

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Akbar, S. (2013). *Instrumen Perangkat Pembelajaran*. Bandung: PT. Remaja
- Hasan, M. M. D. H. K. T. (2021). Media Pembelajaran. In *Tahta Media Group* (Issue Mei).
- Ismayani, A. (2018). *Cara Mudah Membuat Aplikasi Pembelajaran Berbasis Android dengan Thunkable*. Elex Media Komputindo.
- Kustandi, C., & Darmawan, D. (2020). *Pengembangan Media Pembelajaran: Konsep & Aplikasi Pengembangan Media Pembelajaran bagi Pendidik di Sekolah dan Masyarakat*. Prenada media.
- M. Thobroni. 2015. *Belajar dan Pembelajaran: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Arr-Ruzz Media.
- Pribadi, B. A. (2017). *Media dan Teknologi dalam Pembelajaran*. Jakarta:PT Kencana
- Sanaky, H. A. H. 2013. *Media Pembelajaran Interaktif-Inovatif*. Yogyakarta: Kaukaba
- Sugiyono (2018) *Metode Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kuliitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Setiawan, D. (2017). *Buku sakti pemrograman web: html, css, php, mysql & javascript*. Anak Hebat Indonesia.
- Thiagarajan, S., Semmel, D. S., & Semmel, M. I. (1974). *Instructional Developmentfor Training Teacher of Expectional Children*. Minneapolis: Leadership Training Institute.

Jurnal

- Anggita, T., K, Yewang., & Feronika, Br. (2022). *Pengembangang Media Pembelajaran Ekonomi Berbasis Android Menggunakan Smart Apps Creator Pada Materi Pendapatan Nasional Di Sma Negeri 7 Maluku Barat Daya. Prosiding Pendidikan ekonomi Vol 1 No 1.*
- Astuti, S., Maulina, J., Dian, D., & Harahap, N. (2021). Kelayakan Modul Elektronik Berbasis Literasi Sains Dengan Topik Pembuatan Edible Film Pulp Kakao Sebagai Kajian Koloid. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Sains* (Vol. 10, Issue 02). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpps>

- Azizah, R (2020). Penggunaan Smart Apps Creator (SAC) untuk mengajarkan global warming. *Jurusan Fisika FMIPA UNESA*, 72–80.
- Cahyani, Y., Studi Pendidikan Tata Niaga, P., & Ekonomi, F. (N.D.). *Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Android Dengan Software Construct 2 Pada Kompetensi Dasar Modal Usaha Kelas X Bisnis Daring Dan Pemasaran Smk Negeri 2 Blitar Finisica Dwijayati Patrikha*.
- Echeverri, J. A. (2021). Flipped Classroom Learning Based on Android Smart Apps Creator (SAC) in Elementary Schools Flipped Classroom Learning Based on Android Smart Apps Creator (SAC) in Elementary Schools. *Journal of Physics: Conference Series*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1823/1/012070>
- Hasan, M., Mansur ,H., Cyly Arrum,. (2023) Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Smart Apps Creator Untuk Meningkatkan Minat Belajar Pada Mata Kuliah Koperasi Dan Umkm. *Journal of Instructional Technology J-INSTESCH* Vol 4, No 1, (82-90)
- Lubis, I. R., & Ikhsan, J. (2015). Pengembangan Media Pembelajaran Kimia Berbasis Android Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Dan Prestasi Kognitif Peserta Didik Sma. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ipa*, 1(2), 191–201.
- Nuriansyah, F. (2020). Efektifitas Penggunaan Media Online Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Saat Awal Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 1(2), 61–65. <https://ejournal.upi.edu/index.php/JPEI/article/view/28346>
- Nurrita, T. (2018). *Pengembangan Media Pembelajaran Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa* (Vol. 03).
- Suprianto, A., Ahmadi, F., & Suminar, T. (2019). The Development of Mathematics Mobile Learning Media to Improve Students' Autonomous and Learning Outcomes Article Info. *Journal of Primary Education*, 8(1). <https://doi.org/10.15294/jpe.v8i1.19641>
- Warsita, B. (2018). Strategi Pembelajaran Dan Implikasinya Pada Peningkatan Efektivitas Pembelajaran. Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan dan Kebudayaan Kementerian Pendidikan.
- Yektyastuti, R., & Ikhsan, J. (2016). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis And roid pada Materi Kelarutan untuk Meningkatkan Performa Akademik Peserta Didik SMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan IPA*, 2 (1), 2016, 88-99. <http://journal.uny.ac.id/index.php/jipi> Jurnal

Zahroil Batul, R. (N.D.). *Pengembangan Media Pembelajaran Pohon Pintar Pada Kompetensi Dasar Menerapkan Promosi Produk Kelas X Bisnis Daring Dan Pemasaran Smk Negeri 2 Blitar.*

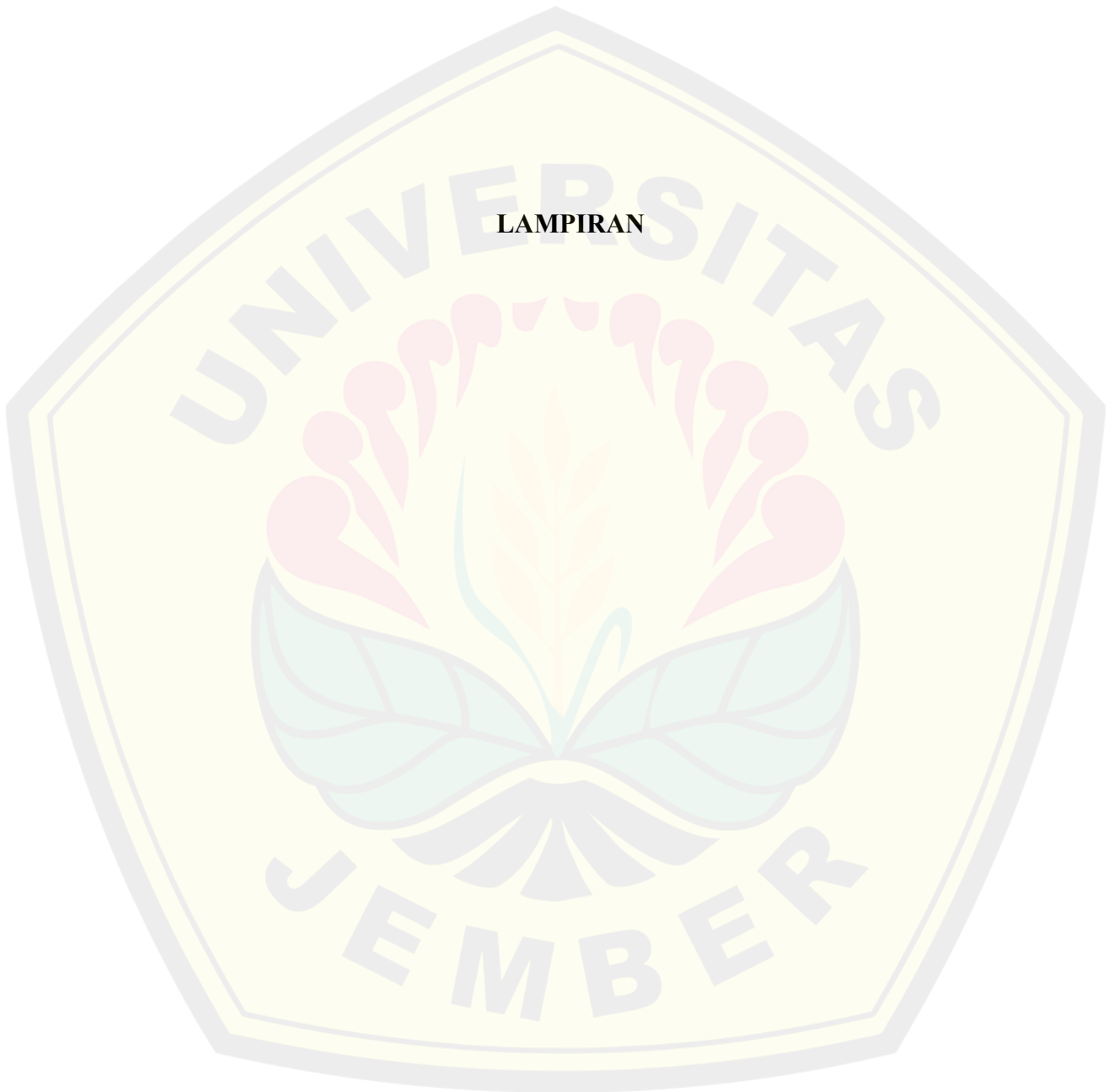
Zainul Arifin. (2018). Pengembangan Media Pembelajaran Audio Visual Adobe Flash Berbasis Android Pada Kompetensi Dasar Konsep Pemasaran Online Di Kelas X Pemasaran Smk Negeri 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, Volume 06 Nomor 03(Issn: 2337-6708), 130–137.

Dokumen Terbitan Lembaga/Badan/Organisasi

Badan Standar Nasional Pendidikan (2014). *Bahan Sosialisasi Standar Pendidikan Penilaian Media Pembelajaran.* Jakarta:BSN



LAMPIRAN



Lampiran 1. Matriks Penelitian

MATRIKS PENELITIAN

Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Konsep	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis <i>Android</i> Materi Bisnis Dan Pemasaran Pada Siswa Kelas X SMK Negeri 1 Kraksaan	Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, media pembelajaran yang diterapkan pada materi bisnis dan pemasaran di kelas X Pemasaran SMK Negeri 1 Kraksaan masih kurang layak dan kurang menarik, sehingga perlu dikembangkan media pembelajaran yang layak dan menarik?	Media Pembelajaran <i>Smart Apps Creator</i> berbasis <i>Android</i>	1. Kelayakan 2. Kemenarikan	1. Data yang diperoleh dari ahli isi/materi dan ahli desain media pembelajaran 2. Data uji coba terbatas	1. Model Penelitian dengan menggunakan model 4-D 2. Prosedur pengembangan yaitu, (<i>Define, Design, Develop, Disseminate</i>) 3. Subjek uji coba (Siswa kelas X Pemasaran SMK Negeri 1 Kraksaan) 4. Sumber data diperoleh dari guru, siswa, dari validator 5. Teknik pengumpulan data observasi, wawancara, angket lembar validasi, 6. Analisis Data a. Kelayakan : Validasi b. Kemenarikan : Persentase

Lampiran 2. Tuntunan Penelitian

TUNTUNAN PENELITIAN

1. Tuntunan Angket

No.	Data yang ingin diraih	Sumber Data
1.	Kelayakan materi dan media pada media pembelajaran berbasis <i>android</i> .	Validator
2.	Respons siswa terhadap media pembelajaran berbasis <i>android</i> .	Siswa kelas X Pemasaran

2. Tuntunan Wawancara

No.	Data yang ingin diraih	Sumber Data
1.	Media pembelajaran yang digunakan guru dalam pembelajaran Bisnis dan Pemasaran	Siswa dan guru pengajar
2.	Hambatan yang dirasakan pada saat kegiatan pembelajaran	Siswa dan guru pengajar
3.	Kebutuhan pembelajaran dengan menggunakan media pembelajaran berbasis <i>android</i> .	Siswa dan guru pengajar
4.	Respons terhadap media pembelajaran berbasis <i>android</i> .	Siswa dan guru pengajar

3. Tuntunan Dokumen

No.	Data yang ingin diraih	Sumber Data
1.	Daftar nama siswa kelas X Pemasaran di SMK Negeri 1 Kraksaan	Guru pengajar
2.	Jadwal pelajaran ekonomi kelas X Pemasaran SMK Negeri 1 Kraksaan	Guru pengajar
3.	Nilai ulangan harian dasar-dasar pemasaran materi bisnis dan pemasaran di tahun ajaran 2022/2023	Guru mata pengajar
4.	Profil SMK Negeri 1 Kraksaan	Website SMK

Lampiran 3. Pedoman Wawancara Sebelum Penelitian**PEDOMAN WAWANCARA SEBELUM PENELITIAN****I. Pedoman wawancara pada guru mata pelajaran bisnis dan pemasaran**

1. Apakah dalam kegiatan pembelajaran bisnis dan pemasaran Bapak/Ibu menggunakan pembelajaran?
2. Media apa saja Bapak/Ibu gunakan pada saat pembelajaran bisnis dan pemasaran
3. Apakah dengan menggunakan media pembelajaran tersebut siswa dapat tertarik untuk menerima pembelajaran?
4. Bagaimana dengan nilai pembelajaran siswa dalam media pembelajaran tersebut?
5. Apakah siswa boleh membawa *smartphone* saat pembelajaran berlangsung?
6. Bagaimana jika media pembelajaran bisnis dan pemasaran dibuat dalam bentuk media pembelajaran berbasis *android*?
7. Apakah sarana dan prasarana di SMK Negeri 1 Kraksaan mendukung dalam pengembangan media pembelajaran berbasis *android*?

