem solving*, dan strategi pemasaran. Semua ini dirancang untuk mempersiapkan siswa dengan keterampilan praktis yang relevan dengan dunia kerja setelah lulus dari SMK.

Salah satu pilihan terbaik untuk menyikapi pelaksanaan pembelajaran yaitu mengaitkan dan dicocokkan dengan industri adalah dengan menerapkan konsep *model teaching* interaktif di SMK dengan tujuan dapat membentuk kepada dunia kerja setelah lulus nanti. Konsep dari aspek dalam materi marketing di SMK untuk membentuk dunia kerja yang merupakan pembelajaran dan pelatihan yang memadukan jenis model pembelajaran berbasis kompetensi dan produksi. Model ini memungkinkan mahasiswa melaksanakan praktik berbasis produksi dan pelayanan kegiatan yang dilakukan secara nyata dan sesuai prosedur baku dunia kerja dan industri (Fajra & Novalinda, 2020).

Pada aspek pemasaran penting juga untuk menerapkan pendekatan yang memungkinkan memahami apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen terhadap produk perusahaan. Ini akan membantu dalam pemasaran yang efektif. Contoh dari aspek pemasaran mencakup pertimbangan aspek lingkungan, faktor sumber daya manusia, analisis pasar, dan elemen lainnya. Untuk hal ini dalam pengembangan materi interaktif perlu sesuai aspek untuk dapat mencapai tujuan tersebut, siswa dan guru perlu adanya komunikasi dalam kelas yang baik sehingga dapat mengembangkan materi dengan baik dan tersalurkan kepada siswa terutama pada materi pemasaran yang ke depannya akan ada pada dunia kerja (Cahyadi *et al.*, 2021).

Peran Guru dalam Menggunakan Media Pembelajaran Interaktif pada Materi Marketing

Dalam konteks penggunaan teknologi digital dalam pendidikan, terdapat sejumlah tantangan yang harus diatasi. Salah satunya adalah variasi dalam tingkat keterampilan digital di antara para guru, yang mencakup sebagian yang mungkin masih perlu meningkatkan pemahaman teknologi digital. Sementara itu, siswa juga memiliki tantangan sendiri, termasuk perbedaan tingkat motivasi dan pemahaman teknologi digital. Meskipun ada siswa yang mahir dalam penggunaan teknologi, tidak banyak yang melampaui guru-guru mereka. Selain itu, terdapat permasalahan dalam hal konten pembelajaran yang belum sepenuhnya tersedia dalam format digital.

Salah satu langkah yang diusulkan adalah guru harus melakukan riset terkait dengan aplikasi dan teknologi yang akan digunakan dalam pengajaran mereka. Mereka perlu menguasai teknologi yang relevan dengan materi yang diajarkan dan memberikan panduan praktis kepada siswa (Tuma, 2021). Penggunaan media interaktif menjadi kunci untuk menjadikan pembelajaran lebih menarik dan efektif. Upaya kolaboratif di antara guru dan siswa, bersama

dengan fokus pada penggunaan teknologi yang relevan, akan menjadi kunci untuk mengatasi kendala ini dalam pendidikan.

Guru adalah aktor perubahan, mereka berpartisipasi dalam proses pengambilan kebijakan. Pendapat lain yang membenarkan hal tersebut mengatakan bahwa keterampilan yang dimiliki guru menunjukkan kemampuannya dalam melaksanakan tugasnya secara profesional atau sebaliknya (Rahmatika *et al.*, 2021; Winarto *et al.*, 2020). Sehingga dalam hal ini guru harus menguasai atau menggunakan media pembelajaran yang baik agar siswa dapat memahami dan dapat diterapkan oleh siswa, seperti dalam media interaktif dalam pengembangan materi pemasaran. Guru memiliki tujuan bagaimana nanti siswa dapat memiliki *skill* maupun kemampuan dalam pemasaran di dunia kerja.

Pengembangan Materi Marketing Melalui Media Pembelajaran Interaktif di SMK.

Harapan terhadap pengembangan materi marketing melalui media pembelajaran di SMK mencakup beberapa aspek yang sangat penting. Seiring dengan perubahan dan perkembangan kurikulum di pendidikan Indonesia, perlu ada perhatian yang lebih besar terhadap pelatihan dan *workshop* bagi para guru. Hal ini mencakup pelatihan yang praktis dan melibatkan guru secara langsung, bukan hanya teori semata. Dalam hal penggunaan aplikasi berbasis *e-learning*, diharapkan adanya uji coba yang melibatkan guru dan siswa untuk memastikan kecocokan dan kesiapan teknologi sebagai pendukung pembelajaran.

