

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pembelajaran yang semakin pesat, ditandai dengan hadirnya internet, perangkat *mobile*, dan aplikasi interaktif, menuntut guru untuk mampu menghadirkan media pembelajaran yang lebih modern, menarik, dan bermakna bagi siswa. Namun, realitas di Indonesia menunjukkan masih adanya kesenjangan literasi digital di kalangan pendidik. Survei menunjukkan bahwa 42% guru di Indonesia masih menghadapi kendala terkait keterampilan digital, meskipun sebagian telah mulai memanfaatkan teknologi pembelajaran seperti Google Classroom dan Canva (UNESA, 2025). Kondisi ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan teknologi pembelajaran belum berjalan secara optimal, sehingga praktik pembelajaran masih didominasi oleh metode konvensional seperti ceramah dan presentasi statis. Padahal, tuntutan pembelajaran saat ini mengharuskan guru untuk mampu memfasilitasi pengalaman belajar yang aktif, kontekstual, dan relevan dengan perkembangan zaman.

Kesenjangan pembelajaran tersebut menjadi semakin penting untuk dicermati apabila dikaitkan dengan karakteristik peserta didik SMK pada bidang keahlian Bisnis dan Manajemen, yang mencakup kompetensi Pemasaran atau Bisnis Ritel, Manajemen Perkantoran, dan Akuntansi. Peserta didik pada Bidang Keahlian Bisnis Ritel memiliki karakteristik yang membedakannya dari jurusan lain dalam rumpun Bisnis dan

Manajemen. Siswa pada bidang ini umumnya menunjukkan kecenderungan kepribadian yang lebih *ekstrovert* dengan kecerdasan interpersonal yang menonjol, sejalan dengan fokus kompetensi keahlian yang menekankan kemampuan komunikasi, negosiasi, dan pelayanan pelanggan. Karakteristik tersebut tercermin dalam gaya belajar siswa Bisnis Ritel yang bersifat dinamis dan aktif, dengan preferensi terhadap aktivitas pembelajaran yang melibatkan visualisasi dan pergerakan fisik, seperti penataan barang (*display*) dan simulasi penjualan, dibandingkan aktivitas belajar pasif yang menuntut konsentrasi dalam waktu lama.

Perbedaan karakteristik ini semakin terlihat apabila dibandingkan dengan siswa pada Bidang Keahlian Akuntansi yang selinear. Siswa Akuntansi cenderung memiliki gaya kognitif yang lebih reflektif, sistematis, dan berorientasi pada ketelitian serta kemampuan logis-matematis dalam mengolah data angka. Sementara itu, siswa Bisnis Ritel lebih mengandalkan kreativitas visual dan kemampuan persuasi yang adaptif terhadap situasi lapangan. Penelitian menunjukkan bahwa siswa yang mempelajari bidang pemasaran atau marketing memiliki gaya belajar yang lebih aktif dan visual, sedangkan siswa akuntansi menunjukkan kecenderungan belajar yang lebih berurutan dan reflektif, sehingga menuntut penggunaan media pembelajaran yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing kelompok siswa (Madupu & Konrad Gunderson, 2024).

Jika dibandingkan dengan Bidang Keahlian Manajemen Perkantoran dan Layanan Bisnis (MPLB), siswa Bisnis Ritel juga menunjukkan perbedaan dalam ritme dan pola kerja. Siswa Ritel cenderung memiliki ritme kerja yang lebih cepat dan fleksibel,

sedangkan siswa MPLB lebih ditekankan pada kepatuhan terhadap prosedur administrasi dan tata kelola dokumen yang bersifat formal dan terstruktur. Perbedaan karakteristik lintas bidang keahlian ini menegaskan pentingnya pengembangan media pembelajaran yang kontekstual dan adaptif agar mampu mendukung proses belajar secara optimal sesuai dengan kebutuhan dan gaya belajar siswa.