II. Pedoman wawancara pada guru mata pelajaran bisnis dan pemasaran

1. Media pembelajaran apa saja yang digunakan guru pada mata pelajaran bisnis dan pemasaran?
2. Apakah media pembelajaran yang digunakan oleh guru membantu memudahkan untuk memahami materi?
3. Bagaimana pendapatmu tentang media pembelajaran yang digunakan oleh guru mata pelajaran bisnis dan pemasaran selama ini?
4. Apakah kamu membawa *smartphone* ke sekolah?
5. Apakah diperbolehkan membawa *smartphone* pada saat pembelajaran berlangsung?
6. Bagaimana jika media pembelajaran pada mata pelajaran bisnis dan pemasaran menggunakan media pembelajaran berbasis *android*?

Lampiran 4. Transkrip Hasil Wawancara Sebelum Penelitian

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA SEBELUM PENELITIAN

I. Guru mata pelajaran bisnis dan pemasaran

1. Apakah dalam kegiatan pembelajaran dasar-dasar pemasaran Bapak/Ibu menggunakan pembelajaran?

“Pasti menggunakan mas, soalnya media pembelajaran saya sendiri kesusahan menyampaikan materi saja jika tanpa bantuan media pembelajaran”

2. Media apa saja Bapak/Ibu gunakan pada saat pembelajaran dasar-dasar pemasaran?

“Macam-macam media yang saya gunakan papan tulis, media powerpoint mas. Namun kendala dalam menggunakan ppt yaitu proyek LCD dalam kelas banyak yang rusak, sehingga sulit untuk dilakukan kecuali menggunakan Lab Komputer Pemasaran itupun menggunakan terbatas seminggu sekali”

3. Apakah dengan menggunakan media pembelajaran tersebut siswa dapat tertarik untuk menerima pembelajaran?

“Nama masih tetap gak fokus dalam menerima materi pembelajaran sebagian ada juga yang mendengarkan. Soalnya media yang ditampilkan biasa, jadi sifatnya monoton kepada siswa”

4. Bagaimana dengan nilai pembelajaran siswa dalam media pembelajaran tersebut?

“Untuk nilai KKM disini 74, jadi dilihat rata-rata kelas masih belum memenuhi. Ya ada siswa juga melebihi nilai nilai KKM”

5. Apakah siswa boleh membawa *smartphone* saat pembelajaran berlangsung?

*“Diperbolehkan saat pembelajaran yang membutuhkan *smartphone*, kecuali proses berlangsung siswa membuka *whatsApp* atau diluar pembelajaran akan dilakukan tindakan”*

6. Bagaimana jika media pembelajaran dasar-dasar pemasaran dibuat dalam bentuk media pembelajaran berbasis *android*?

*“Sangat menarik sekali, karena memang jaman media pembelajaran menggunakan *android* dan siswa dapat bisa membuka materi dimana saja, sehingga meningkatkan keaktifan siswa dalam mengikuti pembelajaran”*

7. Apakah sarana dan prasarana di SMK Negeri 1 Kraksaan mendukung dalam pengembangan media pembelajaran berbasis *android*?

“Kalau smartphone sudah dimiliki semua siswa, prasarana wifi hanya ada lokasi tertentu dan untuk laptop masih tidak dimiliki oleh semua siswa”

II. Pedoman wawancara pada guru mata pelajaran dasar-dasar pemasaran

1. Media pembelajaran apa saja yang digunakan guru pada mata pelajaran bisnis dan pemasaran?

“Kalau mata pelajaran dasar-dasar pemasaran yang digunakan menggunakan powerpoint mas untuk teori, dan prakteknya belajar di lab computer”

2. Apakah media pembelajaran yang digunakan oleh guru membantu memudahkan untuk memahami materi?

“Untuk materi ada mudah dipahami dan ada juga sulit dipahami mas”

3. Bagaimana pendapatmu tentang media pembelajaran yang digunakan oleh guru mata pelajaran bisnis dan pemasaran selama ini?

“Sudah cukup, tetapi menggunakan media pembelajaran powerpoint terkendala kurang menarik hanya powerpoint biasa dan untuk menggunakan powerpoint harus di lap komputer karena di kelas banyak yang rusak.

4. Apakah kamu membawa *smartphone* ke sekolah?

“Punya mas, dan rata-rata bawa smartphone semua siswa”

5. Apakah diperbolehkan membawa *smartphone* pada saat pembelajaran berlangsung?

“Boleh menggunakan smartphone jika dibutuhkan pada saat pembelajaran untuk mencari materi atau referensi terkait pembelajaran.

6. Bagaimana jika media pembelajaran pada mata pelajaran dasar-dasar pemasaran menggunakan media pembelajaran berbasis *android*?

“Bagus mas pasti menarik kalau di android, nyaman juga buat belajar mandiri mempelajari materi di smartphone, gak perlu berat-berat bawa buku ke sekolah kalau sudah lengkap”

Lampiran 5. Pedoman Wawancara Sesudah Penelitian**I. Pedoman Wawancara Guru Pengampu Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran**

1. Bagaimana pendapat ibu mengenai media pembelajaran berbasis *android* yang telah diterapkan?
2. Apakah media pembelajaran berbasis *android* dapat menjadi penunjang dalam proses pembelajaran pemasaran?
3. Bagaimana mengenai respon siswa terhadap pengembangan media pembelajaran berbasis *android* yang sudah diterapkan?

II. Pedoman Wawancara Siswa Kelas X SMKN I Kraksaan

1. Bagaimana pendapatmu terhadap media pembelajaran berbasis video animasi yang telah diterapkan?
2. Apakah penerapan media pembelajaran berbasis *android* dapat memudahkan dalam memahami pembelajaran pada materi Bisnis dan Pemasaran?
3. Apakah media pembelajaran berbasis *android* memiliki tampilan yang menarik

Lampiran 6. Hasil Wawancara Sesudah Penelitian

I. Pedoman Wawancara Guru Pengampu Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran

1. Bagaimana pendapat ibu mengenai media pembelajaran berbasis *android* yang telah diterapkan?

“Sangat baik untuk meningkat motivasi siswa dalam mengikuti pembelajaran dengan adanya pengembangan media pembelajaran berbasis android, sehingga pembelajaran dilakukan dapat dibantu media pembelajaran bisa membantu materi dimanapun untuk belajar:”

2. Apakah media pembelajaran berbasis *android* dapat menjadi penunjang dalam proses pembelajaran pemasaran?

“Dengan adanya pengembangan yang dilakukan pada materi bisnis dan pemasaran salah bentuk untuk mewujudkan tujuan pembelajaran untuk mempermudah dan memahami materi tidak terlalu verbal, dengan salah bentuk interaksi secara kepada siswa untuk, Jadi untuk media yang dikembangkan sebagai salah penunjang kegiatan pembelajaran di sekolah”.

3. Bagaimana mengenai respon siswa terhadap pengembangan media pembelajaran berbasis video animasi yang sudah diterapkan?

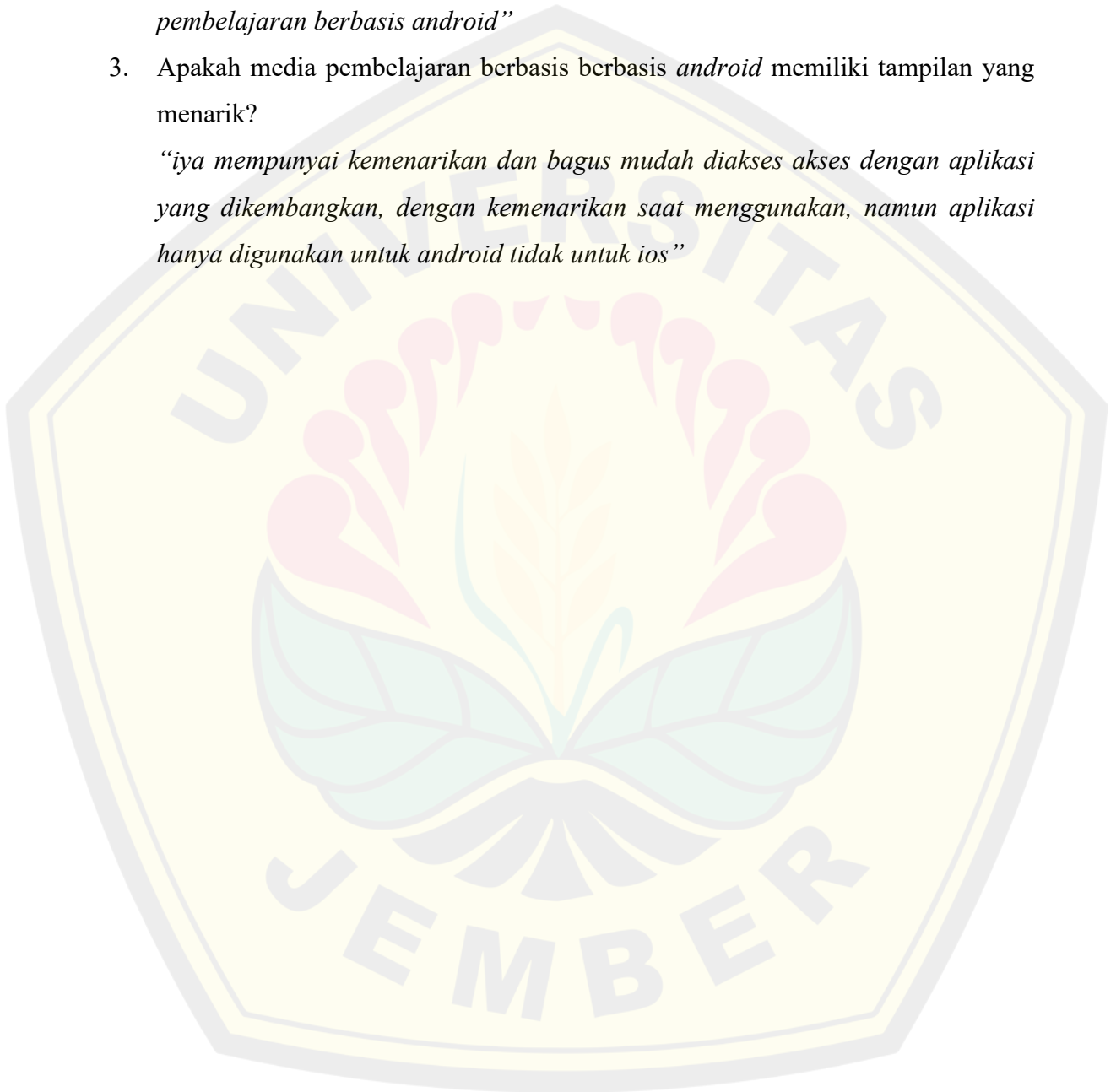
“Pasti sangat antusias mengikuti pembelajara dengan bantuan media pembelajaran yang diterapkan pada proses pembelajaran yang lebih menyenangkan sesuai dengan perkembangan degan memanfaatkan teknologi yang ada”

II. Pedoman Wawancara Siswa Kelas X SMKN I Kraksaan

1. Bagaimana pendapatmu terhadap media pembelajaran berbasis *android* yang telah diterapkan?

“sangat membantu pada proses pembelajaran dengan adanya media ini, saya bisa belajar dimana saja untuk membaca materi, sehingga akses yang digunakan untuk melihat materi cukup fleksibel, sehingga mudah ingat oleh siswa”

2. Apakah penerapan media pembelajaran berbasis *android* dapat memudahkan dalam memahami pembelajaran pada materi Bisnis dan Pemasaran?
“iya, dapat mempermudah pembelajaran yang dilakukan khusus pada materi bisnis dan pemasaran dengan membaca untuk secara berulang-ulang akan dapat mudah memahami materi dan penjelasan materi mudah diingat pada media pembelajaran berbasis android”
3. Apakah media pembelajaran berbasis *android* memiliki tampilan yang menarik?
“iya mempunyai kemenarikan dan bagus mudah diakses akses dengan aplikasi yang dikembangkan, dengan kemenarikan saat menggunakan, namun aplikasi hanya digunakan untuk android tidak untuk ios”



