

## PENGEMBANGAN BAHAN AJAR DIGITAL MATA PELAJARAN BISNIS FOKUS PEMASARAN TINGKAT SMA

Raja Muhammad Isnu Parayoga<sup>1</sup> Leny Pelita Besouw<sup>2</sup>, Angelina<sup>3, 4</sup>, Olivia Lysion<sup>5</sup>  
Universitas Internasional Batam

Email: risnu2622@gmail.com, lenybesouw3@gmail.com, zhangangelina9@gmail.com,  
aboy.imp@gmail.com, olivialysion23@gmail.com

### Abstrak

Zaman sekarang melakukan bisnis bukan saja dilakukan oleh orang dewasa yang sudah menyelesaikan bangku pendidikannya, pada saat ini sering kita jumpai para pelajar yang masih duduk dibangku SMA ikut berpartisipasi menuangkan ide nya menjadi sebuah bisnis guna mendapatkan keuntungan, tentu saja dalam memulai suatu bisnis yang menjadi peran utama dalam keberhasilan bisnis tersebut adalah strategi pemasaran. Tetapi dengan adanya dampak dari pandemi COVID-19, membuat para pelajar SMA kurang dalam pemahaman dan pengetahuan mengenai pemasaran secara online ini. Bahkan tidak menutup kemungkinan bahwa saat ini siswa-siswi SMA Kallista sedang belajar untuk memulai bisnis dan sedang mempersiapkan strategi untuk melakukan pemasaran produk yang ditawarkan namun, jika siswa-siswi SMA Kallista tidak dapat memanfaatkan situasi pandemi COVID-19 untuk melakukan pemasaran, tidak menutup kemungkinan akan mengalami kegagalan. Oleh sebab itu penulis telah menyediakan materi mengenai pemasaran dengan menggunakan bahan ajar digital berupa power point yang sudah disusun secara menarik, bank soal dalam bentuk aplikasi quizizz, kumpulan video dari media sosial, rangkuman pembahasan dan video presentasi berisi penjelasan materi guna untuk membantu siswa-siswi SMA Kallista memahami dan berfokus pada penggunaan bahan ajar digital yang dapat dijadikan alternatif atau referensi pendukung pembelajaran pemasaran di SMA Kallista, dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada dapat meningkatkan pemasaran tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap metode dalam pelaksanaan proses pembelajaran, dengan menerapkan bahan ajar digital dapat memberikan keefektifan dalam proses pembelajaran mengenai pemasaran online ini

**Kata Kunci:** Bahan Ajar Digital, Pemasaran, Media Pembelajaran

### Abstract

*Nowadays doing business is not only done by adults who have completed their education, at this time we often find students who are still in high school participating in pouring their ideas into a business to benefit, of course in starting a business that becomes a major role in the success of the business is marketing strategy. But with the impact of the COVID-19 pandemic, high school students lack understanding and knowledge about online marketing. It does not even close the possibility that Kallista high school students are currently learning to start a business and are preparing a strategy to do marketing the products offered but, if Kallista high school students are unable to take advantage of the COVID-19 pandemic situation to do marketing, it does not close the possibility of failure. Therefore, the author has provided materials about marketing using digital teaching materials in the form of power points that have been arranged interestingly, bank questions in the form of quizizz applications, a collection of videos from social media, discussion summaries and presentation videos containing material explanations to help Kallista High School students understand and focus on the use of digital teaching materials that can be used as alternatives or reference supporting marketing learning at Kallista High School , by utilizing the development of existing technology can improve the marketing. Therefore, it is necessary to*

*evaluate the methods in the implementation of the learning process, by applying digital teaching materials can provide effectiveness in the learning process regarding online marketing*

**Keywords:** *Digital Teaching Materials, Marketing, Learning Media*

## **PENDAHULUAN**

Pada zaman pandemik seperti ini pemasaran merupakan sebuah kegiatan yang bisa kita lakukan dengan perkembangan teknologi yang sudah ada, pemasaran sendiri merupakan proses sosial dan manajerial dimana terjadinya pertukaran kebutuhan antara suatu individu atau kelompok dengan yang lainnya. Pemasaran sendiri telah diajarkan pada materi ekonomi pada saat SMP dan SMA, begitupun dengan sekolah Kallista. Namun, hal yang sudah diajarkan merupakan teori tulisan yang diberikan kepada siswa dan siswi. Disini kelompok kami akan menjadi jembatan penghubung antara siswa dan siswi SMA Kallista dengan materi pemasaran kali ini.