Berdasarkan Statistik Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Tahun 2023/2024, jumlah peserta didik pada bidang ini mencapai 1.080.480 siswa dari total 5.059.800 siswa SMK secara nasional, atau sekitar 21,35%. (Kemendikbudristek, 2024). Data ini menunjukkan bahwa bidang Bisnis dan Manajemen merupakan salah satu konsentrasi dengan jumlah peminat terbesar di SMK dan memiliki peran strategis dalam menyiapkan sumber daya manusia vokasi. Penelitian empiris menunjukkan bahwa kemampuan literasi digital siswa SMK bervariasi dan masih berada dalam rentang rendah hingga sedang, sehingga literasi digital belum sepenuhnya mendukung proses pembelajaran berbasis teknologi yang efektif di sekolah vokasi (Sas dkk., 2023). Integrasi literasi digital juga terbukti memiliki hubungan positif terhadap peningkatan kompetensi siswa dalam pendidikan vokasi (Suriyani dkk., 2025). Urgensi peningkatan kualitas pembelajaran di SMK juga tidak terlepas dari tuntutan dunia industri, khususnya pada sektor perdagangan dan bisnis ritel. Sektor perdagangan, baik grosir maupun ritel, merupakan sektor yang paling dekat dengan aktivitas masyarakat sehari-hari dan memberikan kontribusi sekitar 13% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Seiring pesatnya pertumbuhan e-commerce dan pasar digital, pola perdagangan mengalami perubahan signifikan, di mana aktivitas jual beli tidak lagi

terbatas pada toko fisik, tetapi juga memanfaatkan platform daring yang mampu menjangkau konsumen secara luas (*Tribun Wow*, 2025). Perubahan ini menuntut lulusan SMK, khususnya pada konsentrasi bisnis ritel, untuk memiliki pemahaman pemasaran yang aplikatif serta kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Dalam konteks pembelajaran, media pembelajaran memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas proses belajar mengajar. Media yang dirancang dan digunakan secara tepat dapat menumbuhkan minat belajar, meningkatkan motivasi, serta mendorong keterlibatan aktif siswa selama pembelajaran berlangsung. Selain itu, media pembelajaran berfungsi membantu penyampaian materi agar lebih jelas, menarik, dan mudah dipahami, serta memberikan dampak psikologis positif yang mengarahkan siswa pada sikap belajar yang lebih baik. Penyajian informasi secara visual dan sistematis melalui media pembelajaran juga membantu meningkatkan pemahaman siswa dan menyajikan data secara lebih menarik serta dapat dipercaya (Anviani & Pujiriyanto, 2022).

Namun, media pembelajaran yang bersifat monoton dan minim interaktivitas cenderung kurang mampu mempertahankan perhatian siswa dan tidak efektif dalam meningkatkan motivasi belajar. Sebaliknya, media digital yang interaktif terbukti lebih mampu mendorong keterlibatan dan motivasi siswa dalam proses pembelajaran (Ariaty dkk., 2025). Permasalahan ini semakin nyata pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran, khususnya materi *Marketing Mix* (7P), yang menuntut pemahaman konsep secara komprehensif dan aplikatif. Oleh karena itu, pembelajaran *Marketing Mix* (7P)

akan lebih optimal apabila didukung oleh media pembelajaran interaktif yang mampu memvisualisasikan konsep serta menghadirkan studi kasus nyata, sehingga siswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam konteks kehidupan dan dunia kerja (Ridlo dkk., 2025).

Sebelum melangkah pada pengembangan media, peneliti telah melakukan studi pendahuluan (*pra-riset*) untuk memetakan kebutuhan nyata di lapangan. Pra-riset ini dilaksanakan pada tanggal 12 November 2025 yang melibatkan 36 siswa kelas X Konsentrasi Keahlian Bisnis Ritel di SMKN 50 Jakarta sebagai responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup untuk mengetahui persepsi siswa terhadap media pembelajaran yang digunakan guru saat ini. Selain itu, observasi kelas juga dilakukan untuk mengamati dinamika pembelajaran pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran. Berikut adalah paparan data hasil pra-riset yang diperoleh:



Gambar 1. 1 Hasil Data Pra-Riset

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Dari 36 siswa yang memberi tanggapan, sebagian besar menyatakan bahwa media pembelajaran yang digunakan guru selama ini belum cukup menarik. Sebanyak 77,8% siswa menjawab “tidak”, sedangkan hanya 22,2% yang merasa media pembelajaran tersebut menarik. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa berharap ada perbaikan atau variasi media agar proses belajar bisa lebih menyenangkan dan mudah dipahami.