Lampiran 7. ATP Pembelajaran

ALUR DAN TUJUAN PEMBELAJARAN (ATP)
MAPEL DASAR-DASAR PEMASARAN PROGRAM KEAHLIAN FASE E
SMK NEGERI 1 KRAKSAAN

NO	TUJUAN PEMBELAJARAN	IPK	KOMPETENSI (Sesuai KKO)	KONTEN (MATERI)	AKTIVITAS/LANGKAH PEMBELAJARAN /ATP	P5	ASESMEN	WAKTU	SUMBER BELAJAR
1.	Siswa mampu memahami bisnis dan pemasaran	Memahami bisnis dan pemasaran	Memahami	Bisnis dan pemasaran	1. Meningkatkan bisnis dan pemasaran 2. Mencontoh perbedaan bisnis dan pemasaran 3. Menyebutkan tujuan pemasaran 4. Mengemukakan fungsi pemasaran dalam bisnis 5. Mendiskusikan peran pemasaran dalam bisnis	Beriman, Bertakwa kepada Tuhan YME dan berakhlak mulia bergotong royong, mandiri dan bernalar	Formatif, Sumatif	4 JP	Modul Ajar, Internet
2.	Siswa mampu mengidentifikasi jenis-jenis pemasaran	Mengidentifikasi jenis-jenis pemasaran	Mengidentifikasi	Jenis-jenis pemasaran	1. Mengidentifikasi jenis-jenis pemasaran 2. Membuat konsep pemasaran		Formatif, Sumatif	8 JP	Modul Ajar, Internet
3.	Siswa menganalisis konsep pemasaran	Menganalisis konsep pemasaran	Menganalisis	Konsep pemasaran	1. Menganalisis konsep pemasaran 2. Membuat konsep pemasaran		Formatif, Sumatif	12 JP	Modul Ajar, Internet
4.	Siswa mampu memahami ruang lingkup pemasaran	Memahami ruang lingkup pemasaran	Memahami	Ruang lingkup pemasaran	1. Memahami kegiatan pemasaran 2. Menyebutkan perbedaan pemasaran konvensional dan pemasaran digital 3. Memberikan contoh pemasaran konvensional dan pemasaran digital 4. Mengemukakan bentuk pasar bisnis online		Formatif, Sumatif	8 JP	Modul Ajar, Internet
5.	Siswa mengevaluasi bisnis dan pemasaran	Mengevaluasi proses bisnis dan pemasaran	Mengevaluasi	Proses bisnis dan pemasaran	1. Memahami proses bisnis dan bidang pemasaran 2. Mengevaluasi proses bisnis dalam bidang pemasaran		Formatif, Sumatif	12 JP	Modul Ajar, Internet

Lampiran 8. Modul Ajar

INFORMASI UMUM

A. IDENTITAS

Nama Satuan Pendidikan	: SMK Negeri 1 Kraksaan
Kompetensi Keahlian	: Pemasaran
Tahun Penyusunan	: 2023
Mata Pelajaran	: Dasar-dasar Program Keahlian
Fase	: E / X PM / Ganjil
Elemen	: Proses Bisnis Bidang Pemasaran di Berbagai Industri
Materi Ajar	: Bisnis dan Pemasaran
Kata Kunci	: Bisnis Pemasaran
Alokasi Waktu	: 4 JP (1 x Pertemuan; @45 menit)
Model Pembelajaran	: Tatap Muka

B. RASIONAL MATA PELAJARAN

Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran adalah mata pelajaran kejuruan yang terdiri dari berbagai dasar sebagai penentu dalam mempelajari mata pelajaran yang lain dalam Program Keahlian Pemasaran yang berfungsi membekali peserta didik dengan seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan sikap agar memiti dasar yang kuat dalam mempelajari mata pelajaran mata pelajaran pada konsentrasi keahlian di kelas X dan XI. Setelah mempelajari Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran dan materi lanjutan di kelas XI dan X, peserta didik dapat bekerja sebagai kasir, pramuniaga, *sales executive*, *merchandiser*, *digital marketer*, *public relation*, dan wirausaha, serta jabatan lain sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan dunia kerja.

Pembelajaran dapat menggunakan berbagai pendekatan, strategi, model, serta metode yang sesuai dengan karakteristik kompetensi yang harus dipelajari, sehingga dapat menciptakan pembelajaran yang interaktif, inspiratif, menyenangkan, menantang, dan memotivasi peserta didik untuk berpartisipasi aktif, serta memberikan ruang yang cukup bagi inisiatif, kreativitas, dan kemandirian sesuai dengan bakat, minat, renjana (pession), dan perkembangan fisik, serta psikologis peserta didik. Model-model pembelajaran yang dapat digunakan, antara lain *project based learning*, *problem based learning*, *discovery and inquiry learning*, *teaching factory*, serta model-model lainnya yang relevan

Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran memuat kompetensi *soft skills* dan *hard skills*. *Soft skills* berkontribusi untuk mengembangkan kapasitas peserta didik dalam bernalar kritis, mandiri, kreatif, dan adaptif. Selain itu, juga menumbuhkan sikap dan karakter beriman dan bertaqwa kepada Tuhan YME, berakhlak mulia, dan berkebhinekaan global. Sedangkan *hard skills* difokuskan untuk penguasaan kompetensi spesifik sesuai dengan pekerjaan di dunia kerja

C. TUJUAN PEMBELAJARAN MATA PEMBELAJARAN

Mata pelajaran ini bertujuan membekali peserta didik dengan dasar-dasar pengetahuan, keterampilan, dan sikap (*hard skills dan soft skills*) yang diarahkan untuk mengembangkan kemampuan sebagai berikut:

1. Memahami bisnis dan pemasaran
2. Mengidentifikasi jenis-jenis pemasaran
3. Menganalisis konsep pemasaran
4. Memahami ruang lingkup pemasaran
5. Mengevaluasi proses bisnis dan proses pemasaran

D. KOMPETENSI AWAL

Peserta Didik telah memiliki pengetahuan awal tentang.

1. Kemampuan awal yang dipersyaratkan untuk mempelajari modul in Peserta didik sudah memiliki kemampuan dasar tentang materi Ekonomi pada pembelajaran IPS

E. PROFIL PELAJAR PANCASILA

Setelah peserta didik mengikuti pembelajaran, dimensi Profil Pelajar Pancasila yang diharapkan muncul adalah:

1. Mandiri Modul Ajar ini menekan pada kemandirian dalam belajar, sehingga Peserta Didik memiliki prakarsa atas pengembangan dirinya yang tercermin dalam kemampuan untuk bertanggung jawab, memiliki rencana strategi, melakukan tindakan dan merefleksikan proses dan hasil pengalamannya.
2. Bermalar Kritis: berpikir secara objektif, sistematis dan saintifik dengan mempertimbangkan berbagai aspek berdasarkan data dan fakta yang mendukung. sehingga dapat membuat keputusan yang tepat dan berkontribusi memecahkan masalah dalam kehidupan, serta terbuka dengan penemuan baru.
3. Kreatif: Modul ajar ini mengajar siswa untuk mampu untuk menghasilkan sesuatu yang orisinal, bermakna bermanfaat dan berdampak.
4. Bergotong-royong: kemampuan untuk bekerja bersama dengan orang lain disertai perasaan senang ketika berada bersama dengan orang lain dan menunjukkan sikap positif terhadap orang lain. Ia terampil untuk bekerja sama dan melakukan koordinasi demi mencapai tujuan bersama dengan mempertimbangkan keragaman latar belakang setiap anggota kelompok.

F. SARANA /PRASARANA

1. Media: *Power Point*
2. Alat :PC/Laptop, Modul/Buku, Proyektor LCD, Internet, *Smartphone*

G. SARANA /PRASARANA

1. Pendekatan : Saintifik
2. Model : *Discovery learning*
3. Metode : Diskusi dan observasi

KOMPONEN INTI

A. ELEMEN

Proses bisnis bidang pemasaran di berbagai industri

B. CAPAIAN PEMBELAJARAN

peserta didik mampu menjelaskan proses bisnis dalam bidang

C. TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti pembelajaran model *discovery learning* dengan metode diskusi dan observasi pada materi ajar: proses bisnis dan pemasaran, diharapkan peserta didik

- a. Mampu memahami bisnis dan pemasaran
- b. Mampu mengidentifikasi jenis-jenis pemasaran
- c. Mampu menganalisis konsep pemasaran
- d. Mampu memahami ruang lingkup pemasaran
- e. Mampu mengevaluasi proses bisnis dan proses pemasaran

D. MATERI

- a. Proses bisnis dan pemasaran (Selengkapnya ada di Lampiran Bahan Ajar)

E. PERTANYAAN PEMANTIK

- a. Apakah pemasaran itu?
- b. Pemasaran Konvensional dan Pemasaran dengan menggunakan media sosial, manakah yang lebih baik dan sesuai dengan perkembangan gaya belanja masyarakat saat ini?

F. PERSIAPAN PEMBELAJARAN

F. PERSIAPAN PEMBELAJARAN

Sebelum belajar, pastikan bahwa:

Guru:

1. Telah menyiapkan materi dalam bentuk ppt.
2. Telah menyiapkan Jobsheet
3. Telah menyiapkan perangkat penilaian.

Peserta Didik:

1. Memperhatikan informasi yang telah dibagikan guru.
2. Mempersiapkan alat tulis.

G. KEGIATAN PEMBELAJARAN

A. Langkah-langkah Pembelajaran

No.	Kegiatan	Deskripsi
PERTEMUAN Ke- 1		
1.	Pendahuluan (15 Menit)	1. Mengucapkan salam, berdoa dan mengecek kebersihan kelas sebelum memulai pembelajaran. 2. Mengabsensi kehadiran peserta didik. 3. Guru menanyakan kabar siswa. 4. Guru melakukan apresiasi yang mengajukan pertanyaan tentang materi yang sudah dipelajari dan terkait dengan materi yang dipelajari. 5. Guru mengaitkan materi dengan kehidupan sehari-hari peserta didik penanggapi stimulus yang diberikan oleh guru. 6. Peserta didik menyimak penyampaian tujuan pembelajaran yang akan dicapai dan teknik penilaian yang akan digunakan.
2.	Kegiatan Inti (150 Menit)	Pemberian rancangan (<i>stimulation</i>) 1. Guru menjelaskan materi jenis-jenis pemasaran dan peserta didik mengamati dan menelaah materi yang disampaikan. Antara lain: digital cloud marketing, public relations marketing, relationship marketing, word of mouth marketing, call to action (CTA). 2. Guru menayangkan sebuah kasus pemasaran, tentang penghambat memperluas pemasaran Identifikasi masalah (<i>problem statement</i>) 3. Siswa diberi kesempatan untuk mengidentifikasi penyebab terjadinya penghambat memperluas pemasaran.

		Pengumpulan data (<i>data collection</i>) 4. Siswa mencatat semua informasi tentang materi yang telah disampaikan dan mencari solusi atas kasus yang telah ditayangkan. Pengolahan data (<i>data processing</i>) 5. Siswa mengolah informasi mengenai solusi kasus tersebut yang diperoleh dari buku/internet Pembuktian (<i>verification</i>) 6. Siswa mendiskusikan hasil pengamatannya dengan teman sebangku. 7. Siswa dan guru secara bersama-sama membahas jawaban atas solusi yang disampaikan oleh siswa. Menarik kesimpulan (<i>generalization</i>) 8. Siswa saling memberikan umpan balik hasil evaluasi pembelajaran yang telah dicapai.
3.	Penutup (15 Menit)	1. Guru bersama siswa menyimpulkan hasil kegiatan yang telah dilakukan. 2. Guru mengajak peserta didik untuk merefleksi pembelajaran hari ini. 3. Guru menyampaikan pokok materi yang akan dibahas pada pertemuan berikutnya.

