

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan vokasi memiliki peran strategis dalam mempersiapkan peserta didik agar memiliki kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja dan perkembangan industri. Kemendikdasmen (2026) menegaskan bahwa karakter yang perlu dimiliki peserta didik dalam berwirausaha tidak hanya mencakup kemampuan komunikasi, berpikir kreatif (*creative thinking*), dan berpikir desain (*design thinking*), tetapi juga kemampuan membangun kompetensi, disiplin, serta ketangguhan untuk bersaing di dunia profesional. Selain itu, mata pelajaran Proyek Kreatif dan Kewirausahaan (PKK) di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) diarahkan untuk mengembangkan karakter kewirausahaan, kreativitas, inovasi, serta kemampuan peserta didik dalam memanfaatkan peluang dan menghadapi berbagai risiko yang mungkin muncul dalam menjalankan usaha. Sejalan dengan tujuan tersebut, peserta didik Tata Busana tidak hanya dituntut menguasai kompetensi produksi busana, tetapi juga kemampuan dalam mengelola dan memasarkan produk yang dihasilkan.

Salah satu kompetensi yang diperlukan dalam mendukung pemasaran produk busana adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan logika pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan sasaran (Kotler & Armstrong, 2016). Dalam industri fesyen, keberhasilan pemasaran produk berkaitan dengan kemampuan dalam memahami konsumen serta menerapkan strategi pemasaran yang sesuai. Perkembangan teknologi informasi juga telah mendorong pemanfaatan pemasaran digital dalam industri fesyen untuk menjangkau dan memengaruhi konsumen (Siahaan & Susanti, 2022). Dalam konteks pendidikan vokasi, perkembangan industri tersebut menuntut penguatan kompetensi digital dan kewirausahaan agar peserta didik memiliki kemampuan

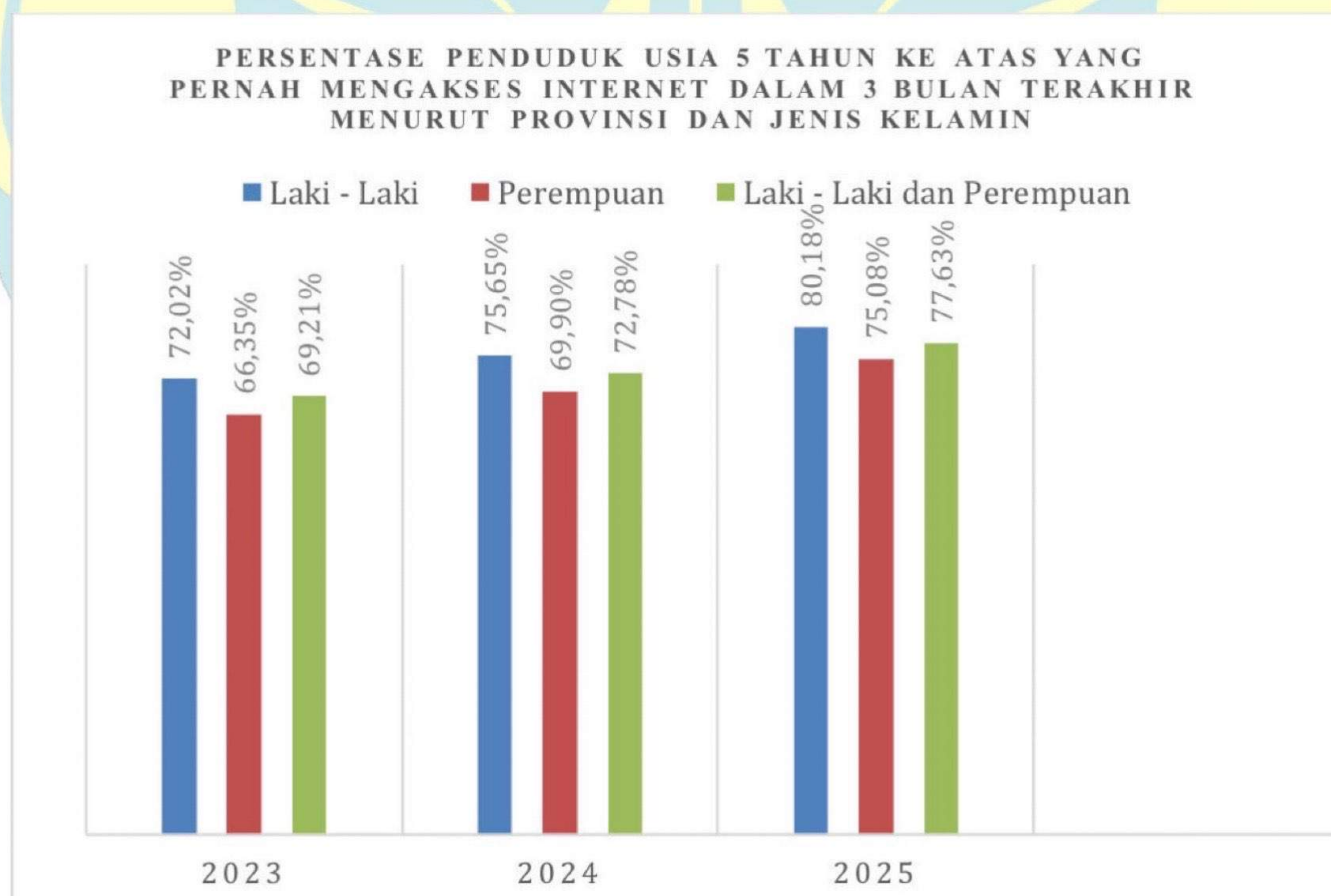
yang relevan dengan kebutuhan industri fesyen (Aryanti et al., 2025). Oleh karena itu, penguasaan strategi pemasaran menjadi salah satu kompetensi yang perlu dikembangkan melalui pembelajaran Proyek Kreatif dan Kewirausahaan (PKK) Tata Busana agar peserta didik mampu beradaptasi dengan perkembangan industri.