Gambar 1. 2 Hasil Data Pra-Riset

Sumber: Data diolah oleh Penulis

Sebanyak 36 responden telah memberikan jawaban, dan mayoritas menyebutkan bahwa fokus mereka cepat teralihkan saat pembelajaran memakai media yang tidak interaktif. Persentase yang menyatakan “Ya” mencapai 75%, sedangkan 25% lainnya tidak merasakan hal tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa media pembelajaran yang interaktif berperan penting dalam membantu siswa tetap berkonsentrasi.

Kesimpulannya, hasil pra-riset pada siswa kelas X Konsentrasi Bisnis Ritel SMKN 50 Jakarta menunjukkan bahwa mayoritas peserta didik merasa media

pembelajaran yang digunakan kurang menarik, tidak interaktif, dan belum membantu pemahaman materi, sehingga mereka lebih mudah kehilangan fokus, cepat bosan, serta mengalami kesulitan dalam mengikuti pembelajaran.

Temuan kuantitatif tersebut konsisten dengan hasil observasi kualitatif yang dilakukan selama pelaksanaan Praktik Keterampilan Mengajar (PKM). PKM merupakan program intrakurikuler wajib yang dirancang untuk memberikan pengalaman faktual kepada mahasiswa calon guru dalam menerapkan kompetensi pedagogik secara langsung di sekolah mitra (Wulandari dkk., 2023). Proses pembelajaran tersebut masih berpusat pada guru dengan penggunaan media yang minim fitur, tidak memiliki fitur navigasi, serta belum memfasilitasi aktivitas belajar mandiri siswa. Kondisi ini menyebabkan siswa cenderung pasif, kurang terlibat secara aktif, dan sebagian di antaranya mengalihkan perhatian selama pembelajaran berlangsung. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa media pembelajaran yang bersifat monoton dan minim interaktivitas kurang efektif dalam mempertahankan perhatian serta meningkatkan motivasi belajar siswa (Raudah dkk., 2024). Selain itu, penggunaan media pembelajaran digital yang interaktif terbukti mampu mendorong keterlibatan dan motivasi siswa secara lebih optimal dalam proses pembelajaran (Ariaty dkk., 2025).

Berdasarkan keseluruhan hasil pra-riset dan observasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat kebutuhan yang kuat akan pengembangan media pembelajaran yang lebih interaktif, menarik, dan mampu menjaga perhatian siswa secara konsisten. Bukti empiris ini menunjukkan bahwa rendahnya tingkat

interaktivitas media berpengaruh terhadap menurunnya motivasi dan fokus belajar siswa, sehingga inovasi media pembelajaran menjadi langkah penting untuk meningkatkan kualitas proses pembelajaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ziadah, S.E., selaku pengampu mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMKN 50 Jakarta pada 03 Desember 2025, terungkap adanya kendala mendasar dalam proses pembelajaran, khususnya pada materi *Marketing Mix* (7P). Permasalahan utama yang dihadapi adalah kesulitan dalam memvisualisasikan konsep-konsep yang bersifat abstrak akibat keterbatasan akses internet yang stabil. Kondisi ini tampak nyata pada unsur-unsur *Marketing Mix*, seperti Place dan Physical Evidence, yang memerlukan ilustrasi visual berupa contoh, video, atau studi kasus agar lebih mudah dipahami oleh siswa. Sebagai materi dasar yang dipelajari oleh siswa kelas X, pemahaman terhadap konsep *Marketing Mix* (7P) menjadi fondasi penting sebelum mempelajari materi pemasaran yang lebih kompleks. Namun, upaya guru dalam menghadirkan media pembelajaran yang menarik sering kali terkendala oleh sinyal Wi-Fi sekolah yang tidak stabil serta keterbatasan kuota internet yang dimiliki siswa.

Permasalahan tersebut menunjukkan perlunya media pembelajaran yang mampu menyajikan materi secara visual, interaktif, dan dapat diakses tanpa bergantung pada koneksi internet. Salah satu alternatif yang dinilai sesuai dengan kebutuhan tersebut adalah PowerPoint Interaktif. Dibandingkan media pembelajaran berbasis web, PowerPoint Interaktif memiliki keunggulan karena