Selain itu, pengintegrasian media pembelajaran interaktif perlu menjadi fokus utama, dengan tujuan memaksimalkan manfaatnya dalam proses pembelajaran. Selain mengikuti perkembangan bisnis digital yang marak saat ini, penggunaan teknologi dalam mata pelajaran marketing dan lainnya diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam kepada siswa. Hal ini akan memberikan bekal yang lebih kuat bagi mereka di dunia kerja. Selain itu, melalui pemanfaatan media interaktif, harapan lainnya adalah meningkatkan keterlibatan siswa dalam proses pembelajaran dan mendorong mereka untuk lebih mengkritisi materi marketing. Dengan demikian, harapan-harapan ini bersama-sama menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih dinamis, relevan, dan mempersiapkan siswa untuk menjadi lebih kompeten di dunia kerja.

Oleh karena itu dalam setiap pembelajaran di kelas perlu adanya evaluasi untuk dapat memberikan siswa motivasi dengan menggunakan media interaktif ini dalam pengembangan materi pemahaman pemasaran. Tujuan nya yaitu diharapkan berpartisipasi dalam kegiatan kelas sebagai pembelajaran yang berkembang secara aktif, dengan media pembelajaran dapat mengalirkan materi pembelajaran, menggerakkan pikiran, dan merangsang perasaan, minat dan perhatian siswa (Sepulveda-Escobar & Morrison, 2020).

Dalam media interaktif ini juga sangat penting, karena dengan diterapkannya media interaktif di sekolah dapat membantu pembelajaran di dalam kelas maupun di luar untuk dapat memahami materi pemasaran. Kemudian agar pembelajaran lebih efektif dan efisien dapat memanfaatkan alat bantu belajar seperti gadget untuk mencari informasi mengenai materi pemasaran yang bisa di akses oleh guru dan siswa (Bangun *et al.*, 2022). Pada penyampaian materi pun harus mudah dipahami. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian yang menyatakan bahwa siswa akan lebih cenderung meninjau kembali materi yang

disajikan di luar kelas jika materi tersebut mudah diakses atau digunakan media (Puspitarini & Hanif, 2019).

Pengembangan Materi Marketing Melalui Media Pembelajaran Interaktif dapat Meningkatkan Pemahaman dan Keterampilan Praktis Siswa

SMK adalah tingkat pendidikan yang memiliki fokus utama pada persiapan siswa untuk menjadi kompeten dalam pekerjaan tertentu. Secara prinsip, SMK berperan sebagai filter atau seleksi untuk dunia kerja, sehingga SMK dan lapangan kerja sangat terkait erat. Ini disebabkan oleh perancangan SMK yang bertujuan untuk melatih siswa menjadi profesional sebelum mereka memasuki dunia kerja. Media pembelajaran interaktif adalah bentuk multimedia yang tidak mengikuti urutan linear, melainkan memungkinkan peserta didik untuk memilih materi berdasarkan menu yang tersedia. Dalam proses pembelajaran suatu topik, peserta didik memiliki kebebasan untuk memilih urutan materi yang ingin dipelajari, dan media ini mendorong partisipasi peserta didik dalam proses belajar. Salah satu karakteristik khas dari media pembelajaran interaktif adalah adanya pengontrol grafis yang sering disebut sebagai Antarmuka Pengguna Grafis (*Graphical User Interface - GUI*), seperti ikon, tombol, atau bilah gulir.

Media pembelajaran interaktif dapat diakses oleh siapa pun, kapan saja, dan di mana saja, sehingga memungkinkan pembelajaran sepanjang hidup yang tidak terbatas pada konteks pendidikan formal. Media pembelajaran berfungsi sebagai alat untuk menyajikan informasi, dan seringkali melibatkan komputer dan aplikasi berbasis komputer. Umumnya, media pembelajaran dipandang sebagai alat yang membantu dalam proses belajar. Media interaktif yang baik harus memiliki beberapa kriteria penting. Pertama, media tersebut harus mudah digunakan oleh siapapun, dengan tampilan yang sederhana. Kedua, kontennya harus lengkap dan sesuai dengan materi pelajaran sehingga dapat membantu siswa dalam memahami materi. Ketiga, media ini harus komunikatif, artinya mengajak siswa untuk berinteraksi dan tidak hanya untuk mendengarkan. Keempat, media ini harus memungkinkan siswa untuk belajar sendiri tanpa bantuan orang lain. Kelima, materi dalam media ini harus disusun secara terstruktur, dari yang sederhana ke kompleks. Keenam, berbagai jenis media yang digunakan harus disatukan dengan baik. Terakhir, media ini harus mendorong siswa untuk terus belajar dan meningkatkan minat belajar mereka.