Namun, kondisi pembelajaran strategi pemasaran produk busana di SMK Negeri 2 Kota Depok menunjukkan adanya kesenjangan antara kompetensi yang diharapkan dan kondisi pembelajaran yang berlangsung. Berdasarkan hasil analisis nilai ulangan harian serta wawancara awal dengan guru mata pelajaran PKK yang dilaksanakan pada 12 Juni 2026, diketahui bahwa sebanyak 53 dari 64 peserta didik belum mencapai Kriteria Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (KKTP) yang ditetapkan, yaitu 82. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa peserta didik masih kurang terlibat dalam kegiatan pembelajaran dan mengalami kesulitan dalam memahami materi strategi pemasaran produk busana. Dalam proses pembelajaran, media yang digunakan masih didominasi oleh presentasi PowerPoint dan buku cetak, sedangkan pembelajaran juga masih banyak berlangsung melalui metode ceramah (*teacher-centered*). Kondisi tersebut menyebabkan kesempatan peserta didik untuk berpartisipasi aktif dan berinteraksi dengan materi pembelajaran menjadi terbatas. Temuan awal tersebut menunjukkan adanya kebutuhan terhadap media pembelajaran yang dapat mendukung penyajian materi secara lebih menarik dan interaktif serta memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk terlibat dalam proses pembelajaran.

Pemilihan media pembelajaran memiliki peran penting dalam mendukung terciptanya proses pembelajaran yang efektif. Media pembelajaran yang dirancang dengan baik tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian materi, tetapi juga dapat memfasilitasi peserta didik untuk belajar secara mandiri, aktif, dan sesuai dengan kebutuhan pembelajaran. Sejalan dengan Pedoman Penilaian Buku Pendidikan yang diterbitkan oleh Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan (BSKAP) Nomor 039/H/P/2022, bahan ajar yang baik hendaknya memenuhi aspek kelayakan materi, penyajian, kebahasaan, dan kegrafikaan sehingga materi dapat disajikan secara sistematis, mudah dipahami, dan sesuai

dengan tujuan pembelajaran. Selaras dengan hal tersebut, Arsyad (2017) menyatakan bahwa media pembelajaran berperan dalam memperjelas penyajian materi, meningkatkan kualitas interaksi dalam pembelajaran, serta menciptakan pengalaman belajar yang lebih bermakna. Oleh karena itu, diperlukan media pembelajaran yang mampu menyajikan materi strategi pemasaran produk busana secara sistematis dan interaktif untuk mendukung proses pembelajaran PKK Tata Busana.