dapat digunakan secara offline setelah file diunduh, sehingga tidak memerlukan kuota internet selama proses pembelajaran dan tetap dapat dijalankan pada komputer laboratorium sekolah dengan spesifikasi yang relatif sederhana. Selain itu, melalui pemanfaatan fitur Trigger, Hyperlink, dan Action Button, PowerPoint mampu menghadirkan pengalaman belajar yang interaktif sehingga siswa tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam proses pembelajaran.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, peneliti mengembangkan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint pada materi *Marketing Mix* (7P) yang dilengkapi dengan berbagai fitur pendukung, seperti video pembelajaran, kuis pada setiap unsur 7P, simulasi bisnis, serta integrasi Wayground dan *QR Code* sebagai sumber belajar tambahan. Keunggulan utama media ini terletak pada penerapan *Visual Basic for Applications* (VBA) yang memungkinkan sistem menghitung skor simulasi secara otomatis, membatasi kesempatan pengerjaan maksimal dua kali, serta menyediakan fitur reset nilai sehingga simulasi dapat digunakan kembali. Melalui simulasi tersebut, siswa tidak hanya mempelajari konsep secara teoretis, tetapi juga memperoleh pengalaman mengambil keputusan layaknya mengelola sebuah gerai ritel dalam lingkungan pembelajaran yang aman dan terstruktur.

Dengan demikian, PowerPoint Interaktif yang dikembangkan tidak hanya menjadi solusi atas keterbatasan fasilitas internet di sekolah, tetapi juga mampu

meningkatkan kualitas pembelajaran melalui pengalaman belajar yang lebih aktif dan bermakna. Adanya sistem penilaian otomatis dengan batas ketuntasan minimal sebesar 75 memungkinkan siswa mengetahui hasil belajarnya secara langsung. Apabila skor yang diperoleh belum memenuhi ketuntasan, siswa diarahkan untuk mempelajari kembali materi dan mengulang simulasi sesuai ketentuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, media pembelajaran ini diharapkan dapat membantu siswa menguasai konsep dasar *Marketing Mix* (7P), melatih kemampuan berpikir strategis dalam bidang pemasaran, serta mempersiapkan kompetensi yang dibutuhkan sebelum memasuki dunia kerja maupun praktik di industri. Pengembangan media pembelajaran menggunakan PowerPoint yang memanfaatkan *hyperlink* dan *trigger* untuk navigasi interaktif telah ditunjukkan mampu meningkatkan interaktivitas dan pengalaman belajar siswa (Sholihah dkk., 2025). Korelasi ini menunjukkan bahwa perspektif guru sebagai praktisi pendidikan selaras dengan temuan empiris sebelumnya, di mana fitur-fitur seperti *trigger* dapat menjadi jembatan untuk mengatasi kesenjangan antara metode pengajaran tradisional dan ekspektasi siswa modern, sehingga membuka peluang untuk pengembangan solusi praktis.

Pengembangan PowerPoint interaktif dengan fitur *trigger* dan strategi navigasi terpandu menjadi alternatif solusi yang relevan karena memungkinkan konten pembelajaran muncul secara bertahap melalui tombol tertentu, sehingga membantu mengarahkan fokus siswa pada langkah-langkah yang benar. (Kamal

dkk., 2025) menegaskan bahwa pemanfaatan fitur *trigger* dalam media interaktif sangat efektif untuk mendukung gaya belajar visual dan kinestetik siswa SMK, karena siswa dapat berinteraksi langsung dengan materi serta memperoleh umpan balik secara segera. Fitur ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan dan motivasi belajar, tetapi juga berperan sebagai *formative assessment* yang mendorong penerapan *active learning* dan pembelajaran yang berpusat pada siswa (*student-centered learning*).

Berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif telah banyak dikembangkan dan diterapkan dalam berbagai konteks pembelajaran, baik pada pendidikan umum maupun pendidikan vokasi, dengan tujuan meningkatkan keterlibatan dan pemahaman peserta didik (Murniati, 2025). Pengembangan media PowerPoint interaktif pada umumnya memanfaatkan fitur *trigger*, *hyperlink*, serta pendekatan inkuiri terbimbing untuk mendukung interaktivitas pembelajaran, namun belum sepenuhnya mengintegrasikan fitur *trigger* dan sistem navigasi terpadu yang dirancang secara khusus sesuai karakteristik materi pemasaran di SMK bisnis ritel (Sayekti dkk., 2023).