Selain memenuhi kriteria tersebut, media pembelajaran interaktif juga harus memiliki beberapa fungsi penting. Pertama, harus dapat merespons pengguna dengan cepat dan sering. Kedua, harus memberi kesempatan pada siswa untuk mengontrol kecepatan belajar mereka. Ketiga, harus mengikuti urutan yang teratur dan terkendali. Keempat, harus memberikan kesempatan bagi siswa untuk berpartisipasi melalui berbagai respons, seperti menjawab pertanyaan, membuat pilihan, mengambil keputusan, dan lain sebagainya. Penggunaan media interaktif ini memiliki banyak manfaat. Pertama, membuat proses pembelajaran menjadi lebih menarik. Kedua, memungkinkan penggunaan waktu belajar dengan lebih efisien. Ketiga, dapat meningkatkan kualitas pembelajaran siswa. Keempat, meningkatkan efektivitas proses belajar mengajar (Rafiola et al., 2020). Tujuan pengembangan media pembelajaran ini adalah menciptakan sebuah aplikasi yang mampu meningkatkan pemahaman siswa terhadap materi pelajaran. Media pembelajaran yang dirancang dengan baik akan memperbaiki proses pembelajaran secara keseluruhan. Dengan

perbaikan dalam proses pembelajaran, diharapkan kompetensi marketing siswa akan meningkat. Tingkat optimal kompetensi marketing siswa ini bertujuan untuk mencapai tingkat pembelajaran yang baik, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas pembelajaran mata pelajaran marketing secara signifikan (Apriana et al., 2019; Baloran & Hernan, 2021).

Dampak Media Pembelajaran Interaktif dalam Meningkatkan Pemahaman Konsep Marketing Dibandingkan Metode Pembelajaran Konvensional

Evaluasi efektivitas penggunaan media pembelajaran interaktif dalam meningkatkan prestasi belajar siswa dengan mempertimbangkan: (1) pencapaian target belajar siswa dalam kelompok eksperimen, (2) peningkatan hasil belajar siswa dalam kelompok eksperimen, (3) perbandingan rata-rata skor hasil belajar antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, serta (4) respons siswa terhadap pelaksanaan proses pembelajaran.

Media pembelajaran ini memiliki tingkat interaktif yang baik. Hasilnya ditunjukkan dalam validasi oleh pakar materi pembelajaran dan pakar media. Penggunaan media ini dalam pembelajaran terbukti meningkatkan kinerja belajar. Media interaktif layak untuk meningkatkan pembelajaran berdasarkan hasil analisis kuesioner. Berdasarkan pada penelitian, terlihat bahwa prestasi belajar dan minat siswa meningkat secara signifikan. Ini terlihat pada grafik yang disajikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa media interaktif yang dikembangkan efektif untuk meningkatkan prestasi belajar dan minat siswa dalam pembelajaran fisika (Hanif, 2020).

Pendekatan pengajaran multimedia interaktif terbukti lebih efektif dalam meningkatkan prestasi siswa. Hal ini disebabkan oleh sifat interaktif simulasi yang membantu dalam konseptualisasi dan pemahaman konsep-konsep materi yang diajarkan. Pendekatan pengajaran multimedia interaktif meningkatkan motivasi siswa untuk belajar. Penggunaan pendekatan pengajaran interaktif berhasil menarik perhatian pembelajar dan membuat pembelajaran menjadi menarik dan menyenangkan (Sutarto et al., 2020).

Discussion

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media pembelajaran interaktif di SMK dalam pengembangan materi pemasaran memberikan dampak positif terhadap keterlibatan dan pemahaman siswa. Media seperti video interaktif, simulasi, dan permainan edukasi terbukti efektif meningkatkan pemahaman konsep pemasaran dan memperkuat efektivitas pembelajaran. Selain itu, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahma dan Nurhayati (2021) yang ditemukan media pembelajaran interaktif dan permainan edukasi dapat menambah motivasi belajar siswa. Meskipun terdapat tantangan terkait keterampilan teknis guru, solusi yang diusulkan mencakup pelatihan dan dukungan yang tepat guna mengatasi hambatan tersebut.

