

## PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN “*MARKETING E-MODUL*” PADA KOMPETENSI DASAR MENGANALISIS PASAR KELAS X PEMASARAN DI SMK N 1 LAMONGAN

**Isna Aulia Nur Habibah**

Mahasiswa S1 Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya  
[isnahabibah@mhs.unesa.ac.id](mailto:isnahabibah@mhs.unesa.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan: 1) Mendiskripsikan proses pengembangan *Marketing E-Modul* sebagai media pembelajaran di kompetensi dasar menganalisis pasar; 2) Bagaimana kelayakan dari *Marketing E-Modul* sebagai media pembelajaran pada kompetensi dasar menganalisis pasar; 3) Bagaimana respon siswa setelah menerapkan *Marketing E-Modul* sebagai media pembelajaran pada kompetensi dasar menganalisis pasar. Metode dalam penelitian ini adalah *Research and Development* dengan menggunakan model pengembangan 4D dari Thiagaraja yang terdiri dari empat tahap *define, design, develop, disseminate*. Penelitian ini tidak sampai pada tahap *disseminate* karena keterbatasan waktu dan biaya. Hasil penelitian pengembangan media pembelajaran *Marketing E-Modul* pada kompetensi dasar menganalisis pasar memperoleh hasil rata-rata persentase sebesar 81,17% dengan kriteria “sangat layak”. Hasil persentase ini diperoleh dari beberapa hasil penilaian validasi diantaranya validasi ahli materi sejumlah 85,3%, validasi ahli bahasa sejumlah 77,90%, dan validasi ahli media sejumlah 80,31%. Hasil presentase dari respon siswa pada uji coba 1 sejumlah 95% dan hasil uji coba lapangan sejumlah 92,13%.

**Kata Kunci:** Pengembangan, Media pembelajaran, *Marketing E-Modul*

### Abstract

*This study has the objectives: 1) Describe the process of developing E-Module Marketing as a learning media in basic competencies in analyzing markets; 2) How is the feasibility of Marketing E-Modules as a learning media on basic competencies in analyzing markets; 3) What is the response of students after implementing E-Module Marketing as a learning media on basic competencies in analyzing the market. The method in this study is Research and Development using the 4D development model from Thiagaraja which consists of four stages define, design, develop, disseminate. This study did not reach the stage disseminate due to time and cost limitations. The results of the research on the development of instructional media E-Module Marketing on basic competencies analyzing the market obtained an average yield of 81.17% with the criteria of "very feasible". The results of this percentage were obtained from several validation assessment results including material expert validation of 85.3%, linguistic validation of 77.90%, and media expert validation of 80.31%. The results of the percentage of student responses in trial 1 amounted to 95% and the results of field trials amounted to 92.13%.*

**Keywords:** Development, Learning Media, *Marketing E-Module*

### PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi hampir sepenuhnya mengendalikan aspek dalam kehidupan masyarakat, termasuk di bidang pendidikan. Dalam dunia pendidikan selalu ada pembaruan dan peningkatan mulai dari segi sistem, model, metode, media pembelajaran dan sumber belajar yang digunakan.

Salah satu faktor yang mendukung pencapaian tujuan dari proses pembelajaran adalah dengan memaksimalkan media. Mengacu pada Hardianto Deni (2005) dalam penelitiannya terungkap bahwa jika Anda dapat menerapkan media yang tepat dan beragam dapat mengurangi kepasifan siswa, dengan kata lain siswa dapat memahami materi yang disampaikan oleh guru secara maksimal, sehingga mereka dapat mencapai efektif dan tujuan pembelajaran yang efisien.