Hasil telaah terhadap penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa berbagai media pembelajaran berbasis teknologi di SMK memang memberikan dampak positif, namun masih menyisakan ruang untuk inovasi. Penelitian multimedia interaktif berbasis *Articulate Storyline* hanya menilai aspek kelayakan produk dan peningkatan hasil belajar tanpa mengintegrasikan pengalaman belajar yang bersifat naratif, adaptif, atau gamifikasi yang dapat meningkatkan minat dan partisipasi

siswa secara lebih mendalam (Sagita & Rafida, 2022). Penelitian mengenai media Ludo digital juga terbatas pada validasi ahli dan belum menerapkan mekanisme pembelajaran multimodal atau simulasi yang memungkinkan siswa berlatih pengambilan keputusan secara langsung (Rahmadani & Marlana, 2021). Sementara itu, pengembangan media berbasis Quizizz lebih menekankan pada unsur permainan kuis tanpa menyediakan pengalaman belajar visual, karakter, atau simulasi yang memicu proses berpikir tingkat tinggi (Fahrezi & Sulistyowati, 2025). Padahal, pendekatan pembelajaran modern menekankan pentingnya penggunaan multimodal, storytelling, dan gamifikasi untuk membangun keterlibatan, pemahaman, serta motivasi belajar (Mayer, 2021a). Celah inilah yang menjadi pijakan penelitian ini, yaitu belum adanya media berbasis PowerPoint interaktif yang menggabungkan elemen gamifikasi, simulasi bisnis, karakter digital, navigasi interaktif, serta video pembelajaran original sebagai satu kesatuan sistem pembelajaran adaptif yang dapat menilai kemampuan siswa secara otomatis dan memberikan umpan balik langsung. Penelitian lain menunjukkan bahwa penggunaan PowerPoint interaktif efektif dalam meningkatkan hasil belajar pada materi pemasaran secara umum, namun belum menekankan pemanfaatan strategi navigasi berbasis trigger sebagai bagian dari desain pembelajaran (Salma & Aini, 2023). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hingga saat ini belum ditemukan penelitian yang secara spesifik mengembangkan media PowerPoint interaktif dengan mengintegrasikan fitur *trigger* dan navigasi terpandu pada materi *Marketing*

Mix (7P) dalam konteks pembelajaran bisnis ritel vokasi, sehingga penelitian ini diarahkan untuk mengisi celah penelitian tersebut (Murniati, 2025).

Sebagai bentuk pengisian celah tersebut, penelitian ini menghadirkan media pembelajaran berupa PowerPoint interaktif berbasis gamifikasi dan simulasi bisnis yang dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang lebih menarik dan responsif. Media ini memanfaatkan fitur *trigger* dan *hyperlink* untuk menciptakan navigasi non-linear, menghadirkan karakter digital original sebagai pemandu pembelajaran, serta menyertakan video pembelajaran buatan peneliti sendiri, sehingga penyampaian materi dapat lebih personal dan terkendali. Bagian yang paling menonjol adalah adanya simulasi bisnis 7P yang dilengkapi dengan penilaian otomatis. Sistem ini memungkinkan siswa mendapatkan skor akhir dan diarahkan ulang untuk mempelajari materi apabila nilainya berada di bawah KKM 75, mencerminkan prinsip *adaptive learning* yang jarang diterapkan pada media PowerPoint konvensional. Inovasi ini selaras dengan literatur yang menekankan bahwa penggunaan gamifikasi, simulasi, dan multimodalitas mampu meningkatkan motivasi, kedalaman pemahaman, serta keterlibatan siswa dalam proses belajar (Robin, 2016; Yildirim, 2020). Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru berupa media pembelajaran yang lebih dinamis, kontekstual, dan sesuai dengan karakteristik peserta didik pada era pembelajaran digital.

Kesenjangan tersebut semakin terlihat karena pengembangan media PowerPoint interaktif pada penelitian sebelumnya belum diarahkan secara spesifik pada materi pemasaran, khususnya *Marketing Mix* (7P), serta belum