No.	Kegiatan	Deskripsi
PERTEMUAN Ke- 2		
1.	Pendahuluan (15 Menit)	7. Mengucapkan salam, berdoa dan mengecek kebersihan kelas sebelum memulai pembelajaran. 8. Mengabsensi kehadiran peserta didik. 9. Guru menanyakan kabar siswa. 10. Guru melakukan apresiasi yang mengajukan pertanyaan tentang materi yang sudah dipelajari dan terkait dengan materi yang dipelajari. 11. Guru mengaitkan materi dengan kehidupan sehari-hari peserta didik penanggapi stimulus yang diberikan oleh guru. 12. Peserta didik menyimak penyampaian tujuan pembelajaran yang akan dicapai dan teknik penilaian yang akan digunakan.
2.	Kegiatan Inti (150 Menit)	Pemberian rancangan (<i>stimulation</i>) 9. Guru menjelaskan materi jenis-jenis pemasaran dan peserta didik mengamati dan menelaah materi yang disampaikan. Antara lain: digital cloud marketing, public relations marketing, relationship marketing, word of mouth marketing, call to action (CTA). 10. Guru menayangkan sebuah kasus pemasaran, tentang penghambat memperluas pemasaran Identifikasi masalah (<i>problem statement</i>) 11. Siswa diberi kesempatan untuk mengidentifikasi penyebab terjadinya penghambat memperluas pemasaran. Pengumpulan data (<i>data collection</i>) 12. Siswa mencatat semua informasi tentang materi yang telah disampaikan dan mencari solusi atas kasus yang telah ditayangkan.

		Pengolahan data (<i>data processing</i>) 13. Siswa mengolah informasi mengenai solusi kasus tersebut yang diperoleh dari buku/internet Pembuktian (<i>verification</i>) 14. Siswa mendiskusikan hasil pengamatannya dengan teman sebangku. 15. Siswa dan guru secara bersama-sama membahas jawaban atas solusi yang disampaikan oleh siswa. Menarik kesimpulan (<i>generalization</i>) 16. Siswa saling memberikan umpan balik hasil evaluasi pembelajaran yang telah dicapai.
3.	Penutup (15 Menit)	4. Guru bersama siswa menyimpulkan hasil kegiatan yang telah dilakukan. 5. Guru mengajak peserta didik untuk merefleksi pembelajaran hari ini. 6. Guru menyampaikan pokok materi yang akan dibahas pada pertemuan berikutnya.

H. PENILAIAN

No.	Aspek	Teknik Penilaian	Bentuk Penilaian
1.	Sikap	Observasi	Lembar Pengamatan
2.	Pengetahuan	Tertulis	Kuis
3.	Keterampilan	Presentasi	Portofolio

I. REMIDIAL DAN PENGAYAAN

REMEDIAL
(Soal terlampir)
PENGAYAAN
(Soal terlampir)

J. REFLEKSI PESERTA DIDIK DAN GURU

REFLEKSI GURU

No.	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apakah pembelajaran berhasil	
2.	Apakah metode yang digunakan sesuai dengan karakteristik peserta didik	
3.	Apakah materi tersampaikan dengan baik kepada peserta didik	
4.	Apakah kesulitan yang dialami guru dalam menyampaikan materi	
5.	Apakah langkah yang dilakukan guru untuk mengatasi kesulitan tersebut	

REFLEKSI PESERTA DIDIK

No.	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apakah pembelajaran ini menyenangkan	
2.	Apakah anda memahami materi ini	
3.	Apakah terdapat kesulitan dalam memahami materi ini	
4.	Apakah yang anda lakukan untuk mengatasi kesulitan tersebut	

K. GLOSARIUM

Kapasitas produksi adalah volume atau jumlah produk yang dapat dihasilkan oleh fasilitas produksi atau perusahaan dalam periode tertentu dengan menggunakan sumber daya yang tersedia saat itu.

Kapasitas daya beli adalah kapasitas seseorang individu untuk melakukan tugas dalam suatu pekerjaan dan motivasi sebagai proses yang menjelaskan tentang intensitas arah dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya.

L. DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Wahyuni, A. (2022). Dasar-dasar pemasaran. Malang: PT kuantum Buku Sejahtera.

WEB

Dasar-dasar pemasaran.

Diambil 17 juli 2023, dari <https://Dasar-dasar%20Pemasaran.pdf>

Contoh kasus Pemasaran dan solusinya. Diambil 17 juli 2023, dari <https://www.findira.com/2019/08/contoh-kasus-pemasaran-dan-solusinya.html>

M. DAFTAR LAMPIRAN

LEMBARAN PENILAIAN LKPD



ULANGAN HARIAN (KUIS)
XI PM 1

KUIS

SOAL

1. Seorang sales sedang menawarkan produk kosmetik a dengan mendatang *door to door*. Jenis pasar yang satu ini lebih dikenal dengan
 - A. Pengertian pemasaran
 - B. Pemasaran konvensional**
 - C. Tujuan perusahaan
 - D. Peningkatan mutu tenaga kerja
 - E. Meningkatkan laba perusahaan
2. Merupakan lembaga – lembaga pemerintah yang membeli produk dan jasa agar menghasilkan pelayanan kepada masyarakat umum, atau mengalihkan barang dan jasa itu kepada pihak lain yang membutuhkannya merupakan pasar
 - A. Pasar internasional
 - B. Pasar pemerintah**
 - C. Pasar penjual kembali
 - D. Pasar industri
 - E. Pasar konsumen
3. Perusahaan – perusahaan dan individu yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan dan para pesaing untuk memproduksi barang dan jasa tertentu disebut
 - A. Perusahaan
 - B. Pemasok**
 - C. Perantara pemasaran
 - D. Pelanggan
 - E. Pesaing
4. Konsumen, jika diabaikan, biasanya tidak akan membeli produk organisasi dalam jumlah yang cukup. Karena itu, organisasi harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif merupakan konsep
 - A. Konsep produk
 - B. Konsep pasar
 - C. Konsep produksi
 - D. Konsep pemasaran
 - E. Konsep penjualan**
5. Seorang pemilik toko pakaian membuat website penjualan yang menyediakan berbagai informasi produk yang dijual Pemilik juga menyewa jasa SEO untuk memperoleh penayangan dan peringkat website yang bagus di mesin pencarian Hal tersebut dilakukan agar meningkatkan trafik pengunjung dan kemudian tercipta transaksi melalui website tersebut Dalam hal ini pemilik toko tersebut melakukan teknik pemasaran....
 - A. public relation marketing
 - B. relationship marketing
 - C. digital cloud marketing

D. word of mouth marketing

E. call to action

6. Sebuah restoran baru membuat strategi marketing melalui media sosial instagram dengan mengadakan kontes foto berhadiah untuk pengunjung saat menikmati menu makanan yang kemudian harus dibagikan ke media sosial tersebut dengan menandai minimal tiga orang temannya. Pengunjung yang beruntung akan mendapatkan hadiah uang dan voucher makan di restoran tersebut. Strategi yang dipakai dalam pemasaran tersebut..
 - A. public relation marketing
 - B. relationship marketing
 - C. digital cloud marketing
 - D. word of mouth marketing**
 - E. call to action
7. Target penjualan produk atau layanan jasa akan dapat tercapai apabila strategi dilakukan dengan efektif. Berikut ini langkah-langkah yang ditempuh oleh divisi pemasaran agar produk atau layanan jasa dapat terpenuhi dan mencapai target penjualan, kecuali
 - A. Komunikasi baik**
 - B. display yang menarik
 - C. strategi penawaran harga yang baik
 - D. pemberian bonus
 - E. meningkatkan produk
8. Saat situs marketplace hanya menyediakan lapak untuk berjualan dan fasilitas pembayaran sehingga penjual yang melakukan kerjasama marketplace diberikan keleluasaan dalam penjualan dengan menyediakan deskripsi dan foto produk secara mandiri merupakan kerjasama.....
 - A. marketplace murni
 - B. marketplace konsinyasi**
 - C. marketplace konvensional
 - D. marketplace offline
9. Pada pasar ini terdapat kumpulan konsumen yang mempunyai minat penghasilan, akses terhadap suatu penawaran pasar adalah...
 - A. Pasar potensial (potential marketing)
 - B. Pasar yang tersedia (available market)**
 - C. Qualified available market
 - D. Served market atau target market
 - E. Pasar penetrasi (penetration market)
10. Kegiatan pemasaran tidak dapat dilepaskan dari kegiatan bisnis, karena pemasaran bersifat menyeluruh, terpadu, terencana dalam yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu.....
 - A. bersaing dengan barang atau jasa yang sejenis
 - B. mengakomodir permintaan pasar**
 - C. mewujudkan visi misi perusahaan
 - D. memproduksi barang atau jasa sesuai target yang ditetapkan
 - E. memperoleh kepuasan pelanggan

MATERI DASAR-DASAR PEMASARAN

Pemasaran sebagaimana diketahui menurut sebuah usaha. Tanpa pemasaran tidak ada yang namanya persatuan, Pengertian pemasaran menurut pakar marketing asal Amerika Serikat (AS) Pill Kotler mengatakan Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain. Banyak yang menganggap bidang ini identik atau sama dengan bidang penjualan. Sesungguhnya pemasaran memiliki arti yang luas daripada penjualan. Bidang penjualan merupakan bagian dan bidang pemasaran sekaligus merupakan bagian terpenting dan bidang pemasaran itu sendiri. Pemasaran merupakan bisnis yang dinamis dan kegiatannya berupa gabungan hasil interaksi dari berbagai kegiatan yang programnya di mulai dengan sebutir gagasan produk dan tidak berhenti sampai keinginan konsumen benar-benar terpuaskan memahami perencanaan usaha, langkah selanjutnya mempelajari dan melatih bagaimana barang dan jasa hasilkan itu distribusikan atau dipasarkan.

A. BISNIS DAN PEMASARAN

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu dan sekelompok orang (organisasi) yang menciptakan nilai (*create value*) melalui penciptaan barang dan jasa (*create of good and service*) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi sedangkan. Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

1. Pengertian Tujuan dan Fungsi Pemasaran

Seperti kita ketahui, pemasaran adalah suatu proses yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan bisnis, yaitu suatu proses menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum.

a. Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran secara umum adalah:

1). Promosi Produk atau Layanan Jasa

Tujuan yang pertama dalam pemasaran adalah memperkenalkan atau promosi produk yang telah diproduksi kepada para calon konsumen secara umum. Promosi sendiri dapat kita artikan sebagai mengiklankan suatu produk atau merek atau suatu produk atau layanan jasa. Dalam melaksanakan aktivitas promosi banyak media yang dapat digunakan dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan serta modal yang dimiliki

2). Realisasi Target Penjualan Produk atau Layanan Jasa

Baik perusahaan skala besar maupun kecil tentu memiliki target yang harus terpenuhi dalam satu satuan waktu. Dengan pemasaran yang efektif maka perusahaan tentu akan memperoleh penjualan yang maksimal, namun hal ini tergantung dengan jenis strategi pemasaran apa yang digunakan. Dalam sebuah pemasaran, terdapat divisi khusus yang bertugas untuk memasarkan produk. Divisi tersebut memiliki kemampuan lebih dalam mempromosikan produk dengan komunikasi yang baik, display yang menarik, strategi penawaran harga yang mahir, bonus dan lain sebagainya, sehingga target yang ditetapkan oleh perusahaan dapat tercapai dengan baik

3). Mengetahui Kepuasan Konsumen

Strategi pemasaran yang baik selalu berorientasi pada kepuasan konsumen. Karena dengan begitu, para konsumen diharapkan bersedia menggunakan produknya lagi, lagi dan lagi di lain waktu dan di masa yang akan datang

c. Fungsi pemasaran dalam bisnis

Untuk dapat Mencapai tujuan dan bisnis tersebut, marketing memiliki fungsi-fungsi penting dalam perusahaan yang dibagi menjadi tiga jenis Fungsi-fungsi tersebut adalah fungsi pertukaran, fungsi distribusi fisik dan fungsi perantara

1) Fungsi Pertukaran (*Exchange*)

Lewat dilakukannya pemasaran, konsumen dapat mengetahui dan membeli suatu produk yang dipasarkan oleh produsen dengan uang ataupun barang lain yang senilai. Produk yang sudah dibeli bisa digunakan untuk keperluan pribadi atau dijual lagi demi mendapat keuntungan.