Pemanfaatan teknologi dalam dunia pendidikan dapat berpengaruh besar bagi sistem pendidikan pada saat ini, siswa dapat meningkatkan kapasitas dalam berpikir kritis serta dapat menumbuhkan kegiatan pembelajaran kolaboratif yang dibutuhkan oleh generasi muda dalam menghadapi era globalisasi yang sedang berkembang (West, 2013:14). Teknologi yang dapat dimanfaatkan dan memiliki sifat praktis dan ekonomis, yaitu dengan memaksimalkan penggunaan *smartphone* berbasis Android, karena kita dapat mengetahui bahwa saat ini hampir semua orang memiliki *smartphone* berbasis Android ini. Penggunaan *smartphone* ini dapat digunakan sebagai media pembelajaran yang cukup mudah digunakan oleh siswa karena dapat digunakan secara mandiri serta bentuk praktisnya dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja, serta dalam proses distribusi yang dilakukan melalui Bluetooth atau melalui aplikasi *ShareIt*.

Suatu bagian pengembangan teknologi yang bisa dilakukan sebagai media pembelajaran ialah Modul Elektronik (E-Module), selain bertujuan untuk meminimalkan penggunaan kertas di Indonesia, E-Module lebih efektif dan efisien karena penggunaannya yang tahan lama dan praktis. Sholihudin (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa, kelebihan e-module yaitu dapat digunakan sebagai alat penyampai informasi atau pesan yang didalamnya dapat memuat beberapa elemen yaitu berupa teks, gambar, grafik, suara, video dan animasi.

Mengacu pada hasil pengamatan langsung ketika kegiatan Program Pengalaman Lapangan di SMK Negeri 1 Lamongan yaitu (1) materi yang diterima siswa masih tergantung pada pengiriman guru, hal ini berbanding terbalik dengan prosedur dari Kurikulum 2013 yang seharusnya siswa lebih aktif dari gurunya, sehingga guru harus lebih ekstra dalam menyampaikan materi, (2) Buku ajar yang disediakan oleh pihak sekolah untuk siswa terbatas hanya 40 buku dengan penulis yang berbeda padahal total siswa kelas X jurusan Pemasaran berjumlah 72 siswa, (3) Guru belum sepenuhnya memiliki media pembelajaran alternatif selain buku, papan tulis, dan power point untuk mengatasi permasalahan siswa yang merasa jenuh pada saat kegiatan pembelajaran.

Pada mata pelajaran marketing berpatokan pada aturan "Menteri Pendidikan Nasional No.23 Tahun 2006 tentang Standar Kompetensi Lulusan untuk satuan SMK" yang diantaranya menjelaskan bahwa materi pembelajaran pada Kompetensi Dasar Kejuruan dan Kompetensi Kejuruan disesuaikan dengan kebutuhan dari kompetensi keahliannya. Pada hal ini SMK pada bidang keahlian bisnis pemasaran mempunyai struktur kurikulum dasar pengetahuan tentang Pemasaran atau Marketing. Keputusan tentang Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar pada mata pelajaran marketing ini tercantum pada peraturan Direktorat Jendral Pendidikan Dasar dan Menengah No.330/D.D5/KEP/KR/2017. Mata pelajaran marketing ditempuh oleh siswa kelas X. Mata pelajaran Marketing masih tergolong baru karena masa penerapannya dimulai pada penggunaan kurikulum 2013 edisi revisi pada tahun 2017.

Mata pelajaran marketing tergolong sebuah area kognitif yang terdiri dari kegiatan berpikir dan melakukan hubungan terkait kemampuan mengingat atau hafalan serta dapat memberikan pemahaman. Sebagian besar 80% dari 72 siswa berpendapat bahwa merasa kesulitan dengan memahami mata pelajaran marketing, karena dinilai bahwa terdapat cukup banyak materi yang harus dihafal dan dipahami oleh siswa, dan waktu dalam kegiatan belajar di sekolahpun terbatas, hal ini juga mempengaruhi tingkat pengetahuan dan keterpahaman siswa terhadap suatu materi, sehingga mengakibatkan banyak penugasan yang tidak terselesaikan dengan baik oleh siswa. Selain itu faktor kegiatan pembelajaran dikelas juga terbilang

