



Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis *Powerpoint* Interaktif pada Materi Marketing Mix (7P) untuk Siswa SMK Bisnis Ritel

Fahmawati Siti Zubaedah^{1*}, Nadya Fadillah Fidhyallah², Rizka Zakiah³
Pendidikan Bisnis, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespodensi fahmawati_1707622003@mhs.unj.ac.id

Diterima: 07-06-2026 | Disetujui: 13-06-2026 | Diterbitkan: 15-06-2026

ABSTRACT

This study aims to develop interactive PowerPoint-based learning media on Marketing Mix (7P) material for retail business vocational high school students and determine the feasibility level of the developed media. This study used the Research and Development (R&D) method with the ADDIE development model which includes the stages of Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation. The resulting product is an interactive PowerPoint learning media equipped with learning materials, learning videos, interactive quizzes, Marketing Mix (7P) simulations, learning evaluations, and navigation that makes it easier for students to learn independently or with the teacher. Feasibility testing was carried out by material experts, media experts, and instructional design experts, as well as tested on students through small group and large group tests. The results showed that the developed learning media obtained material expert validation scores of 94%, media experts 96%, and instructional design experts 86%, all of which were in the Very Feasible category. The results of trials on students showed a feasibility percentage of 88% in the small group and 99% in the large group with the Very Feasible category. Overall, the interactive PowerPoint-based learning media obtained an average feasibility of 93% in the Very Feasible category. These results indicate that the developed media is feasible to use as a learning medium on Marketing Mix (7P) material, able to increase student engagement, provide a more interactive learning experience, and help students understand marketing concepts more effectively.

Keywords: Learning Media; Interactive PowerPoint; Marketing Mix (7P); Retail Business; ADDIE

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif pada materi Marketing Mix (7P) untuk siswa SMK Bisnis Ritel serta mengetahui tingkat kelayakan media yang dikembangkan. Penelitian ini menggunakan metode Research and Development (R&D) dengan model pengembangan ADDIE yang meliputi tahap Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation. Produk yang dihasilkan berupa media pembelajaran PowerPoint interaktif yang dilengkapi dengan materi pembelajaran, video pembelajaran, kuis interaktif, simulasi Marketing Mix (7P), evaluasi pembelajaran, serta navigasi yang memudahkan peserta didik dalam belajar secara mandiri maupun bersama guru. Uji kelayakan dilakukan oleh ahli materi, ahli media, dan ahli desain pembelajaran, serta diuji kepada peserta didik melalui uji kelompok kecil dan kelompok besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media pembelajaran yang dikembangkan memperoleh nilai validasi ahli materi sebesar 94%, ahli media sebesar 96%, dan ahli desain pembelajaran sebesar 86%, yang

seluruhnya termasuk dalam kategori Sangat Layak. Hasil uji coba kepada peserta didik menunjukkan persentase kelayakan sebesar 88% pada kelompok kecil dan 99% pada kelompok besar dengan kategori Sangat Layak. Secara keseluruhan, media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif memperoleh rata-rata kelayakan sebesar 93% dengan kategori Sangat Layak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media yang dikembangkan layak digunakan sebagai media pembelajaran pada materi Marketing Mix (7P), mampu meningkatkan keterlibatan peserta didik, memberikan pengalaman belajar yang lebih interaktif, serta membantu peserta didik memahami konsep pemasaran secara lebih efektif.

Katakunci: *Media Pembelajaran; PowerPoint Interaktif; Marketing Mix (7P); Bisnis Ritel; ADDIE.*

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Zubaedah, F. S., Fidhyallah, N. F. ., & Zakiah, R. . (2026). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Powerpoint Interaktif pada Materi Marketing Mix (7P) untuk Siswa Smk Bisnis Ritel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 959-980. <https://doi.org/10.63822/5dj40p55>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pembelajaran yang pesat, ditandai dengan hadirnya internet, perangkat *mobile*, dan aplikasi interaktif, menuntut guru untuk mampu menghadirkan media pembelajaran yang 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 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 apabila dikaitkan dengan karakteristik peserta didik SMK pada bidang keahlian Bisnis dan Manajemen, khususnya konsentrasi Bisnis Ritel. 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 (Madupu & Konrad Gunderson, 2024). 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 Bisnis dan Manajemen 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. Urgensi peningkatan kualitas pembelajaran di SMK juga tidak terlepas dari tuntutan dunia industri, khususnya pada sektor perdagangan dan bisnis ritel. Sektor perdagangan 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 (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. Penyajian informasi secara visual dan sistematis melalui media pembelajaran 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. Pembelajaran *Marketing Mix* (7P) akan lebih optimal apabila didukung oleh media pembelajaran interaktif yang mampu memvisualisasikan konsep serta menghadirkan studi kasus nyata (Ridlo dkk., 2025).

Sebelum melangkah pada pengembangan media, peneliti telah melakukan studi pendahuluan (*pra-riset*) pada tanggal 12 November 2025 yang melibatkan 36 siswa kelas X Konsentrasi Keahlian Bisnis Ritel di SMKN 50 Jakarta. Hasil pra-riset menunjukkan bahwa 77,8% siswa menyatakan media pembelajaran yang digunakan guru kurang menarik, dan 75% siswa mengaku mudah kehilangan fokus saat pembelajaran menggunakan media yang tidak interaktif. Temuan ini diperkuat oleh hasil observasi selama Praktik Keterampilan Mengajar (PKM) yang menunjukkan proses pembelajaran masih berpusat pada guru dengan penggunaan media yang minim fitur, tidak memiliki navigasi, serta belum memfasilitasi aktivitas belajar mandiri siswa (Wulandari dkk., 2023). Kondisi ini menyebabkan siswa cenderung pasif, kurang terlibat secara aktif, dan sebagian mengalihkan perhatian selama pembelajaran. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa media pembelajaran yang monoton dan minim interaktivitas kurang efektif dalam mempertahankan perhatian serta meningkatkan motivasi belajar siswa (Raudah dkk., 2024).