Kebutuhan terhadap media pembelajaran tersebut juga perlu mempertimbangkan perkembangan teknologi digital yang semakin luas dalam kehidupan masyarakat. Data Badan Pusat Statistik (2026) berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) menunjukkan bahwa persentase penduduk usia 5 tahun ke atas yang pernah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir terus mengalami peningkatan selama periode 2023–2025 hingga mencapai 77,63% pada tahun 2025, sebagaimana disajikan pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Persentase penduduk yang mengakses internet tahun 2023–2025
Sumber : Data Badan Pusat Statistik (2026)

Data tersebut menunjukkan semakin luasnya penggunaan internet dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan ini turut membuka peluang bagi pemanfaatan teknologi digital dalam bidang pendidikan, termasuk melalui pengembangan media pembelajaran digital. Salah satu bentuk media pembelajaran digital yang dapat digunakan adalah modul elektronik atau e-modul. E-modul memungkinkan materi pembelajaran disajikan secara sistematis dalam format digital dan dapat dilengkapi dengan berbagai komponen interaktif untuk mendukung proses pembelajaran. Dalam pembelajaran PKK Tata Busana, pengembangan e-modul dapat menjadi salah satu alternatif untuk menyajikan materi strategi pemasaran produk busana sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini.

Pengembangan e-modul tidak hanya perlu mempertimbangkan penyajian materi dalam format digital, tetapi juga keterlibatan peserta didik dalam berinteraksi dengan materi pembelajaran.. Salah satu pendekatan yang dapat diintegrasikan dalam pengembangan e-modul adalah gamifikasi. Gamifikasi merupakan penerapan elemen-elemen permainan ke dalam konteks nonpermainan untuk menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan mendorong partisipasi peserta didik selama proses pembelajaran. Menurut Kapp (2012), elemen gamifikasi seperti poin (*points*), lencana (*badges*), level, tantangan, dan umpan balik (*feedback*) dapat dimanfaatkan dalam konteks pembelajaran. Sejalan dengan hal tersebut, hasil meta-analisis Sailer dan Homner (2021) menunjukkan bahwa penerapan gamifikasi memberikan pengaruh positif terhadap hasil belajar kognitif, motivasional, dan perilaku peserta didik. Temuan tersebut menunjukkan bahwa integrasi elemen gamifikasi dalam e-modul memiliki potensi untuk mendukung keterlibatan peserta didik dalam proses pembelajaran.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menunjukkan potensi pemanfaatan e-modul dan gamifikasi dalam pembelajaran. Suranto et al. (2024) menunjukkan bahwa e-modul berbasis gamifikasi dapat mendukung minat dan hasil belajar peserta didik. Namun, penelitian tersebut dilakukan pada jenjang sekolah dasar sehingga memiliki karakteristik peserta didik dan konteks pembelajaran yang

berbeda dengan pendidikan kejuruan. Selanjutnya, Zainuddin et al. (2021) melalui kajian sistematis terhadap berbagai penelitian empiris melaporkan bahwa penerapan gamifikasi dalam pembelajaran cenderung memberikan dampak positif terhadap motivasi, keterlibatan, pencapaian akademik, dan interaksi sosial peserta didik. Meskipun demikian, kajian tersebut membahas penerapan gamifikasi dalam berbagai konteks pembelajaran secara umum dan belum secara khusus mengembangkan media pembelajaran untuk materi strategi pemasaran produk busana pada peserta didik SMK Tata Busana. Sementara itu, Mirayanti et al. (2024) menunjukkan adanya kebutuhan terhadap media pembelajaran yang lebih interaktif melalui pemanfaatan teknologi. Akan tetapi, penelitian tersebut terbatas pada tahap analisis kebutuhan dan belum menghasilkan produk berupa e-modul berbasis gamifikasi.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan dan kajian terhadap penelitian terdahulu, terdapat kebutuhan untuk mengembangkan media pembelajaran digital yang secara khusus menyajikan materi Strategi Pemasaran Produk Busana dalam konteks pembelajaran PKK Tata Busana di SMK. Penelitian terdahulu telah menunjukkan potensi e-modul dan gamifikasi dalam mendukung proses pembelajaran, tetapi pengembangan e-modul berbasis gamifikasi yang secara khusus berfokus pada materi Strategi Pemasaran Produk Busana untuk peserta didik SMK Tata Busana masih terbatas. Di sisi lain, hasil studi pendahuluan di SMK Negeri 2 Kota Depok menunjukkan adanya kebutuhan terhadap media pembelajaran yang mampu menyajikan materi secara sistematis dan interaktif serta mendukung keterlibatan peserta didik dalam proses pembelajaran. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan E-Modul Strategi Pemasaran Produk Busana Berbasis Gamifikasi sebagai media pembelajaran pada mata pelajaran Proyek Kreatif dan Kewirausahaan (PKK) Tata Busana di SMK Negeri 2 Kota Depok.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Peserta didik masih mengalami kesulitan dalam memahami dan menerapkan materi Strategi Pemasaran Produk Busana, yang berdampak pada hasil belajar yang belum optimal, ditunjukkan oleh masih banyaknya peserta didik yang belum mencapai Kriteria Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (KKTP).
2. Proses pembelajaran masih didominasi oleh metode ceramah dengan media pembelajaran yang terbatas, sehingga belum mampu mendorong keterlibatan aktif peserta didik serta belum menyajikan materi secara interaktif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik peserta didik di era digital.
3. Belum tersedia media pembelajaran digital yang secara khusus dikembangkan untuk materi Strategi Pemasaran Produk Busana, sehingga pemanfaatan perangkat digital, khususnya smartphone, sebagai media pembelajaran belum dilakukan secara optimal meskipun telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari peserta didik.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka penelitian ini dibatasi pada beberapa aspek sebagai berikut:

1. Produk yang dikembangkan berupa E-Modul Strategi Pemasaran Produk Busana Berbasis Gamifikasi yang dapat diakses melalui web sebagai media pembelajaran pendukung.
2. Materi yang dikembangkan dibatasi pada kompetensi Strategi Pemasaran Produk Busana sesuai dengan Capaian Pembelajaran (CP) mata pelajaran Proyek Kreatif dan Kewirausahaan pada Program Keahlian Tata Busana di SMK Negeri 2 Kota Depok.

3. Pengembangan produk berdasarkan aspek materi, aspek penyajian, aspek desain, dan aspek grafika sesuai Pedoman Penilaian Buku Pendidikan BSKAP Nomor 039/H/P/2022.
4. E-modul yang dikembangkan berfungsi sebagai media pembelajaran pendukung dan bukan sebagai pengganti media pembelajaran utama yang digunakan dalam proses pembelajaran.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu "Bagaimana pengembangan dan tingkat kelayakan e-modul Strategi Pemasaran Produk Busana berbasis gamifikasi berdasarkan BSKAP Nomor 039/H/P/2022 ?"

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian yaitu :

1. Mengembangkan E-Modul Strategi Pemasaran Produk Busana Berbasis Gamifikasi sebagai media pembelajaran digital pada mata pelajaran Proyek Kreatif dan Kewirausahaan (PKK).
2. Menghasilkan media pembelajaran yang interaktif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik peserta didik di era digital sehingga dapat mendukung keterlibatan peserta didik dalam proses pembelajaran.
3. Mengetahui tingkat kelayakan E-Modul Strategi Pemasaran Produk Busana Berbasis Gamifikasi berdasarkan Pedoman Penilaian Buku Pendidikan BSKAP Nomor 039/H/P/2022.

Intelligentia - Dignitas

1.6 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pendidikan vokasi yang berkaitan dengan pengembangan media pembelajaran digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai pemanfaatan e-modul berbasis gamifikasi sebagai media pembelajaran yang mendukung proses belajar pada mata pelajaran Proyek Kreatif dan Kewirausahaan di Program Keahlian Tata Busana. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengembangkan media pembelajaran berbasis teknologi, terutama pada bidang tata busana dan pemasaran produk.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi Peserta Didik

E-modul yang dikembangkan diharapkan dapat membantu peserta didik mempelajari materi Strategi Pemasaran Produk Busana secara lebih mudah melalui penyajian materi yang interaktif, sistematis, dan mudah diakses. Selain itu, integrasi elemen gamifikasi diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan, motivasi, serta kemandirian peserta didik dalam proses pembelajaran.

2. Bagi Guru

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif media pembelajaran digital yang mendukung pelaksanaan pembelajaran pada mata pelajaran Proyek Kreatif dan Kewirausahaan. E-modul yang dikembangkan juga diharapkan dapat membantu guru menyajikan materi secara lebih menarik, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik peserta didik di era digital.

3. Bagi Sekolah

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung pemanfaatan teknologi digital dalam proses pembelajaran serta menjadi salah satu referensi bagi sekolah

dalam mengembangkan inovasi media pembelajaran yang dapat meningkatkan kualitas pembelajaran.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi sekaligus masukan bagi peneliti lain yang berminat mengembangkan media pembelajaran berbasis e-modul, gamifikasi, maupun teknologi digital pada bidang pendidikan vokasi, khususnya Program Keahlian Tata Busana.



Intelligentia - Dignitas