membosankan dan monoton karena disetiap harinya siswa terus belajar dan berhadapan dengan media papan tulis dan power point, hal ini juga dapat mempengaruhi pemahaman siswa.. SMK N 1 Lamongan saat ini sudah memfasilitasi wifi gratis yang dapat digunakan oleh semua siswa, hal ini belum dimanfaatkan sepenuhnya oleh guru untuk menunjang kegiatan pembelajaran dikelas guna Siswa kelas X Pemasaran yang berjumlah 72 siswa mayoritas hampir seluruhnya memiliki telepon seluler diantaranya 95% dari 72 siswa menerapkan smartphone berbasis android, 5% dari 72 siswa menerapkan iphone. Hal ini dapat mendukung adanya inovasi media pembelajaran baru dengan memaksimalkan smartphone berbasis android, selain itu

Perlunya pengembangan media pembelajaran yang memaksimalkan teknologi smartphone yang berbasis android dimaksudkan agar siswa dapat belajar secara mandiri dimana saja, baik pada kelas ataupun diluar kelas, disamping hal tersebut perlunya pengembangan media berbasis android yaitu agar siswa tidak terlena dengan kecanggihan teknologi tersebut jika hanya sekedar digunakan sebagai media berkomunikasi atau hanya sekedar dibuat untuk media bersenang-senang yang kemudian mengakibatkan siswa tidak fokus pada mengikuti pembelajaran dikelas. Media ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai media belajar untuk menambah pemahaman terkait materi yang disampaikan oleh guru. Media pembelajaran marketing e-modul berbasis aplikasi android ini dikategorikan sebagai media pembelajaran pendukung pada saat kegiatan belajar mengajar. Selain itu media pembelajaran marketing e-modul berbasis aplikasi android dapat juga dapat dimanfaatkan sebagai media belajar mandiri siswa, karena sifatnya praktis dan mampu diproses pada dimana dan kapan pun.

Terkait fenomena dimana diungkapkan, peneliti memiliki motivasi dalam pembuatan media pembelajaran pendukung untuk Bisnis Pemasaran Online Kelas X bertujuan supaya siswa memudahkan belajar memahami mata pelajaran praktis yang bisa diproses dimana saja dan kapan yang sesuai melalui tujuan pembelajaran. tercapai. Media pembelajaran yang akan dibuat disesuaikan dengan perkembangan teknologi, terutama smartphone yang menerapkan sistem Android yang bertujuan untuk mempermudah penggunaan generasi saat ini. Media pembelajaran ini disebut pemasaran e-modul yang merupakan aplikasi yang berisi materi kompetensi dasar dalam mata pelajaran pemasaran. Membandingkan media pembelajaran dalam bentuk buku atau modul, pemasaran e-module memiliki beberapa keunggulan, termasuk media yang lebih efisien dalam hal penggunaan dan biaya karena pemasaran e-modul dapat dimiliki secara gratis selain itu aplikasi ini juga sangat mudah mengoperasikan. Mengacu

pada latar belakang yang dijelaskan, rumusan masalah pada penelitian ini merupakan: (1) Proses Pengembangan E-Module Media Pembelajaran Pemasaran dalam Kompetensi Dasar Menganalisis Pemasaran Pasar Kelas X Kelas Pemasaran di SMK Lamongan, (2) Bagaimana Modul Pembelajaran Media E-Pemasaran Layak Kompetensi Dasar dalam Menganalisa Pemasaran Pasar X di SMK Lamongan dan, (3) Bagaimana Tanggapan Siswa Kelas X Pemasaran SMK N 1 Lamongan Setelah Menerapkan Media Pembelajaran Pemasaran Modul-E dalam Menganalisis Kompetensi Dasar.