Relevansi materi pemasaran di SMK dengan perkuliahan sangat diperkuat. Materi yang diajarkan di SMK tidak hanya memberikan dasar yang kuat untuk melanjutkan studi di perguruan tinggi, tetapi juga mempersiapkan siswa untuk menanggapi kebutuhan dunia kerja. Penggunaan model pengajaran interaktif di SMK, yang menekankan integrasi antara

teori dan praktik sesuai dengan dunia industri, dapat menjadi solusi yang efektif dalam membentuk siswa menjadi lebih kompeten dan siap menghadapi tantangan di dunia kerja setelah lulus. Dengan kata lain, Penggunaan model pembelajaran dalam SMK dapat memberikan keunggulan dalam pemahaman siswa (Cahyani *et al.*, 2020).

Evaluasi terhadap implementasi media pembelajaran interaktif di SMK menjadi langkah penting untuk memastikan keberhasilan penggunaannya dalam meningkatkan pemahaman konsep pemasaran. Dengan fokus pada peningkatan keterlibatan siswa dan penguasaan materi yang lebih baik, model pengajaran interaktif dapat menjadi pilihan terbaik dalam menyelaraskan pendidikan di SMK dengan tuntutan dunia perkuliahan dan dunia kerja yang terus berkembang.

CONCLUSION

Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan materi pemasaran yang sesuai untuk siswa SMK melalui media pembelajaran interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media pembelajaran interaktif dalam pengembangan materi pemasaran di SMK memiliki dampak positif yang signifikan. Media interaktif membuat pembelajaran lebih menarik dan efektif, meningkatkan pemahaman siswa tentang konsep pemasaran, dan meningkatkan prestasi belajar siswa. Selain itu, penggunaan media pembelajaran interaktif juga membantu meningkatkan minat belajar siswa dan keterlibatan aktif dalam pembelajaran. Relevansi materi pemasaran dengan dunia kerja juga memungkinkan siswa untuk mempersiapkan diri dengan keterampilan praktis yang berguna setelah lulus dari SMK. Oleh karena itu, pengembangan materi pemasaran melalui media pembelajaran interaktif di SMK memiliki potensi besar dalam mempersiapkan siswa untuk dunia kerja dan meningkatkan pemahaman konsep pemasaran.

AUTHOR'S NOTE

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan terkait publikasi artikel ini. Penulis menegaskan bahwa data dan isi artikel bebas dari plagiarisme.

REFERENCES

- Abdulrahman, M. D., Faruk, N., Oloyede, A. A., Surajudeen-Bakinde, N. T., Olawoyin, L. A., Mejabi, O. V., ... & Azeez, A. L. (2020). Multimedia tools in the teaching and learning processes: A systematic review. *Heliyon*, 6(11). 24-38
- Apriana, D., Kristiawan, M., & Wardiah, D. (2019). Headmaster's competency in preparing vocational school students for entrepreneurship. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8(8), 1316-1330.
- Aspers, P., & Corte, U. (2019). What is qualitative in qualitative research. *Qualitative Sociology*, 42, 139-160.

- Baloran, E. T., & Hernan, J. T. (2021). Course satisfaction and student engagement in online learning amid COVID-19 pandemic: A structural equation model. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 22(4), 1-12.
- Bangun, C. S., Purnama, S., & Panjaitan, A. S. (2022). Analysis of new business opportunities from online informal education mediamorphosis through digital platforms. *International Transactions on Education Technology*, 1(1), 42-52.
- Baran, M., Maskan, A., & Yasar, S. (2018). Learning physics through project-based learning game techniques. *International Journal of Instruction*, 11(2), 221-234.
- Cahyadi, D., Faturahman, A., Haryani, H., & Dolan, E. (2021). Bcs: Blockchain smart curriculum system for verification student accreditation. *International Journal of Cyber and IT Service Management*, 1(1), 65-83.
- Cahyani, A. E. M., Mayasari, T., & Sasono, M. (2020). Efektivitas e-modul project based learning berintegrasi stem terhadap kreativitas siswa SMK. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika*, 4(1), 15-28
- Cahyaningrum & Sakti. (2021). Pengembangan media pembelajaran interaktif berbasis android dan efek terhadap hasil belajar peserta didik kelas XI IPS SMA. *Jurnal Efektor*, 8(1). 21-33.
- Cahyaningtias, V. P., & Ridwan, M. (2022). Efektivitas penerapan media pembelajaran interaktif terhadap motivasi. *Riyadhoh: Jurnal Pendidikan Olahraga*, 4(2), 55-62.
- Esra, M. E. Ş. E., & Sevilen, Ç. (2021). Factors influencing EFL students' motivation in online learning: A qualitative case study. *Journal of Educational Technology and Online Learning*, 4(1), 11-22.
- Fajra, M., & Novalinda, R. (2020). Project Based Learning: Innovation To Improve the Suitability of Productive Competencies in Vocational High Schools With the Needs of the World of Work. *International Journal of Multi Science*, 1(8), 1-11.
- Farla, W., Nailis, W., & Siregar, L. D. (2021). Peningkatan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) guru di Kota Palembang pada era adaptasi kebiasaan baru. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(2), 137.
- Hanif, M. (2020). The development and effectiveness of motion graphic animation videos to improve primary school students' sciences learning outcomes. *International Journal of Instruction*, 13(3), 247-266.
- Indartiwi, A., Wulandari, J., & Novela, T. (2020). Peran media interaktif dalam pembelajaran di era revolusi industri 4.0. *Kopen: Konferensi Pendidikan Nasional*, 2(1), 28-31.
- Junaidi, J. (2019). Peran media pembelajaran dalam proses belajar mengajar. *Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Pelatihan*, 3(1), 45-56.
- Narindro, L., Mardjono, R., Mulya, D., & Harahap, E. F. (2021). Pengembangan keterampilan guru melalui pelatihan pengelolaan media pemasaran berbasis digital. *Abdimas Universal*, 3(2), 111-122.