dikontekstualisasikan dengan kebutuhan pembelajaran siswa SMK pada konsentrasi keahlian bisnis ritel. Padahal, siswa SMK bisnis ritel membutuhkan media pembelajaran yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu membantu mereka memahami konsep pemasaran secara bertahap, terstruktur, dan aplikatif sesuai dengan karakteristik dunia kerja ritel. Dari hasil pra-riset menunjukkan bahwa pembelajaran *Marketing Mix* (7P) di SMK masih didominasi metode ceramah dan penggunaan slide PowerPoint konvensional, sehingga keterlibatan siswa relatif rendah dan pemahaman terhadap keterkaitan antar unsur 7P belum optimal. Selain itu, guru membutuhkan media pembelajaran yang mudah digunakan, fleksibel, dan interaktif tanpa bergantung pada aplikasi tambahan di luar PowerPoint. Selain itu, berdasarkan wawancara dengan guru mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran, guru membutuhkan media yang mudah digunakan, fleksibel, namun tetap interaktif tanpa memerlukan aplikasi tambahan di luar PowerPoint. Berdasarkan kebutuhan tersebut, maka diperlukan penelitian berjudul “Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis PowerPoint Interaktif pada Materi *Marketing Mix* (7P) untuk Siswa SMK Bisnis Ritel.” Media ini diharapkan mampu mengisi gap penelitian sebelumnya sekaligus menjawab kebutuhan guru dan siswa dengan menyediakan pengalaman belajar yang lebih menarik, terarah, dan relevan dengan dunia industri ritel. Penggunaan fitur *trigger* dan strategi navigasi terpandu dirancang agar siswa dapat mempelajari materi secara sistematis, mengklik setiap bagian sesuai urutan belajar, serta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep *Marketing Mix* (7P). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya

mengatasi masalah interaktivitas dan keterlibatan siswa, tetapi juga memberikan solusi praktis yang dapat diterapkan secara luas di sekolah vokasi, sejalan dengan data dari Kemendikbud yang menekankan peningkatan literasi digital guru dan siswa untuk mendukung pembelajaran abad ke-21. Korelasi akhir ini menunjukkan bahwa solusi yang diusulkan tidak hanya bersifat lokal tetapi juga selaras dengan tren nasional dalam pendidikan digital, sehingga memiliki dampak yang lebih luas.

Penelitian ini memposisikan diri sebagai "Pengembangan" (*Development*) karena berfokus pada penciptaan produk instruksional baru yang memiliki struktur navigasi non-linear, berbeda dengan media presentasi linear yang selama ini digunakan. Kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada integrasi fitur *trigger* dan *hyperlink* yang mengubah PowerPoint dari sekadar alat presentasi menjadi media pembelajaran interaktif yang mampu memberikan umpan balik langsung. Hal ini sejalan dengan temuan Maenah et al. (2024), yang menyatakan bahwa pengembangan media PowerPoint interaktif yang dirancang dengan fitur evaluasi mandiri terbukti secara signifikan meningkatkan kompetensi dan keterlibatan pengguna dibandingkan media konvensional. Lebih lanjut, penelitian menegaskan bahwa dalam konteks sekolah kejuruan, pengembangan media harus mampu memfasilitasi simulasi proses kerja yang tidak dapat diakomodasi oleh media statis (optimalisasi biasa) (Lahagu & Zega, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini memenuhi kriteria *Research and Development* (R&D) karena menghasilkan produk baru yang teruji validitas dan efektivitasnya melalui prosedur sistematis,

sebagaimana diterapkan dalam studi terbaru mengenai media digital vokasi (Nasution & Taufik, 2025).

Selain itu, implementasi media ini diharapkan dapat meningkatkan kesiapan siswa SMK dalam menghadapi tantangan dunia kerja ritel yang semakin kompetitif. Dengan fitur *trigger* yang memungkinkan eksplorasi mandiri, siswa dapat berlatih memahami *Marketing Mix* (7P) melalui simulasi interaktif yang mirip dengan skenario bisnis nyata, seperti merencanakan strategi promosi produk. Korelasi dengan data dari Kemenperin menunjukkan bahwa pertumbuhan *e-commerce* memerlukan tenaga kerja yang terampil dalam pemasaran digital, sehingga media pembelajaran ini tidak hanya edukatif tetapi juga aplikatif, mempersiapkan siswa untuk berkontribusi pada PDB nasional melalui sektor ritel yang berkembang.