## METODE

Penelitian ini menerapkan metode Penelitian & Pengembangan (R&D). Metode Penelitian & Pengembangan (R&D) merupakan metode penelitian dimana diterapkan dalam memperoleh sebuah produk, dan efektivitasnya dapat diuji. Pada penelitian ini mengadopsi model pengembangan 4D dari Thiagarajan, Sammel dan Sammel (Trianto, 2014): “*Define, Design, Develop dan Disseminate*”. Namun terkait dengan kendala waktu, energi dan biaya, penelitian hanya mencapai tahap pengembangan (develop), yaitu prototipe produk dalam bentuk aplikasi Android E-Module Marketing.

Subjek sampel dari penelitian ini ialah siswa pemasaran kelas X di SMK 1 Lamongan yang terdiri dari 28 siswa, 8 di antaranya merupakan uji coba kelompok kecil, serta 20 siswa adalah uji coba lapangan.

Sebelum melakukan tahap pengujian, peneliti akan melakukan fase validasi untuk para ahli, termasuk ahli materi, ahli bahasa dan ahli media, sesuai dengan aspek kualitas dan tujuan konten, kualitas pengajaran dan kualitas teknis, dengan tujuan untuk mengetahui kelayakan media, yang sedang dikembangkan.

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar validasi materi, lembar validasi umum, lembar validasi media, dan lembar jawaban siswa. Untuk tipe data ini, ia menerapkan data kualitatif dalam bentuk angka dalam naratif deskriptif dan data kuantitatif (Riduwan, 2015: 15).

Data validasi dan tanggapan dari siswa yang dikumpulkan kemudian dihitung dengan cara yang sama:

$$\text{Presentase} = \frac{\text{Jumlah Skor}}{\text{Skor tinggi}} \times 100\%$$

Setelah Setelah menghitung dan mendapatkan hasil persentase dari data validasi dan respons siswa, hasilnya kemudian akan ditafsirkan untuk menentukan tingkat kinerja, dengan kriteria sebagai berikut:

**Tabel 1. Kualifikasi Interpretasi**

Kualifikasi	Penilaian
Sangat Layak	81% - 100%
Layak	61% - 80%
Cukup Layak	41% - 60%
Kurang Layak	21% - 40%
Tidak Layak	0% - 20%

Sumber: Diadaptasi dari Ridwan (2015:15)

Mengacu pada tabel kriteria interpretasi, media pembelajaran *Marketing E-Modul* dapat dikatakan layak apabila hasil skor dari validasi dan tanggapan siswa memperoleh temuan  $\geq 61\%$ .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Proses pengembangan media pembelajaran *Marketing E-Modul* dilakukan dari tahap pendefinisian. Pada tap ini peneliti melakukan kegiatan pra penelitian di SMK N 1 Lamongan untuk menggali informasi terkait dengan mata pelajaran marketing, karakteristik siswa, permasalahan yang dihadapi, dan kebutuhannya. Hasil dari pra penelitian tersebut adalah: (1) ketersediaan buku pegangan siswa sangat terbatas pada mata pelajaran marketing dengan jumlah 40 buku, sedangkan jumlah siswa kelas X Pemasaran sejumlah 72 siswa, (2) guru harus lebih ekstra dalam hal mengajar, karena kurangnya ketersediaan buku pegangan untuk siswa ini membuat siswa bergantung pada informasi dari guru, sehingga guru memaksimalkan teknologi internet yang bersumber dari *wordpress*, *blogspot* dan lain-lain guna menunjang kegiatan pembelajarn siswa, padahal hal tersebut diketahui bahwa sumber informasi tersebut belum diketahui valid atau tidaknya, dan (3) siswa mengeluh jenuh dan bosan pada saat kegiatan pembelajaran, karena media yang digunakan cenderung monoton, dan belum adanya media pendukung lainnya yang variatif.