Dalam fungsi pertukaran, terdapat dua fungsi lain yang mendukung fungsi pertukaran yaitu:

a) Fungsi Penjualan

Esensi dari fungsi penjualan adalah mempertemukan penjual dan pembeli (permintaan dan penawaran) baik itu secara langsung maupun tidak langsung dengan melalui perantara seperti para agen, sales, dan lain sebagainya

b) Fungsi Pembelian

Fungsi pembelian yaitu seluruh aktifitas atau hal yang penting untuk diperhatikan dalam rangka mendapatkan produk atau layanan jasa yang sesuai dengan kriteria baik itu kualitas maupun kuantitas seperti yang diinginkan konsumen. Kemudian mengusahakan produk yang sesuai kriteria tersebut siap dipergunakan pada waktu, kondisi, dan tempat tertentu dengan harga yang kompetitif.

2) Fungsi Penyimpanan dan Pendistribusian (*Storage and Distribution*)

Penyimpanan dan pendistribusian merupakan fungsi pemasaran yang kedua, dimana produk-produk yang telah dihasilkan oleh produsen perlu untuk di simpan dalam waktu tertentu dan kemudian didistribusikan kepada para agen- agen atau bahkan langsung kepada para konsumen, sehingga waktu dan tempat merupakan hal penting untuk lebih diperhatikan. Fungsi yang kedua ini meliputi:

- a) Pemrosesan (Produk di proses (pengolahan dan pengemasan untuk siap di jual kepada konsumen)
- b) Penyimpanan atau Penggudangan (Menyimpan produk yang telah jadi sampai pada saat siap untuk di salurkan kepada konsumen)
- c) Pengangkutan dan Distribusi (Pemindahan produk dari produsen kepada agen agen atau langsung ke konsumen akhir)

3) Fungsi Perantara (*Intermediaries*)

Fungsi terakhir yang dimiliki marketing adalah fungsi perantara yang berfungsi sebagai pembiayaan, pencarian informasi pengelompokan produk dan lain sebagainya untuk dapat menyampaikan produk kepada konsumen. Fungsi ini menghubungkan fungsi lainnya yaitu fungsi pertukaran dan distribusi fisik.

2. Peran Pemasaran Dalam Bisnis

Setelah mengetahui fungsi dan pemasaran yaitu fungsi pertukaran, distribusi fisik dan perantara. Kalian juga harus memahami pentingnya peran marketing dalam suatu bisnis.

a. Sebagai Sales

Salah satu peran penjualan, utama pemasaran dalam bisnis adalah sebagai sales atau karena seperti yang kita ketahui salah satu unsur penting dari sebuah bisnis adalah laba yang didapatkan dan proses penjualan suatu barang atau jasa yang dihasilkan dari bisnis tersebut.

b. Sebagai Promosi

Marketing juga berperan untuk mempromosikan bisnis dan produk yang dihasilkan bisnis tersebut, baik berupa barang maupun jasa

d. Riset dan Pengembangan

Selain berperan sebagai sales dan promosi, marketing juga berperan dalam hal riset dan pengembangan produk agar produk yang disediakan bisnis selalu *up to date* dan dapat memenuhi kebutuhan

e. Implementasi dari Konsep *Marketing Communication*

Marketing *communication* atau komunikasi pemasaran merupakan suatu bidang dalam kom yang bertugas menjalankan strategi komunikasi dalam mengkomunikasikan.

B. JENIS-JENIS PEMASARAN

Perkembangan dunia bisnis membuat proses marketing ikut berkembang. Sales satu bukti perkembangannya adalah kemunculan marketing online yang bisa diartikan sebagai usaha pengenalan produk atau jasa lewat internet. Dulu pemasaran hanya terbatas pada bentuk fisik seperti papan reklame (*billboard*), pamflet, hingga spanduk. Namun sekarang sudah muatan merambah dunia digital seperti di *social media*, *online advertising*, dan lainnya. Adapun jenis-jenis pemasaran diantaranya adalah:

1. **Digital Cloud Marketing**

Digital Cloud Marketing merupakan jenis pemasaran dimana permintaan dan penawaran bertemu melalui media online untuk selanjutnya melakukan transaksi. Penjual dan menjangkau banyak konsumen yang tersebar di seluruh penjuru dunia dengan menginginkan informasi produk yang dijual dalam media *online*.

Sedangkan pembeli diberi kemudahan dalam berbelanja produk yang diinginkan cara dengan membuka media online atau dikenal dengan marketplace dan kemudian Membeli produk yang di harapkan tanpa harus keluar rumah, dalam artian bel wah ada di media online. *Marketplace* yang populer dikunjungi seperti bukalapak, tokopedia, dia shopee, dan banyak yang lain.

2. **Public Relations Marketing**

Public Relations Mating atau yang dikenal dengan sebutan pemasaran hubungan masyarakat Jenis pemasaran ini lebih dominan untuk bekerja sama dengan sebuah media informasi publik yang besar untuk bersama-sama mengenakan dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya penggunaan produk yang dihasilkan oleh mereka. Serta tidak lupa menginformasikan akan keuntungan yang diperoleh apabila konsumen menggunakan produk-produk tersebut.

3. **Relationship Marketing**

Jenis pasar yang satu ini lebih dikenal dengan pemsaran mulut ke mulut. Dalam artian divisi pemasaran membuat strategi khusus agar supaya konsumennya bersedia mengajak konsumen lain untuk menggunakan produknya. Dengan begitu jangsan pemasaran akan semakin lebih luas dan jumlah konsumen akan semakin meningkat.

4. **Word of Mouth Marketing**

Dalam jenis marketing ini, tidak jarang devisi pensaran memberkanmbalan atau hadiah kepada para konsumen yang mau mengajak konsumen lainnya untuk menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Dengan begitu para konsumen akan lebih semangat untuk menyebarkan informasi produk nya

Selain itu, dalam strategi pemasaran ini juga sering menggunakan sosial media yang lag hits saat ini, di saat seorang konsumen suka atas produk makanan yang di sajikan cantik oleh suatu restoran. Tidak sungkan konsumen tersebut mengambil gambar makanan dan meng -upload dan share dalam media sosial yang ia milik. Hal tersebut pasti akan mengundang pengguna medsos lain untuk mencoba makanan yang disajikan oleh restoran tersebut

5. **Call to Action (CTA)**

Jenis pemasaran ini merupakan salah satu jenis pemasaran menggunakan media online dengan metode yang berbeda yaitu dengan penggunaan website pribadi Seorang seller akan membuat *website* dan menggunakan seluruh data informasi

produk yang ia dijual kedalamnya, kemudian sang pemilik *website* yang juga seller tersebut berusaha agar websitenya memiliki trafik atau pengunjung situsnya banyak. Dengan semakin banyaknya pengunjung dan banyak melakukan transaksi dalam website tersebut, itu artinya *website* tersebut telah melakukan pemasaran CTA.

C. KONSEP PEMASARAN

Konsep pemasaran adalah suatu falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsep merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Ada beberapa dasar konsep pemasaran yang perlu diketahui antara lain:

1) Kebutuhan (*Needs*)

Kebutuhan merupakan bawaan dasar biologis setiap insan dan tidak bisa direkayasa oleh pemasar, bersifat internal

2) Keinginan (*Wants*)

Keinginan merupakan hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan yang lebih mendalam

4) Permintaan (*Demands*)

Permintaan merupakan keinginan akan suatu produk spesifik yang didukung kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.

5) Produk

a. Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan guna memuaskan kebutuhan dan keinginan.

b. Jasa adalah setiap kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang pada dasarnya tidak sesuatu terlihat wujudnya dan tidak mengakibatkan seseorang memilih.

6) Nilai, Budaya, dan Kepuasan

Konsep dasar yang berlaku di sini adalah nilai pelanggan atau customer value.

7) Pertukaran, Transaksi, dan Hubungan

Pertukaran merupakan cara untuk memperoleh sesuatu baik itu produk maupun jasa yang diinginkan dari seseorang atau lembaga.

8) Pasar

Ada 5 tingkat pengertian pasar yaitu:

1) Pasar Potensial (*Potential Marketing*)

Pasar ini terdiri dari kumpulan konsumen yang mempunyai tingkat minat tertentu terhadap suatu penawaran pasar

2) Pasar yang Tersedia (*Available Market*)

Pada pasar ini terdapat kumpulan konsumen yang mempunyai minat, penghasilan akses terhadap suatu penawaran pasar

3) Pasar Tersedia yang Memenuhi Syarat (*Qualified Available Market*)

Pada pasar ini terdapat kumpulan konsumen yang mempunyai minat, penghasilan akses dan kualifikasi untuk penawaran pasar tertentu

4) Pasar yang Dilayani (*Served merupakan bagian Market atau Target*)

Pasar ini merupakan bagian dari *Qualified Available market* yang akan diakses perusahaan.

5) Pasar Penetrasi (*Penetrasi Market*)

Ini adalah pasar yang terakhir, di mana terdapat sekumpulan konsumen yang benar-benar telah membeli baik itu produk maupun jasa.

D. LINGKUP PEMASARAN

Pemasaran menyangkut lingkup yang sangat luas mencakup semua kegiatan mulai kondisi hingga kegiatan yang mencakup realisasi laba

1. Kegiatan pemasaran

Kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitan dengan pasar lingkup pemasaran yaitu:

1) Organisasi

Pemasaran organisasi ditujukan untuk menaikkan nama dan citra organisasinya di mata masyarakat umum. Dan tugas suatu organisasi adalah untuk mengatur kegiatan dengan baik, organisasi bertanggung jawab pada perencanaan dan perdagangan barang, pemasaran analisis dan pengawasan penjualan, perencanaan pemasaran, tentorial dan kuota pengawasan persediaan, penjadwalan produksi, serta

2) Pada pasar pokoknya pasar dikelompokkan menjadi 4 golongan yaitu

- a. Pasar konsumen, sekelompok pembeli yang membeli barang untuk dikonsumsi dan barang yang dibeli adalah barang konsumsi
- b. Pasar industri: pasar yang terdiri atas individu dan lembaga yang membeli barang-barang untuk dipakai lagi baik secara langsung maupun tidak langsung dan barang yang dibeli adalah barang industri. Pasar penjual suatu pasar yang terdiri dari individu dan organisasi yang membeli barang dengan maksud dijual atau disewakan lagi agar mendapat laba
- c. Pasar pemerintah: pasar dimana terdapat lembaga-lembaga pemerintahan seperti departemen-departemen, direktorat, kantor dinas, dll

3) Produk

Produk yang dimaksud disini adalah semua barang dan jasa yang dihasilkan atau diproduksi oleh suatu perusahaan dan kemudian memasarkannya

4) Saluran Distribusi

Saluran yang digunakan produsen untuk menyalurkan barang tersebut dan produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri,

5) Penentuan harga

Ada dua pendekatan pokok dalam penentuan harga jual yaitu pendekatan biaya dan pendekatan pasar atau persaingan

6) Promosi dan periklanan

Promosi adalah upaya atau cara untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Sedangkan Iklan adalah segala bentuk pesan promosi benda seperti barang, jasa, tempat usaha, dan ide yang disampaikan melalui media dengan biaya sponsor dan ditujukan kepada sebagian besar masyarakat

2. Pemasaran konvensional dan pemasaran digital

Pemasaran digital adalah pemasaran produk atau layanan dengan menggunakan teknologi digital melalui internet, media sosial, telepon seluler, atau media digital lainnya.

1) Bisnis dan pemasaran online

Bisnis/pemasaran online adalah bisnis / pemasaran yang menggunakan media syarat utama yaitu koneksi internet dan hanya menampilkan bentuk gambar visual saja yang mewakili produk fisiknya, secara garis besar dapat di bagi tiga:

- a. Berjualan di akun situs marketplace dan sejenisnya
- b. Berjualan di akun sosial media
- c. Memiliki website dan toko online

2) Bisnis dan pemasaran offline/konvensional

Bisnis/pemasaran offline adalah bisnis yang dilakukan secara konvensional menawarkan produk langsung ke pembeli, serta fisik dari produk yang ditawarkan dapat dirasakan oleh semua pancaindra yang dimiliki, Strategi bisnis yang satu ini memang tidak menerapkan internet dalam menjangkau pasar

Sebagai contoh pemasaran melalui media seperti televisi, koran, poster, ataupun memasang billboard di pinggir jalan.