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen. (Ir. Agustina Shinta, 2011) Pemasaran sendiri ikut berkembang seiring dengan perkembangan zaman, dari pertukaran barang dengan barang sampai dengan sekarang, yaitu pertukaran barang dengan mata uang, tentu ini akan terus berkembang menjadi lebih baik. Namun, karena masa pandemik yang terjadi pada tahun 2020, pemasaran dan ekonomi dunia menjadi kacau. Banyak UMKM maupun usaha yang tidak mampu bertahan dalam perubahan besar ini. Dalam masa seperti ini untuk memulainya, tentu harus dengan pemasaran yang bersifat online, dimulai dari pemasaran berskala lokal, nasional hingga internasional menggunakan teknologi online ini, ekonomi dunia pun dapat bertahan berkat dari wadah pemasaran yang menggunakan teknologi dan internet.

Oleh karena itu penulis ingin mengadakan penelitian terhadap topik ini dengan menggali penyelesaian dari masalah ini. Pembahasan permasalahan ini akan kami jelaskan kepada siswa dan siswi SMA Kallista guna untuk membantu para masyarakat yang ada di sekitarnya. Dengan menggunakan bahan ajar digital sebagai media pembelajaran pemasaran, dimana bahan ajar digital ini dapat membantu siswa dan siswi SMA Kallista untuk mudah memahami. Menurut Depdiknas (2017: 3), bahan ajar adalah segala bentuk bahan yang digunakan untuk membantu guru atau instruktur dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar di kelas (Muh. Faisal, 2020), dengan arahan langsung dari kami, serta pemaparan video hingga kuis untuk menambah pengetahuan siswa dan siswi dari sekolah Kallista.

Dan juga kami mengharapkan agar siswa dan siswi dari sekolah Kallista dapat membantu pemulihan ekonomi di Indonesia dengan menggunakan pengetahuan pemasaran yang kami berikan kali ini.

## **METODE**

Metode kegiatan yang kami gunakan ialah metode pendidikan masyarakat, dikarenakan keikutsertaan kelompok 5 dalam menyampaikan atau memberi edukasi tentang Pengembangan Bahan Ajar Digital Mata Pelajaran Bisnis Fokus Pemasaran ini ke masyarakat khususnya di kalangan pelajar, metode yang akan kami gunakan adalah secara daring (online) dimana kami akan menyediakan beberapa materi tentang bisnis pemasaran. Di sisi lain dalam pembuatan materi kami juga harus memikirkan apa yang dikandung pada materi tersebut dan bahasa apa yang akan digunakan. Karena dua hal tersebut penting supaya materi yang kami bawakan dapat

dimengerti dan dipahami oleh siswa dan siswi Sekolah Kallista.

## PEMBAHASAN

Di era sekarang kehidupan semakin modern dan kehidupan perekonomian semakin dituntut masyarakat dengan adanya kehidupan yang lebih layak. Maka dalam kehidupan bernegara butuh adanya pemasaran global untuk menunjang perekonomian di Negara tersebut. Pemasaran suatu proses yang membuat individu atau kelompok yang saling menguntungkan karena menawarkan atau mempertukarkan barang produk yang bernilai dari pihak tersebut.

Beberapa chapter yang akan kami jelaskan yaitu, what is marketing, marketing research, the marketing mix- product and price, the marketing mix- promotion and place, globalization and international marketing, yang di langsir dari Cambridge International AS and A level Business coursebook . Sedikit mengenai Pemasaran internasional merupakan aktivitas pemasaran atau implementasi dari bauran pemasaran antarnegara dengan maksud memuaskan konsumen baik bilateral maupun multilateral berupa produk fisik maupun produk non fisik (jasa). Pemasaran internasional juga bisa diartikan sebagai implementasi dari pemasaran secara internasional antarnegara, baik bilateral maupun multilateral dengan berbagai permasalahannya.