- Puspitarini, Y. D., & Hanif, M. (2019). Using learning media to increase learning motivation in elementary school. *Anatolian Journal of Education*, 4(2), 53-60.
- Putra, A. D., & Salsabila, H. (2021). Pengaruh media interaktif dalam perkembangan kegiatan pembelajaran pada instansi pendidikan. *Inovasi Kurikulum*, 18(2), 231-241.
- Rafiola, R., Setyosari, P., Radjah, C., & Ramli, M. (2020). The effect of learning motivation, self-efficacy, and blended learning on students' achievement in the industrial revolution 4.0. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 15(8), 71-82.
- Rahma, R., & Nurhayati, N. (2021). Pengembangan media interaktif berbasis game edukasi pada pembelajaran matematika. *Jemas: Jurnal Edukasi Matematika dan Sains*, 2(1), 38-41.
- Rahmatika, R., Yusuf, M., & Agung, L. (2021). The effectiveness of YouTube as an online learning media. *Journal of Education Technology*, 5(1), 152-158.
- Rianto, R. (2020). Pembelajaran interaktif berbasis articulate storyline 3. *Indonesian Language Education and Literature*, 6(1), 84-92.
- Rosyiddin, A. A. Z., Fiqih, A., Hadiapurwa, A., Nugraha, H., & Komara, D. A. (2023). The effect of interactive powerpoint media design on student learning interests. *Edcomtech: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 8(1), 12-24.
- Sagita, D. (2022). Pengembangan multimedia interaktif menggunakan articulate storyline mata pelajaran marketing kelas x Bisnis Daring dan Pemasaran (BDP). *Jurnal Ideas Publishing*, 8(2). 663-676.
- Sepulveda-Escobar, P., & Morrison, A. (2020). Online teaching placement during the COVID-19 pandemic in Chile: Challenges and opportunities. *European Journal of Teacher Education*, 43(4), 587-607.
- Sholeh, M., & Sutanta, E. (2019). Pendampingan pengembangan bahan ajar dengan videoscribe pada guru SMK Tembarak Temanggung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1-9.
- Simamora, R. M. (2020). The Challenges of online learning during the COVID-19 pandemic: An essay analysis of performing arts education students. *Studies in Learning and Teaching*, 1(2), 86-103.
- Sukmayadi. (2019). Kebijakan penetapan harga pada PT. Atrindo Global Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2). 103-111
- Sutarto, S., Sari, D. P., & Fathurrochman, I. (2020). Teacher strategies in online learning to increase students' interest in learning during COVID-19 pandemic. *Jurnal Konseling dan Pendidikan (JKP)*, 8(3), 129-137.
- Syarifudin, A. (2020). Pengembangan media pembelajaran berbasis web untuk meningkatkan kreativitas guru. *Jurnal Ideas Publishing*, 5, 238-154

- Tuma, F. (2021). The use of educational technology for interactive teaching in lectures. *Annals of Medicine and Surgery*, 62, 231-235.
- Vijayalakshmi, A., & Reddy, P. J. K. (2020). Role of multimedia on motivation and knowledge retention. *The International Journal of Analytical and Experimental Modal*, 4(12), 1500-1509.
- Winarto, W., Syahid, A., & Saguni, F. (2020). Effectiveness the use of audio visual media in teaching islamic religious education. *International Journal of Contemporary Islamic Education*, 2(1), 81-107.
- Yanto, D. T. P. (2019). Praktikalitas media pembelajaran interaktif pada proses pembelajaran rangkaian listrik. *Invotek: Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi*, 19(1), 75-82.