Akhirnya, penelitian ini juga membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut, seperti integrasi dengan teknologi *artificial intelligence* atau *virtual reality* di masa depan. Namun, fokus awal pada PowerPoint interaktif dengan *trigger* memastikan aksesibilitas dan kemudahan adopsi di sekolah-sekolah dengan sumber daya terbatas. Korelasi dengan temuan pra-riset menegaskan bahwa tanpa inovasi seperti ini, siswa SMK risiko tertinggal dalam era digital, sehingga penelitian ini menjadi langkah penting untuk mendorong transformasi pendidikan vokasi yang lebih inklusif dan efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada persoalan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian pengembangan ini adalah:

1. Bagaimana proses pengembangan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint dengan fitur *trigger* dan navigasi terpandu pada materi *Marketing Mix* (7P) untuk siswa SMK bisnis ritel?
2. Bagaimana tingkat kelayakan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint yang dikembangkan berdasarkan penilaian ahli media, ahli materi, dan ahli desain pembelajaran?
3. Bagaimana efektivitas penggunaan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint dengan fitur *trigger* dan navigasi terpandu pada materi *Marketing Mix* (7P)?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian pengembangan ini adalah:

1. Mengembangkan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint dengan fitur *trigger* dan navigasi terpandu pada materi *Marketing Mix* (7P) untuk siswa SMK bisnis ritel.
2. Menganalisis tingkat kelayakan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint yang dikembangkan berdasarkan penilaian ahli media, ahli materi, dan ahli desain pembelajaran.

3. Menganalisis efektivitas penggunaan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint dengan fitur *trigger* dan navigasi terpandu pada materi *Marketing Mix* (7P).

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a) Pengembangan Pembelajaran Interaktif Berbasis Teknologi Digital.

Pengembangan media PowerPoint interaktif dengan fitur *trigger* dan navigasi terpandu ini diharapkan dapat memperkaya literatur dalam bidang pembelajaran interaktif, khususnya dalam konteks pendidikan vokasi bisnis ritel. Secara teoritis, media ini dapat mendukung konsep bahwa teknologi digital sederhana seperti PowerPoint mampu meningkatkan keterlibatan siswa dan keterampilan pemahaman konsep melalui kegiatan belajar yang lebih terstruktur dan mandiri. Dengan demikian, media ini memperkuat bukti empiris yang menunjukkan efektivitas pembelajaran interaktif dalam memfasilitasi pemahaman materi abstrak seperti *Marketing Mix* (7P) secara bertahap dan aplikatif.

- b) Kontribusi pada Pengembangan Pendidikan Vokasi dan Pemasaran

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep dan pendekatan dalam pendidikan vokasi, terutama pada konsentrasi bisnis ritel. Media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint ini menunjukkan bagaimana integrasi antara teori pemasaran dan fitur teknologi seperti *trigger* dapat memfasilitasi

pengembangan keterampilan praktis siswa dalam memahami *Marketing Mix* (7P). Hal ini sejalan dengan temuan-temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa pembelajaran vokasi yang berbasis pengalaman interaktif lebih efektif dalam membangun kompetensi siswa dibandingkan pembelajaran statis semata.

c) Peningkatan Penelitian tentang Media Pembelajaran Digital di SMK

Dalam ranah media pembelajaran, pengembangan PowerPoint interaktif ini akan memperkaya teori tentang efektivitas penggunaan teknologi digital dalam pendidikan vokasi. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap bagaimana media pembelajaran interaktif yang berbasis fitur *trigger* dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pembelajaran, terutama dalam konteks Kurikulum Merdeka yang menekankan kemandirian belajar. Media ini dapat memperkuat argumen bahwa teknologi sederhana dapat menjadi alat yang kuat untuk mengaktifkan keterlibatan siswa secara kognitif dan emosional dalam proses belajar pemasaran.

d) Penguatan Model Penilaian Pembelajaran Berbasis Interaktivitas

Pengembangan media ini juga memiliki manfaat teoritis dalam hal penilaian. Media ini memungkinkan penerapan model penilaian yang lebih komprehensif, yang mencakup evaluasi terhadap aspek kognitif, keterampilan navigasi, dan pemahaman konsep siswa dalam konteks pembelajaran *Marketing Mix* (7P). Hal ini mendukung pengembangan

teori penilaian autentik yang menekankan pentingnya menilai proses interaksi siswa dengan media dan keterampilan praktis mereka, bukan hanya hasil akhir secara teoretis.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Siswa