Pada tahapan awal yaitu melakukan analisis awal dan memperoleh fakta yaitu: (1) Ketersediaan buku marketing di SMK N 1 Lamongan yang dipinjamkan untuk siswa jurusan pemasaran sangatlah terbatas sehingga materi yang diterima siswa masih bersumber dari guru, sehingga guru harus memiliki tenaga ekstra untuk menyampaikan materi didalam kelasa agar seluruh siswa dapat menerima materi dengan baik. (2) Belum memaksimalkan teknologi *smarthphone* sebagai media pembelajaran pendukung, dan masih memaksimalkan teknologi internet sebagai media pembelajaran atau sebagai sumber belajar pendukung siswa pada saat kegiatan belajar mengajar dikelas yang masih belum diketahui valid atau tidaknya sumber materi yang terdapat pada internet yang diakses.(3) Siswa merasa kesulitan pada saat kegiatan pembelajaran karena merasa jenuh dengan materi yang harus diterima cukup banyak dan

memerlukan hafalan, akan tetapi tidak tersedia buku pegangan yang untuk semua siswa yang digunakan untuk kegiatan belajar mandiri, sehingga menghambat siswa pada saat belajar.

Pada tahap analisis tugas, peneliti memberikan beberapa pertanyaan termasuk 15 pertanyaan pilihan ganda, 5 pertanyaan deskripsi, dan pertanyaan analisis terkait dengan kompetensi dasar untuk menganalisis pasar, ini agar siswa mampu mencapai ekspektasi pembelajaran. Kemudian dalam hasil analisis konsep tersebut peneliti menetapkan konsep media pembelajaran dimana akan dilakukan pengembangan dengan menyesuaikan perkembangan teknologi terbaru seperti smarphones dan materi yang dikembangkan dalam media pembelajaran, yaitu pada kompetensi dasar 3.1 Menganalisis pasar, termasuk pasar dan gagasan pemasaran, pasar makna evolusi, dan peran pasar. klasifikasi pasar, tipe pasar, dan fungsi pasar.

Pada tahap akhir dalam proses pendefinisian yaitu menentukan terkait dengan spesifikasi tujuan pembelajaran. Spesifikasi ini bertujuan untuk menentukan tujuan pembelajaran yang diharapkan melalui proses pembelajaran di kelas. Spesifikasi tujuan pembelajaran pada tahap ini disesuaikan dengan silabus dalam mata pelajaran Pemasaran tentang kompetensi dasar Analisis Pasar yang kemudian ditampilkan dalam kegiatan pembelajaran yang mencakup kegiatan di bidang pengetahuan, sikap, dan keterampilan. Berikut ini disajikan pada tabel 4.2 KD terkait dengan indikator, dan tujuan pembelajaran di media pembelajaran Pemasaran E-Modul yang akan dikembangkan.

Mengacu pada fakta dan permasalahan yang diperoleh maka dibuat media pembelajaran *Marketing E-Modul* yang berupa aplikasi yang dapat dioperasikan melalui telepon pintar berbasis *android*. *Marketing E-Modul* memuat materi pada mata pelajaran marketing pada kompetensi dasar 3.1 menganalisis pasar. Pemilihan media berbasis aplikasi ini membuat materi yang disampaikan guru menjadi lebih menarik sehingga dapat mengurangi kebosanan siswa, dan siswa juga dapat mengoperasikan aplikasi ini untuk kegiatan belajar mandiri. Hal ini juga sesuai dengan karakteristik siswa pada generasi milenial yang sebagian besar menyukai sesuatu yang praktis dan mereka juga sudah tidak asing dengan era digital yang dijadikan sebagai penunjang aktivitasnya dalam sehari-hari. Selaras dengan pendapat Arsyad (2014:8) yaitu sumber belajar perlu dikembangkan secara terus menerus yang disesuaikan dengan keperluan pembelajaran dan perkembangan pada eranya.