Bisnis dan pemasaran offline/konvensional secara garis besar Berjualan di mall dan tempat keramaian

- a. Berjualan di pasar dan pusat perbelanjaan
- b. Membangun sebuah toko dan perkantoran

3. Bentuk pasar online

Bentuk pasar online yaitu

1) *E-Commerce*

E-commerce (*Elektronik Commerce*) atau dalam bahasa Indonesia Perdagangan Secara Elektronik adalah proses pembelian maupun penjualan produk secara elektronik e-commerce sendiri makin berkembang beberapa tahun belakangan ini dan secara bertahap menggantikan toko tradisional (*Offline*)

2) *Online Marketplace*

Online marketplace atau *marketplace* merupakan sebuah pasar online yang mempertemukan penjual dan pembeli dengan tidak harus bertatap muka atau bertemu langsung. Pada umumnya terdapat dua jenis kerja sama di situs *marketplace* Indonesia, yaitu *marketplace* murni dan konsinyasi

a. *Marketplace Murni*

Kerjasama *marketplace* murni adalah ketika situs *marketplace* hanya menyediakan tapak untuk berjualan dan fasilitas pembayaran. Penjual yang melakukan kerjasama *marketplace* diberikan keleluasaan lebih banyak dibandingkan kerjasama konsinyasi. Penjual berkewajiban untuk menyediakan deskripsi dan foto produk secara mandiri. Selain itu, penjual juga dapat menerima penawaran harga dari pembeli.

b. *Marketplace Konsinyasi*

Jenis kerjasama yang kedua adalah konsinyasi atau istilah mudahnya adalah titip barang. Jika penjual melakukan kerjasama konsinyasi dengan situs *marketplace*, ia hanya perlu menyediakan produk dan detail informasi ke pihak *marketplace*.

3) *Online shop* atau toko *online*

online shop atau yang sering disebut dengan toko online yaitu sistem belanja *online* yang mana pembeli dapat menanyakan harga atau pertanyaan apapun terkait produk kepada penjual secara langsung, dapat melalui *Telephone* maupun *Whatsapp*.

E. PROSES BISNIS DALAM BIDANG PEMASARAN

Dalam menjalankan bisnis, setiap perusahaan memiliki proses bisnis yang berbeda-beda, Proses bisnis adalah tentang langkah-langkah yang tepat yang memainkan peran penting dalam memberikan penawaran kepada pelanggan

Tahapan pada proses ini dimulai dan:

1. Menganalisis Kegiatan Bisnis

Di tahap ini, manajemen perusahaan bersama dengan *owner* akan berdiskusi mengenai bisnis apa yang akan cocok untuk dijalankan perusahaan. Proses ini akan berfungsi untuk mengetahui dan mengetahui proses bisnis yang sesuai untuk dijalankan.

2. Menentukan Proses

Bisnis setelah berdiskusi, manajemen perusahaan akan menentukan proses dan bidang usaha biasanya meliputi berapa biaya yang akan dikeluarkan hingga sebuah bisnis akan mendapatkan pendapatan atau penghasilan.

3. Pelaksanaan Proses Bisnis

sebuah bisnis tidak akan berjalan jika tidak ada pergerakan dari setiap pihak yang terlibat. Maka dari itu, seluruh tim/pihak/karyawan harus bekerja dengan sungguh-sungguh agar mencapai tujuan bisnis

4. Evaluasi

Setelah melewati proses penentuan, diskusi, dan pelaksanaan, tahap terakhir yang tidak kalah penting adalah evaluasi proses bisnis. Evaluasi disini akan menilai apakah setiap pihak atau karyawan perusahaan telah bekerja dengan baik dan apakah proses tersebut dapat memberikan manfaat bagi perusahaan.

contoh

Penjualan

Terdapat beberapa unsur dan proses bisnis penjualan

- a. Tujuan: Membeli stok barang dan distributor dan menjual kembali produk kepada konsumen
- b. Pihak yang terkait: Karyawan gudang, karyawan pembelian sales, dan vendor/pasar
- c. Input Permintaan pembelian serta pengulangan pemesanan
- d. Output: Pesanan konsumen

Bisnis pemasaran pada dasarnya terkait penciptaan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan. Proses pemasaran yaitu merupakan

tahapan dimana barang ataupun jasa dapat sampai ke tangan konsumen dari produsen
Siapa saja Pelaku dalam Pemasaran?

1. Pemasar (*marketer*) : Seseorang yang mencari respon (Perhatian Pembelian Dukungan) dari pihak lain.
2. Prospek: Pemberi respons
3. Pasar: Tempat dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang
4. Saluran Distribusi

Yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Tempat meliputi antara lain *channel, coverage, assortments, locations, inventory, and transport*. Pemasar juga bertindak sebagai distributor dimana tugasnya adalah menjadi penghubung antara produsen dan konsumen agar memperlancar kegiatan perekonomiannya.

5. Promosi.

Promosi yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Variabel promosi meliputi antara lain *sales promotion, advertising, sales force, public relation, and direct marketing*. Promo dilakukan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada para konsumen agar mereka tertarik untuk membeli. Cara promosi ini dapat dilakukan melalui iklan. Agar konsumen atau calon pembeli tertarik dengan apa yang ditawarkan, maka promosi ini harus dilakukan semenarik mungkin.

6. Pembelian

Setelah promosi dilakukan dan terjadi ketertarikan konsumen, maka yang terjadi adalah Pembelian

Bagi kalian yang ingin memulai usaha, beberapa proses pemasaran berikut perlu dipahami dengan baik

Adapun proses pemasaran terdiri dari:

1. Adanya Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dipegang, dibeli atau dikonsumsi. Dimulai dengan adanya produk atau jasa yang ditawarkan sangatlah penting sebagai awal terjadinya proses pemasaran. Sehingga, pemasar dapat menjawab pertanyaan tentang apa yang akan dipasarkannya

2. Penetapan Harga

Harga yaitu sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hak milik produk. Harga meliputi *last price, discount, allowance, payment period, credit, terms, and retail price*. Melalui penetapan harga, pemasar bisa memasarkan.

Lampiran 9. Hasil Kelayakan Materi *Draf I*

LEMBAR VALIDASI MATERI

Judul Penelitian : Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis *Android* (Siswa Kelas X Pemasaran Materi Bisnis dan Pemasaran di SMK Negeri 1 Kraksaan)

Peneliti : Moh. Imam Firmansyah

Yang terhormat Bapak/Ibu isi/materi media pembelajaran berbasis *android*, saya Moh. Imam Firmansyah mahasiswa tingkat akhir program studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember. Memohon Bapak/Ibu untuk mengisi lembar validasi di atas isi/materi pada media pembelajaran berbasis *android* yang saya kembangkan sebagai tugas akhir saya.

Pentujuk Pengisian

- 1) Mohon untuk Bapak/Ibu bersedia memberikan penilaian pada setiap pernyataan dalam lembar validasi dengan memberikan tanda *check* (✓) pada kolom bilai sesuai dengan skala berikut:

Keterangan

1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Cukup
4	Setuju
5	Sangat setuju

- 2) Kritik dan saran Bapak/Ibu sangat bermanfaat untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas media pembelajaran berbasis *android* yang dikembangkan.

No.	Indikator	Skor Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Materi sesuai dengan kompetensi dasar					✓
2.	Terdapat pengenalan definisi, studi kasus dan latihan soal					✓
3.	Materi yang diberikan memiliki konsep dan definisi yang mudah dipahami siswa					✓
4.	Materi yang diberikan sesuai dengan keadaan fakta sebenarnya mudah diberikan mudah dimengerti				✓	
5.	Materi yang ditampilkan sesuai contoh kasus yang ada pada kehidupan sehari-hari			✓		
6.	Istilah materi sesuai dengan bidang ilmu berlaku					✓
7.	Sumber rujukan yang digunakan relevan dengan materi pembelajaran.					✓

Komentar dan Saran

Materi yg di tampilkan harus mudah dipahami siswa dan dimasukkan / ditambahkan untuk kearifan lokal agar mudah dipahami siswa.
 ✓ soal juga bisa berupa soal cerita yg terkait dg materi yg diajarkan

Kesimpulan

1. Layak diujikan.
2. Layak diujikan setelah revisi sesuai saran.
3. Tidak layak diujikan.

$$\text{Persentase Kelayakan Materi} = \frac{32}{35} 100\% = 91,42\%$$

Kraksaan,
 Validator Materi, 06, November 2023


 ATIEK KETYORINI

Lampiran 10. Hasil Kelayakan Materi *Draf II*

LEMBAR VALIDASI MATERI

Judul Penelitian : Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis *Android*
(Siswa Kelas X Pemasaran Materi Bisnis dan Pemasaran di
SMK Negeri 1 Kraksaan)
Peneliti : Moh. Imam Firmansyah

Yang terhormat Bapak/Ibu isi/materi media pembelajaran berbasis *android*, saya Moh. Imam Firmansyah mahasiswa tingkat akhir program studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember. Memohon Bapak/Ibu untuk mengisi lembar validasi di atas isi/materi pada media pembelajaran berbasis *android* yang saya kembangkan sebagai tugas akhir saya.

Pentunjuk Pengisian

- 1) Mohon untuk Bapak/Ibu bersedia memberikan penilaian pada setiap pernyataan dalam lembar validasi dengan memberikan tanda *check* (✓) pada kolom bilai sesuai dengan skala berikut:

Keterangan

1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Cukup
4	Setuju
5	Sangat setuju

- 2) Kritik dan saran Bapak/Ibu sangat bermanfaat untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas media pembelajaran berbasis *android* yang dikembangkan.

No	Indikator	Skor Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Materi sesuai dengan kompetensi dasar					✓
2.	Terdapat pengenalan definisi, studi kasus dan latihan soal					✓
3.	Materi yang diberikan memiliki konsep dan definisi yang mudah dipahami siswa					✓
4.	Materi yang diberikan sesuai dengan keadaan fakta sebenarnya mudah diberikan mudah dimengerti				✓	
5.	Materi yang ditampilkan sesuai contoh kasus yang ada pada kehidupan sehari-hari				✓	
6.	Istilah materi sesuai dengan bidang ilmu berlaku					✓
7.	Sumber rujukan yang digunakan relevan dengan materi pembelajaran.					✓

Komentar dan Saran

Layak digunakan

Kesimpulan

- ① Layak digunakan.
2. Layak diujikan setelah revisi sesuai saran.
3. Tidak layak diujikan.

$$\frac{\text{Persentase Kelayakan Materi}}{35} = \frac{33}{35} 100\% = 94,28\%$$

Kraksaan,
Validator Materi, 13 November 2023


ARIEK SETYODIH

Lampiran 11. Rekapitulasi Hasil Kelayakan Materi *Draf I* dan *Draf II*

REKAPITULASI HASIL KELAYAKAN MATERI

Ahli Materi Tatiek Setyorini S,E

No	Indikator	Hasil <i>Draf I</i>	Hasil <i>Draf II</i>
1.	Materi sesuai dengan kompetensi dasar	5	5
2.	Terdapat pengenalan definisi, studi kasus dan latihan soal	5	5
3.	Materi yang diberikan memiliki konsep dan definisi yang mudah dipahami oleh siswa	5	5
4.	Materi yang diberikan sesuai dengan fakta sebenarnya mudah diberikan dan mudah dimengerti	4	4
5.	Materi yang ditampilkan sesuai dengan contoh kases yang ada pada kehidupan sehari-hari	3	4
6.	Istilah materi sesuai dengan bidang ilmu berlaku	5	5
7.	Sumber rujukan yang digunakan relevan materi pembelajaran	5	5
Jumlah		32	33
Presentase		91,42%	94,28%

Lampiran 12. Hasil Kelayakan Desain *Draf I*

LEMBAR VALIDASI MEDIA

Judul Penelitian : Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis *Android*
(Siswa Kelas X Pemasaran Materi Bisnis dan
Pemasaran di SMKNegeri 1 Kraksaan)

Peneliti : Moh. Imam Firmansyah

Yang terhormat Bapak/Ibu isi/materi media pembelajaran berbasis *android*, saya Moh. Imam Firmansyah mahasiswa tingkat akhir program studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember. Memohon Bapak/Ibu untuk mengisi lembar validasi di atas isi/materi pada media pembelajaran berbasis *android* yang saya kembangkan sebagai tugas akhir saya.