Media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint ini mampu memperkuat motivasi belajar dan partisipasi siswa dalam pembelajaran pemasaran melalui pengalaman edukatif yang lebih atraktif dan berkaitan dengan konteks dunia ritel. Siswa juga akan memperoleh kecakapan praktis yang berharga, seperti kemampuan memahami dan menerapkan *Marketing Mix* (7P) secara mandiri, serta meningkatkan keterampilan problem-solving melalui navigasi terpandu.

b. Bagi Guru

Media ini memberikan panduan yang jelas dan terstruktur dalam menerapkan pembelajaran interaktif, sehingga memudahkan guru dalam mengajar materi *Marketing Mix* (7P) dengan pendekatan yang lebih menarik dan efektif. Guru dapat menggunakan fitur *trigger* untuk mengontrol urutan pembelajaran tanpa memerlukan aplikasi tambahan, sehingga menghemat waktu dan meningkatkan efisiensi pengajaran.

c. Bagi Sekolah

Pengembangan media ini dapat meningkatkan kualitas pembelajaran pemasaran di SMK, yang pada gilirannya dapat meningkatkan prestasi

siswa dan memperkuat daya saing sekolah di era digital. Sekolah dapat mengintegrasikan media ini ke dalam Kurikulum Merdeka untuk mendukung pembelajaran mandiri dan inovasi teknologi.

d. Bagi Dunia Pendidikan Vokasi

Media ini dapat menjadi model pengembangan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint yang dapat diadaptasi untuk mata pelajaran lain di SMK, khususnya dalam bidang bisnis ritel dan keterampilan hidup. Hal ini mendukung upaya nasional untuk meningkatkan literasi digital siswa dan guru, sejalan dengan data dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang menekankan transformasi pendidikan vokasi yang lebih relevan dengan industri.

1.5 Batasan Pengembangan

Agar penelitian pengembangan ini lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka batasan pengembangan media pembelajaran ditetapkan sebagai berikut:

1. Produk yang dikembangkan berupa media pembelajaran interaktif berbasis Microsoft PowerPoint yang memanfaatkan fitur *trigger*, *hyperlink*, dan *action button* sebagai sarana interaktivitas dan navigasi pembelajaran.
2. Media pembelajaran yang dikembangkan hanya difokuskan pada materi *Marketing Mix* (7P) pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran untuk peserta didik Fase E Program Keahlian Bisnis Ritel.
3. Media dilengkapi dengan video tutorial, menu utama, petunjuk penggunaan, informasi pengembang, capaian, alur dan tujuan pembelajaran, video materi

pembelajaran, kuis interaktif, simulasi sederhana, evaluasi pembelajaran, serta tugas kelompok.

4. Pengembangan media difokuskan pada penggunaan secara luring (*offline*) melalui perangkat komputer atau laptop yang memiliki aplikasi Microsoft PowerPoint. Media dapat digunakan tanpa koneksi internet, kecuali untuk mengakses video pembelajaran melalui QR Code yang terhubung ke website Wayground dan untuk mengunggah tugas kelompok melalui QR Code yang terhubung ke Google Drive.
5. Fitur interaktivitas yang dikembangkan terbatas pada navigasi terpandu, umpan balik otomatis, kuis, dan simulasi sederhana yang dibuat menggunakan fasilitas bawaan PowerPoint tanpa menggunakan aplikasi pengembang eksternal.
6. Pengembangan media tidak mengintegrasikan AI sebagai fitur pembelajaran yang digunakan langsung oleh peserta didik, melainkan hanya dimanfaatkan untuk pembuatan karakter animasi. Selain itu, media tidak mencakup teknologi *Virtual Reality* (VR) maupun sistem pembelajaran berbasis web secara penuh. Media dirancang untuk digunakan secara offline melalui Microsoft PowerPoint, dengan akses video pembelajaran dan pengumpulan tugas melalui QR Code yang terhubung ke Wayground dan Google Drive.
7. Uji coba produk dilakukan pada peserta didik SMK Negeri 50 Jakarta dan hasil penelitian tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan pada seluruh sekolah atau jenjang pendidikan lainnya.

8. Penilaian produk dibatasi pada aspek kelayakan media berdasarkan validasi ahli materi, ahli media, ahli desain pembelajaran, uji kelayakan media menurut siswa kelompok kecil dan besar, serta efektivitas media berdasarkan hasil belajar peserta didik melalui pretest dan posttest.



Intelligentia - Dignitas