Tahap kedua adalah tahap perancangan (*design*). Pada tahapan ini peneliti menyusun materi, pemilihan media, pemilihan format dan merancang media pembelajaran. Tahap penyusunan materi kompetensi

dasar menganalisis pasar peneliti mengadopsi materi dari buku marketing dari Ngadiman yang diterbitkan tahun 2008, dan buku marketing dari puspitasari yang diterbitkan pada tahun 2017 dengan rincian : Pengertian pasar, pemasaran, dan pemasar, proses evolusi pasar, klasifikasi pasar, jenis-jenis pasar, fungsi pasar, dan peranan pasar. Selain menyusun materi peneliti juga membuat soal evaluasi sejumlah 15 soal pilihan ganda, 5 soal uraian, dan tugas kelompok tentang menganalisis pasar yang akan dimasukkan kedalam media pembelajaran *Marketing E-Modul*. Format media pembelajaran ini dirancang melalui aplikasi appypie secara online dan output yang dihasilkan adalah format (.apk). Format ini dapat diinstal dan dapat dioperasikan melalui smartphone berbasis android. *Marketing E-Modul* berisi 5 komponen diantaranya menu kompetensi dasar, menu materi, menu video, menu soal latihan, dan menu profil dari peneliti.

Tahap berikutnya adalah tahap pengembangan (*develop*). Tahapan ini memperoleh hasil masukan dan penilaian dari para ahli. Berikut hasil revisi dan hasil penilaian yang diberikan oleh ahli terkait media marketing e-module, berikut diantaranya:

**Tabel 2. Hasil Revisi Materi, Bahasa, dan Media**

Materi	Bahasa	Media
1. Penggunaan kata pada bagian soal uraian diperbaiki.	1. Penggunaan kata jangan terlalu berlebihan.	1. Tampilan di percerah
2. Ditambahkan reverensi sumber buku.	2. Kalimat yang digunakan disesuaikan dengan PUEBI.	2. Penggunaan huruf harus diberikan pembeda pada setiap sub-babnya.

Sumber: Data diolah penulis (2019)

**Tabel 3. Hasil Validasi Materi, Bahasa, Media**

No	Indikator	Nilai Materi	Nilai Bahasa	Nilai Media
1.	Kualitas Isi dan Tujuan	78 %	85,71 %	86,66 %
2.	Kualitas Instruksional	82,9 %	80 %	94,28 %
3.	Kualitas Teknis	95 %	68 %	60 %
<b>Jumlah rata-rata</b>		<b>85,3 %</b>	<b>77,90</b>	<b>80,31%</b>

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Sesuai dengan tabel 3, hasil validasi materi memperoleh persentase hasil 85,3% masuk dalam kriteria sangat layak, validasi bahasa memperoleh persentase 77,90% masuk dalam kriteria layak, dan validasi media memperoleh persentase 80,31%, masuk dalam kriteria layak. Hasil rata-rata dari keseluruhan validasi tersebut adalah sejumlah 81,17%, yang menunjukkan bahwa E-

Modul layak digunakan oleh siswa untuk dijadikan media pembelajaran pendukung.

Setelah melalui tahapan proses revisi dan validasi dari ahli materi, ahli bahasa, dan ahli media maka *Marketing E-Modul* dapat diujicobakan kepada siswa kelas X Pemasaran di SMK N 1 Lamongan. Uji coba kesatu (uji coba kelompok kecil) dari 8 siswa, dan uji coba kedua (uji coba lapangan) adalah 20 siswa, masing-masing dari kelas X Pemasaran Alfa dan X Pemasaran Reguler. Menurut Sadiman (2014:184) media dapat diuji pada 10-20 siswa karena memenuhi target. Jika ada kurang dari 10 siswa, data yang didapat tidak mencerminkan populasi target. Sedangkan jika lebih dari 20 siswa, data yang didapat kurang bermanfaat. Berikut merupakan hasil persentase dari uji coba yang telah dilakukan:

**Tabel 4. Hasil Respon Siswa**

No	Indikator	Uji Coba	Uji Coba
		1	2
1	Kualitas Isi dan Tujuan	94,5 %	91 %
2	Kualitas Instruksional	95,5 %	93,6 %
3	Kualitas Teknik	95 %	91,8 %
<b>Jumlah rata-rata keseluruhan</b>		<b>95 %</b>	<b>92,13 %</b>

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Mengacu pada tabel 4, hasil uji coba kelompok kecil memperoleh hasil penilaian sebanyak 95% maka hasil dari uji coba kelompok kecil tersebut masuk dalam kriteria baik. Setelah melakukan uji coba kelompok kecil dilakukan peneliti melakukan revisi terkait dengan msukkan yang diberikan oleh sesuai untuk menyempurnakan media yang dikembangkan. Kemudian peneliti melakukan uji coba lapangan dengan mendapatkan hasil sebanyak 92,13%. maka media pembelajaran *Marketing E-Modul* yang dikembangkan secara keseluruhan aspek masuk dalam kriteria baik. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian dari Aرسال (2019) yang dikategorikan sangat baik.

Mengacu pada hasil angket respon siswa yang sudah disi lalu dilakukan proses analisis, sehingga dapat disimpulkan bahwa respon siswa terhadap media *E-Module* sangat baik, karena sesuai dengan keperluan dan karetristik dari siswa yang saat ini termasuk dalam generasi yang memiliki tingkat respon yang tinggi terhadap sebuah teknologi sertasenang dengan sesuatu yang praktis (Putra, 2016).

## PENUTUP

### Simpulan

Dalam penelitian ini, mulai dari proses pengembangan hingga tahap uji coba yang dilakukan oleh peneliti menghasilkan produk yaitu media pembelajaran e-module Pemasaran dengan kompetensi dasar Menganalisis

Pemasaran Pasar Kelas X di SMK N 1 Lamongan. Hasil penelitian dan diskusi yang dijelaskan pada bab IV, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengembangan e-module Media pemasaran yang mempelajari tentang kompetensi dasar dalam menganalisis pasar di Lamongan N 1 Vocational School mengadopsi model pengembangan oleh Thiagarajan, yaitu model pengembangan 4D (Define, Design, Develop, Dissiminate) atau mendefinisikan, mendesain, mengembangkan, dan menyebarluaskan. Namun, proses penelitian pengembangan hanya sampai pada tahap pengembangan karena terkait dengan biaya, waktu, dan energi yang terbatas.
2. Media Pemasaran Modul-modul pembelajaran kompetensi dasar menganalisis pasar yang memperoleh persentase rata-rata 81,17% dengan kriteria yang sangat baik. Hasil persentase ini diperoleh dari beberapa hasil penilaian validasi termasuk 85,3% validasi materi, 77,90% validasi bahasa, dan validasi media. jumlah 80,31%.
3. Respon siswa terhadap media pembelajaran e-modul tentang kompetensi dasar dalam menganalisis pasar dalam uji coba kelompok kecil menerima persentase 95% dan uji media (uji lapangan) memperoleh persentase kelayakan 92,13%. Sehingga diperoleh rata-rata 93,56% dengan kriteria sangat layak.

### Saran

Mengacu pada penelitian yang telah dilakukan, saran dari peneliti tentang pemanfaatan dan pengembangan Pemasaran e-modul sebagai media pembelajaran adalah:

1. Penelitian ini hanya mencapai tahapan mengembangkan media pembelajaran mareketing e-modul dari 4 tahap, yaitu mendefinisikan, merancang, mengembangkan, dan menyebarluaskan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian pada tahap diseminasi untuk dapat mengetahui efektivitas Modul-E Pemasaran ini selama proses pembelajaran yang sebenarnya.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada siswa kelas X Pemasaran di SMK N 1 Lamongan. Oleh karena itu, diharapkan bagi para peneliti di masa depan untuk melakukan uji coba di sekolah lain sampai media pembelajaran E-Module Pemasaran cocok digunakan untuk semua tingkatan Departemen Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan.
3. Materi yang terkandung dalam aplikasi E-Module Marketing hanya berisi subjek pemasaran tentang kompetensi dasar menganalisis pasar. Dengan ini, diharapkan bahwa peneliti berikutnya akan

menambahkan seluruh materi ke aplikasi Pemasaran E-Module sesuai dengan silabus, atau bahkan menerapkannya untuk mata pelajaran lain.