Terselenggaranya pemasaran internasional berarti terjalinnya hubungan internasional baik bilateral maupun multilateral. Selain itu istilah klasik pemasaran internasional lebih dikenal dengan “perdagangan internasional” dan bahkan akhir- akhir ini lebih dikenal dengan istilah “pemasaran global”. Untuk luaran yang telah dicapai yaitu power point yang siap dipresentasikan. Dan ini beberapa dokumentasi:



Gambar 1 Penyampaian materi mengenai marketing



Gambar 2 Penyampaian materi mengenai the marketing mix-product and price



Gambar 3 Penyampaian materi mengenai the marketing mix-promotion and place



Gambar 4 Penyampaian materi mengenai international marketing



Gambar 5 Penyampaian materi mengenai marketing planning

Marketing adalah suatu kegiatan yang dilakukan orang-orang yang bertujuan untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Dengan begitu sekelompok orang-orang tersebut akan merasa tercukupi apa yang dibutuhkannya. Marketing juga memiliki strategi yang menunjang keberhasilan marketing tersebut seperti,

1. **Place**

Tempat dimana kita melakukan marketing tersebut

2. **Product**

Produk juga penting karena ini yang akan ditawarkan kepada konsumen

3. **Price**

Harga produk yang bisa diterima oleh konsumen

4. **Promotion**

Agar produk atau barang kita dapat dikenal oleh konsumen maka perlu adanya kegiatan promotion ini.

Dalam pembahasan Pengembangan Bahan Ajar Digital Mata Pelajaran Bisnis Fokus Pemasaran Tingkat SMA ini mungkin akan sangat berguna bagi siswa dan siswi SMA Kallista karena adanya kegiatan yang kami lakukan dapat mengasah bakat atau skill dan ketertarikannya khususnya di bidang pemasaran ini.

Ada beberapa tahapan yang dilakukan pada kegiatan Bahan Ajar Digital Mata Pelajaran Bisnis Fokus

Pemasaran Tingkat SMA yaitu pengajuan untuk melakukan kegiatan ini kepada mitra (Sekolah Kallista) dengan

mengajukan proposal atau dokumen yang diperlukan. Dan pada tahap implementasi untuk siswa dan siswi SMA Kallista, kami menyiapkan materi dengan memikirkan kalimat dan bahasa yang akan digunakan sehingga nantinya materi kami dapat dimengerti oleh kalangan anak remaja tersebut.

## SIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan penulis dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan aktivitas untuk menyenangkan konsumen baik berupa produk maupun non produk (jasa), dengan adanya pemasaran dapat menguntungkan kedua belah pihak yaitu akan terjalinnya suatu hubungan antar negara satu dengan lainnya. Selain itu berdasarkan uraian diatas pelaksanaan kegiatan Pengembangan Bahan Ajar Digital Mata Pelajaran Bisnis Fokus Pemasaran Tingkat SMA akan dilaksanakan pada tanggal 25 Agustus 2021 dengan melibatkan mahasiswa Universitas Internasional Batam. Dengan adanya kegiatan tersebut memberikan beberapa manfaat bagi SMA Kallista yaitu:

1. Memberikan kemudahan pemahaman dalam pembelajaran
2. Memberikan daya tarik dalam proses pembelajaran
3. Meningkatkan daya ingat siswa dan siswi SMA Kallista.

Sebagai penutup penulis ingin mengucapkan Terimakasih kepada pihak sekolah SMA Kallista yang telah memberikan kesempatan untuk menuangkan ide para penulis dalam meningkatkan media pemasaran di tingkat SMA Kallista, serta penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Lady, S.E., M.M selaku dosen yang membimbing pelaksanaan kegiatan Pengembangan Bahan Ajar Digital Mata Pelajaran Bisnis fokus Pemasaran Tingkat SMA.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Dwi Pratiwi, H. (n.d.). Metode dan Teknik Pembelajaran Masyarakat. <https://www.scribd.com/doc/143211886>  
/Metode-Dan-Teknik-Pembelajaran-Masyarakat
- Faisal, M., Hotimah, Nurhaedah, AP, N., & Khaerunnisa. (2020). Peningkatan Kompetensi Guru Sekolah Dasar dalam Mengembangkan Bahan Ajar Digital di Kabupaten Gowa. *Jurnal Publikasi Pendidikan*, 10(3), 266–270.  
<http://ojs.unm.ac.id/index.php/pubpe>  
nd
- Pandjaitan, D. R. H. (2015). Pemasaran Internasional. *Ebm* 512058.  
[http://repository.lppm.unila.ac.id/12009/1/PEMASARAN INTERNASIONAL.pdf](http://repository.lppm.unila.ac.id/12009/1/PEMASARAN%20INTERNASIONAL.pdf)
- Shinta, A. (2011). Manajemen pemasaran. 146.