Petunjuk Pengisian

- 1) Mohon untuk Bapak/Ibu bersedia memberikan penilaian pada setiap pernyataan dalam lembar validasi dengan memberikan tanda *check* (✓) pada kolom bilal sesuai dengan skala berikut:

Keterangan

1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Cukup
4	Setuju
5	Sangat setuju

- 2) Kritik dan saran Bapak/Ibu sangat bermanfaat untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas media pembelajaran berbasis *android* yang dikembangkan

No.	Indikator	Skor Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Penempatan unsur tata letak konsisten				✓	
2.	Tidak menggunakan terlalu banyak kombinasi jenis huruf					✓
3.	Penggunaan variasi huruf (<i>bold, italic, all, small capital</i>) tidak berlebihan					✓
4.	Tampilan media dapat dengan tepat memberikan gambaran mengenai materi dan secara visual dapat mengungkap jenis ilustrasi yang ditampilkan berdasarkan materi					✓
5.	Keseluruhan ilustrasi serasi					✓
6.	Tata letak <i>background</i> yang tidak mengganggu materi					✓
7.	Kreatif, tampilan media pembelajaran disajikan secara kreatif sehingga mampu menarik minat siswa				✓	

Komentar dan Saran

Pada Page soal perlu diperbaiki mengenai skor hasil soal

Kesimpulan

1. Layak diujikan.
- ② Layak diujikan setelah revisi sesuai saran.
3. Tidak layak diujikan.

$$\text{Persentase Kelayakan Desain} = \frac{33}{35} 100\% = 94,28\%$$

Kraksaan,
Validator Media, 07, November 2021

[Signature]
Fitriyanti Pramanita - S

Lampiran 13. Hasil Kelayakan Desain *Draf II*

LEMBAR VALIDASI DESAIN

Judul Penelitian : Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis *Android*
(Siswa Kelas X Pemasaran Materi Bisnis dan Pemasaran di
SMK Negeri 1 Kraksaan)

Peneliti : Moh. Imam Firmansyah

Yang terhormat Bapak/Ibu isi/materi media pembelajaran berbasis *android*, saya Moh. Imam Firmansyah mahasiswa tingkat akhir program studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember. Memohon Bapak/Ibu untuk mengisi lembar validasi di atas isi/materi pada media pembelajaran berbasis *android* yang saya kembangkan sebagai tugas akhir saya.

Pentunjuk Pengisian

- 1) Mohon untuk Bapak/Ibu bersedia memberikan penilaian pada setiap pernyataan dalam lembar validasi dengan memberikan tanda *check* (✓) pada kolom bilai sesuai dengan skala berikut:

Keterangan

1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Cukup
4	Setuju
5	Sangat setuju

- 2) Kritik dan saran Bapak/Ibu sangat bermanfaat untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas media pembelajaran berbasis *android* yang dikembangkan.

No.	Indikator	Skor Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Penempatan unsur tata letak konsisten					✓
2.	Tidak menggunakan terlalu banyak kombinasi jenis huruf					✓
3.	Penggunaan variasi huruf (<i>bold, italic, all, small capital</i>) tidak berlebihan					✓
4.	Tampilan media dapat dengan tepat memberikan gambaran mengenai materi dan secara visual dapat mengungkap jenis ilustrasi yang ditampilkan berdasarkan materi					✓
5.	Keseluruhan ilustrasi serasi					✓
6.	Tata letak <i>background</i> yang tidak mengganggu materi					✓
7.	Kreatif, tampilan media pembelajaran disajikan secara kreatif sehingga mampu menarik minat siswa				✓	
Total						
Presentase						

Komentar dan Saran

Layak digunakan

Kesimpulan

1. Layak digunakan.
2. Layak diujikan setelah revisi sesuai saran.
3. Tidak layak diujikan.

$$\text{Persentase Kelayakan Desain} = \frac{34}{35} 100\% = 97,17\%$$

Kraksaan,
Validator Desain, 13 November 2023


Fitriyanti Purnama - G.

Lampiran 14. Rekapitulasi Hasil Kelayakan Desain Draf I dan Draf II

REKAPITULASI HASIL KELAYAKAN DESAIN

Ahli Desain Fitriya Pramunita, S.T

No	Indikator	Hasil <i>Draf I</i>	Hasil <i>Draf II</i>
1.	Penempatan unsur tata letak konsisten	4	5
2.	Tidak menggunakan terlalu banyak kombinasi jenis huruf	5	5
3.	Penggunaan variasi huruf (<i>bold, italic, all, small capital</i> tidak berlebihan)	5	5
4.	Tampilan media dapat dengan memberikan gambaran mengenai materi dan secara visual dapat mengungkap jenis ilustrasi yang ditampilkan berdasarkan materi	5	5
5.	Keseluruhan ilustrasi serasi	5	4
6.	Tata letak background yang tidak mengganggu materi	5	5
7.	Kreatif, tampilan media pembelajaran disajikan secara kreatif sehingga mampu menarik minat siswa	4	4
Jumlah		33	33
Presentase		94,28%	97,17%

Lampiran 15. Nama Siswa

DAFTAR NAMA SISWA KELOMPOK TERBATAS
SMA NEGERI 1 KRAKSAAN

Nama Guru : Nur Hayati S.Pd

Kelas : X PM 2 Terbatas

Mata Pelajaran : Dasar-Dasar Pemasaran

Ajaran : 2023/2024

No.	Nama	L/P	Kelas
1.	Adamul Holiq	L	X Pemasaran 2
2.	Azizah	P	X Pemasaran 2
3.	Flora Wati	P	X Pemasaran 2
4.	Moh Fauzan	L	X Pemasaran 2
5.	Moh Mario Efendi	L	X Pemasaran 2
6.	Muh. Alif Ainur Rohman	L	X Pemasaran 2
7.	Pramata Jamuri	L	X Pemasaran 2
8.	Siti Nur Aisyah	P	X Pemasaran 2
9.	Sulastri	P	X Pemasaran 2
10.	Wirdatul Haksufah	P	X Pemasaran 2

Lampiran 16. Angket Respon Siswa

**LEMBAR ANGKET RESPONS SISWA TERHADAP
KEMENARIKAN MEDIA PEMBELAJARAN
BERBASIS ANDROID**

Judul Penelitian : Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis *Android*
(Siswa Kelas X Pemasaran Materi Bisnis dan
Pemasaran di SMKNegeri 1 Kraksaan)

Peneliti : Bisnis dan Pemasaran

Peneliti : Moh. Imam Firmansyah

Nama Siswa : Muk. Alif Ainur Rohman.

Kelas : X pm 2

Pentujuk Pengisian

Jawablah pertanyaan berikut dan berikan tanda *check (√)* pada kolom bilal sesuai dengan skala berikut. Jangan lupa berikan komentar pada media pembelajaran berbasis *android*.

1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Cukup
4	Setuju
5	Sangat setuju

Keterangan

No.	Indikator	Skor Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Media pembelajaran berbasis <i>android</i> mudah digunakan				√	
2.	Media yang digunakan mudah diterima oleh siswa dalam memahami materi.					√
3.	Media pembelajaran berbasis <i>android</i> untuk memberikan kemudahan pemahaman capaian pembelajaran pada materi bisnis dan pemasaran					√
4.	Materi teks dan video dapat mudah dipelajari secara mandiri				√	
5.	Tampilan media pembelajaran berbasis <i>android</i> dikemas secara menarik					√

$$\text{Persentase Kemenarikan Media} = \frac{41}{50} 100\% = 82\%$$

Komentar dan Saran

Menyediakan opsi kolaborasi dengan pengguna lain

Kraksaan, 13 November 2023
Siswa

 13. NOV. 2023

Lampiran 17. Rekapitulasi Data Perolehan Angket Respon Siswa

REKAPITULASI DATA PEROLEHAN ANGKET RESPON SISWA

KELOMPOK TERBATAS

No.	Nama	Indikator				
		1	2	3	4	5
1.	Adamul Holiq	4	5	5	5	5
2.	Azizah	4	5	4	5	5
3.	Flora Wati	5	5	5	4	4
4.	Moh Fauzan	4	5	4	5	5
5.	Moh Mario Efendi	4	5	4	5	4
6.	Muh. Alif Ainur Rohman	4	5	5	4	5
7.	Pramata Jamuri	4	5	4	5	4
8.	Siti Nur Aisyah	4	5	5	4	5
9.	Sulastri	4	5	4	5	5
10.	Wirdatul Haksufah	4	5	4	5	5
Jumlah		41	50	44	47	48
Persentase		82%	100%	88%	94%	98%
Rata-rata		92%				

Lampiran 18. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Halaman Depan SMKN 1 Kraksaan