4. Pemasaran E-Modul hanya dapat dioperasikan secara online. Oleh karena itu diharapkan peneliti selanjutnya untuk membuat aplikasi ini dapat dioperasikan secara online atau offline.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arsal, Muhammad, dkk. (2019). Pengembangan Media Pembelajaran E-Modul Materi Sistem Peredaran Darah Pada Kelas Xi Mipa Sman 6 Barru. Artikel Ilmiah. Universitas Negeri Makassar. Diperoleh pada 03 Juli 2019 dari <http://eprints.unm.ac.id/12547/1/Artikel%20-%20Muhammad%20Arsal.docx>
- Arsyad, Azhar. (2014). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Destiyana, Rifqa. (2016). Pengembangan E-Modul IPA Terpadu Berbasis Flipbook Maker Tema Pencemaran Lingkungan Sebagai Sumber Belajar Mandiri Siswa Kelas VII SMP/MTs. (Skripsi). UIN Sunan Kalijaga. Diperoleh pada 03 Juli 2019 dari [http://digilib.uin-suka.ac.id/24220/1/11680034\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/24220/1/11680034_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf)
- Ghofur, Abdul. 2012. *Desain Pembelajaran: Konsep, Model, dan Aplikasinya Dalam Perencanaan Pembelajaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Hardianto, Deni. (2005). Media Pendidikan sebagai Sarana Pembelajaran yang Efektif. *Majalah Ilmiah Pembelajaran 1*, Vol. 1. Hlm 95–104. Diperoleh pada 03 Juli 2019 dari <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132310873/penelitian/Media+Pendidikan+Sebagai+Sarana+Pembelajaran+Efektif.pdf>
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 23. 2006. “Standar Isi untuk Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah. Jakarta: Kementerian Pendidikan Nasional. Diperoleh pada 03 Juli 2019 dari <https://akhmadsudrajat.files.wordpress.com/2012/01/nomor-23-tahun-2006.pdf>
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 330/D, D5/KEP/KR/2017 Tentang Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar Mata Pelajaran Marketing. Jakarta: Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Diakses pada 03 Juli 2019 dari <http://psmk.kemdikbud.go.id/konten/2505/kompetensi-inti-dan-kompetensi-dasar-ki-kd-smkmak>
- Putra, Yanuar Surya. (2016). “Theotitical Review: Teori Perbedaan Generasi”. *Jurnal Ilmiah Among Makarti*. Vol 9 (18). Diperoleh pada 03 Juli 2019 dari <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/File/142/133.pdf>
- Sadiman, Arief S. dkk. (2014). *Media Pendidikan Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sholihudin, Taufik. (2018). Pengembangan E-Modul Berbasis Web Untuk Meningkatkan Pencapaian Kompetensi Pengetahuan Fisika Pada Materi Listrik Statis dan Dinamis SMA. *Jurnal Wahan Fisika. Insan Cendekia*. Diperoleh Pada 10 Juli 2019 dari <file:///C:/Users/asus/Downloads/13731-28816-1-PB.pdf>
- Trianto. 2014. *Mendesain Model Pembelajaran Inovatif, Progresif, dan Konstektual*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Riduwan. 2015. *Dasar-Dasar Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- West, Darrell M. 2013. Mobile Learning: Transforming Education Engaging Student and Improving Outcomes. Makalah disajikan secara online pada Governance Studies at Brookings, Washington, DC. Diakses pada tanggal 03 Juli 2019 dari <https://www.brookings.edu/research/mobile-learning-transforming-education-engaging-students-and-improving-outcomes/>