Gambar 2. Halaman Tengah SMKN 1 Kraksaan



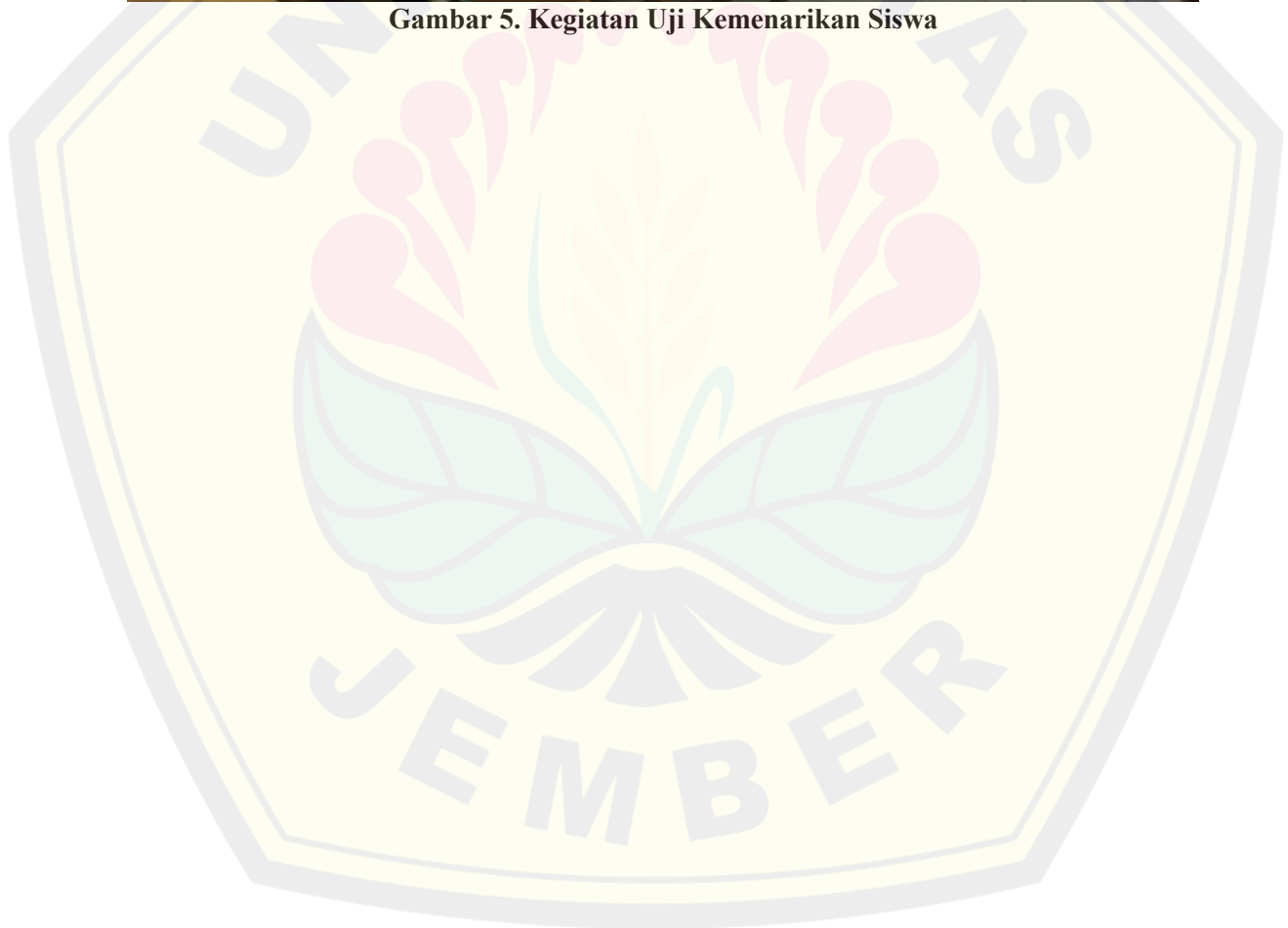
Gambar 3. Kegiatan Uji Kelayakan Materi



Gambar 4. Kegiatan Uji Kelayakan desain



Gambar 5. Kegiatan Uji Kemenarikan Siswa



Lampiran 19. Produk

1. Tampilan awal sebelum membuka aplikasi



2. Tampilan menu pengembang



3. Tampilan menu informasi



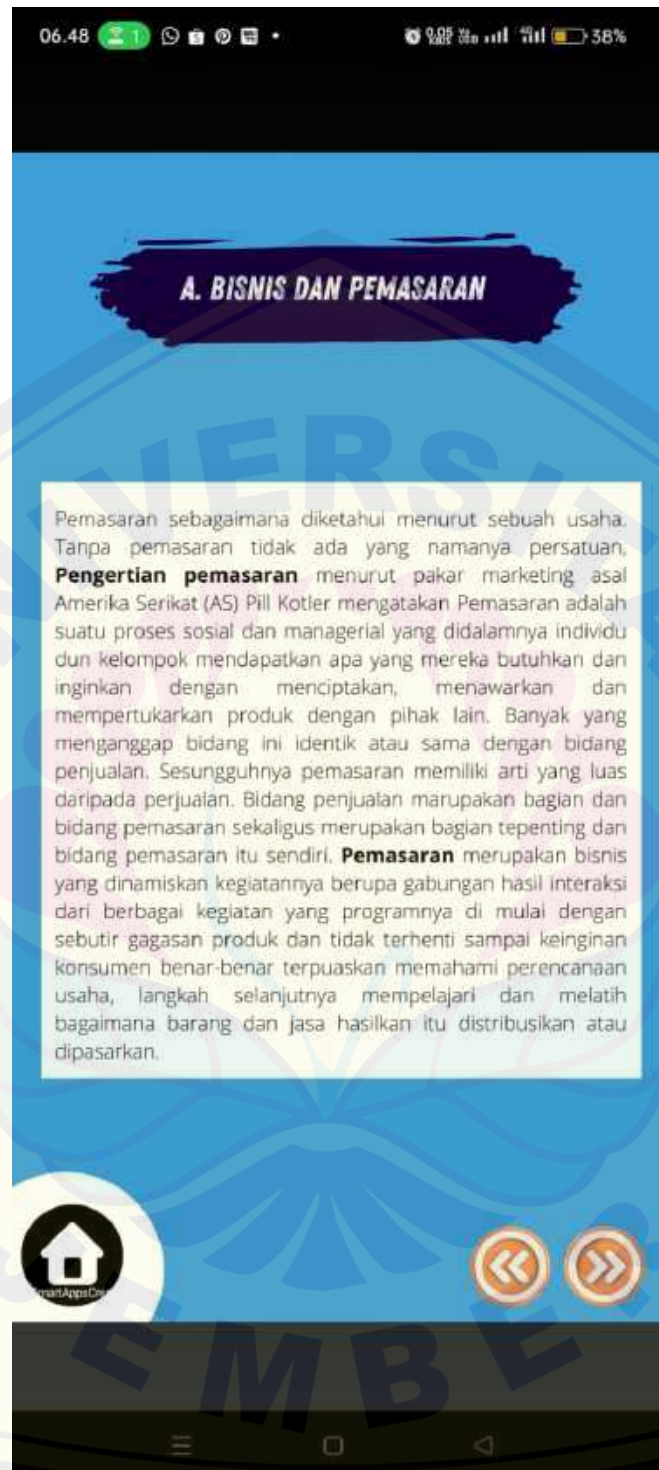
4. Tampilan menu



5. Tampilan informasi pembelajaran



6. Tampilan materi



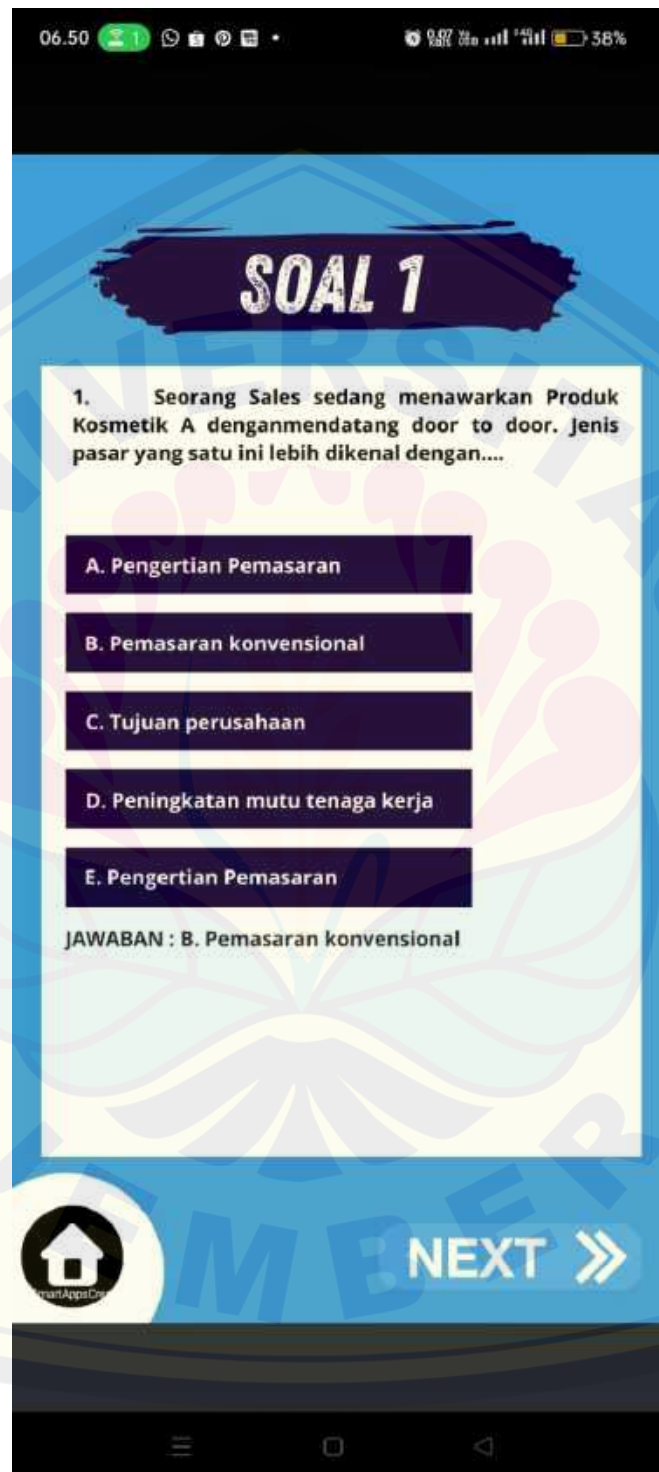
7. Tampilan video



8. Tampilan latihan soal



9. Tampilan kunci jawaban soal



10. Tampilan daftar pustaka



Lampiran 20. Lembar Konsultasi



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Moh. Imam Firmansyah
NIM/ Angkatan : 200210301001/2020
Jurusan/Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Android (Siswa Kelas X Pemasaran Materi Bisnis dan Pemasaran di SMK Negeri 1 Kraksaan).
Pembimbing I : Dr. Retna Ngesti Sedyati, M.P.

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	Selasa, 9-5-2023	Material	AT
2.	Jum'at, 12-5-2023	Pembinaan Pemb I	AT
3.	Jum'at 25-5-2023	revisi bab I	AT
4.	Rabu, 31-5-2023	Pemb II	AT
5.	Jum'at, 9-6-2023	Revisi bab II	AT
6.	Rabu, 14-6-2023	Pemb III	AT
7.	Jum'at 16-6-2023	Revisi bab III	AT
8.	Senin, 19-6-2023	Ace Sampura	AT
9.	Selasa, 25-7-2023	perbaikan sampura	AT
10.	Jum'at, 29-11-2023	Pemb IV	AT
11.	Senin 11-12-2023	revisi bab IV	AT
12.	Senin, 18-12-2023	Pemb I, II, III, IV, V	AT
13.	3-Januari-2024	Ace Siding	AT
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III 3 Kampus Tegulboto Kotak Pos 162
Telp. Fax (0331) 334988 Jember 68121

Nama : Moh. Imami Firmansyah
NIM/ Angkutan : 200210301001/2020
Jurusan/Prog. Studi : IPS Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Android (Siswa Kelas X Pemasaran Materi Bisnis dan Pemasaran di SMK Negeri 1 Kraksaan)
Pembimbing II : Dr. Hety Mustika, M.Pd.

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1	Selasa, 9-5-2023	Matrik	Has
2	Kamis, 8-6-2023	Bimbingan Bab I & II	Has
3	Bab 19.6.2023	Bimbingan Bab I & II	Has
4	Kamis, 15-6-2023	Bimbingan Bab I & II	Has
5	Senin, 19-6-2023	Bimbingan Bab I & II	Has
6	Selasa, 20-6-2023	ACD Seminar	Has
7	Senin, 25-7-2023	Perbaikan Sempro	Has
8	Senin, 24-11-2023	Bab IV	Has
9	Senin, 04-12-2023	Revisi Bab IV	Has
10	Senin, 11-12-2023	Bab V	Has
11	Selasa, 19-12-2023	Revisi Bab V	Has
12	Bab 3-201-2023	ACD G. Beng	Has
13			
14			
15			

Catatan

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Lampiran 21. Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-332475
Laman: <http://fkkip.unej.ac.id> e-mail: fkkip@unej.ac.id

Nomor : /UN25.1.5/SP/2023
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

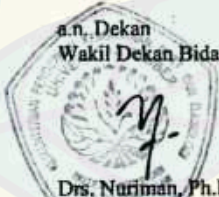
Yth. Kepala Sekolah
SMKN 1 Kraksaan
di Probolinggo

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini.

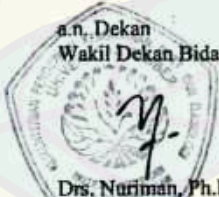
Nama	: Moh. Imam Firmansyah
NIM	: 200210301001
Jurusan	: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Rencana Penelitian	: Oktober-November 2023

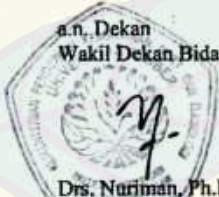
Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud untuk melaksanakan penelitian dengan judul "Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis *Android* (Siswa Kelas X Pemasaran Materi Bisnis dan Pemasaran di SMK Negeri 1 Kraksaan)" Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami sampaikan terimakasih.



a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,
Drs. Nurjiman, Ph.D.
NIP. 196506011993021001





Lampiran 22. Surat Selesai Penelitian



Kraksaan, 13 November 2023

Nomor : 070/787a/101.6.3.29/2023
 Sifat : Penting
 Lamp. : -
 Perihal : Tindak Lanjut Permohonan
 Izin Penelitian

Kepada
 Yth. Dekan Fakultas Keguruan
 dan Ilmu Pendidikan
 Universitas Jember
 di
 Jember

Menindak lanjuti surat Saudara Nomor :/UN25.1.5/SP/2023 tanggal 04 Oktober 2023 perihal Permohonan Izin Penelitian, bersama ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya tidak berkeberatan dilakukan penelitian di lembaga kami oleh Saudara mahasiswa :

Nama : MOH. IMAM FIRMANSYAH
 NIM : 200210301001
 Prodi : Pendidikan Ekonomi
 Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
 Judul Penelitian : "Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Android (Siswa
 Kls X Pemasran Materi Bisnis dan Pemasaran di SMK Negeri 1
 Kraksaan)"

Lamanya Penelitian : Oktober s.d November 2023

Demikian hal tersebut kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kepala Sekolah,

 Drs. ALIYUS HADI, M.T
 NIP. 198903 1 006

Lampiran 23. Daftar Riwayat Hidup**1. Identitas**

Nama : Moh. Imam Firmansyah
 Tempat/ Tanggal Lahir : Probolinggo, 11 November 2001
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Agama : Islam
 Status : Belum Menikah
 Alamat : Dusun krajan RT001/RW001, Desa Alaskandang,
 Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo
 Email : syah64466@gmail.com
 Orang Tua
 a. Ayah : Ramlan
 Pekerjaan : Wiraswasta
 b. Ibu : Jamila
 Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

2. Pendidikan

No.	Nama Sekolah	Tempat	Tahun Lulus
1.	SDN 2 Alaskandang	Alaskandang, Besuk	2014
2.	SMPN 1 Besuk	Besuk, Probolinggo	2017
3.	SMKN 1 Kraksaan	Kraksaan, Probolinggo	2020