Hasil wawancara dengan Ibu Ziadah, S.E., selaku pengampu mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMKN 50 Jakarta pada 03 Desember 2025 mengungkapkan kendala mendasar, yaitu kesulitan dalam memvisualisasikan konsep *Marketing Mix* (7P) yang cenderung abstrak tanpa dukungan koneksi internet yang stabil. Sebagai mata pelajaran fondasi bagi siswa kelas X, penguasaan teori dasar ini sangat krusial, namun guru sering terhambat saat ingin menunjukkan contoh video atau studi kasus nyata karena sinyal Wi-Fi sekolah yang tidak stabil serta keterbatasan kuota data siswa. Berdasarkan pertimbangan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa PowerPoint Interaktif adalah solusi paling rasional dan efektif untuk mengatasi permasalahan di SMKN 50 Jakarta. PowerPoint Interaktif memiliki keunggulan komparatif karena bersifat mandiri dan tidak membutuhkan kuota internet setelah file diunduh. Melalui optimalisasi fitur *Trigger*, *Hyperlink*, dan *Action Button*, PowerPoint mampu menyajikan interaktivitas tinggi setara aplikasi berbasis web.

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). 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.

Berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif telah banyak dikembangkan dalam berbagai konteks pembelajaran, baik pada pendidikan umum maupun pendidikan vokasi (Murniati, 2025). Namun, hasil telaah terhadap penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa masih terdapat celah penelitian (*research gap*). Penelitian multimedia interaktif berbasis *Articulate Storyline* hanya menilai aspek kelayakan produk tanpa mengintegrasikan pengalaman belajar yang bersifat naratif atau gamifikasi (Sagita & Rafida, 2022). Penelitian mengenai media Ludo digital terbatas pada validasi ahli dan belum menerapkan simulasi pengambilan keputusan (Rahmadani & Marlana, 2021).

Sementara itu, pengembangan media berbasis Quizizz lebih menekankan pada unsur permainan kuis tanpa menyediakan pengalaman belajar visual 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, 2021).

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.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif pada materi *Marketing Mix (7P)* untuk siswa SMK Bisnis Ritel serta mengetahui tingkat kelayakan media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif pada materi *Marketing Mix (7P)* untuk siswa SMK Bisnis Ritel berdasarkan validasi ahli materi, ahli media, ahli desain pembelajaran, serta uji coba kepada siswa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis berupa pengayaan kajian tentang pengembangan media pembelajaran interaktif di SMK, serta kontribusi praktis berupa produk media PowerPoint interaktif yang dapat digunakan oleh guru dan siswa dalam pembelajaran Dasar-Dasar Pemasaran pada materi *Marketing Mix (7P)*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan selama satu semester pada tahun akademik berjalan. Proses pengembangan dimulai dari tahap analisis, perancangan, pengembangan, validasi, revisi, hingga uji coba terbatas yang dilakukan mulai bulan Juli 2025 hingga Juni 2026.

Tempat pelaksanaan uji coba terbatas adalah SMK Negeri 50 Jakarta Konsentrasi Keahlian Bisnis Ritel yang menjadi lokasi implementasi media pembelajaran. Sekolah dipilih secara *purposive* sampling berdasarkan kesesuaian kurikulum dengan materi *Marketing Mix (7P)*, kesiapan sarana pendukung seperti perangkat komputer dan LCD proyektor, serta dukungan guru mata pelajaran.

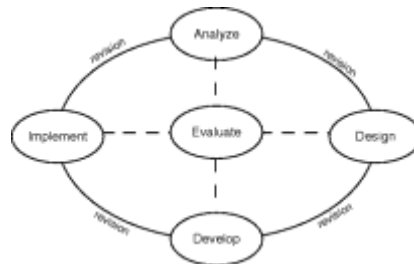
Penelitian ini menggunakan metode Research and Development (R&D) dengan model pengembangan ADDIE yang berfokus pada media pembelajaran PowerPoint Interaktif sebagai objek yang dikembangkan. Proses pengembangan media tersebut melibatkan para ahli sebagai subjek penelitian, yang berperan sebagai validator dalam menilai kelayakan isi, desain, dan tampilan media pada setiap tahapan ADDIE, mulai dari analisis hingga evaluasi, sebagai bagian dari evaluasi formatif dan penyempurnaan produk pembelajaran (Branch, 2009).

Adapun subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- 1 Ahli Media Pembelajaran: Dosen Universitas Negeri Jakarta yang memiliki keahlian di bidang media

*Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Powerpoint Interaktif pada Materi Marketing Mix (7P)
untuk Siswa Smk Bisnis Ritel (Zubaedah, et al.)*

- pembelajaran.
- 2 Ahli Desain Pembelajaran: Dosen Universitas Negeri Jakarta yang memiliki keahlian di bidang desain pembelajaran.
 - 3 Ahli Materi: Guru mata pelajaran Dasar-dasar Pemasaran di SMKN 50 Jakarta.
 - 4 Uji Kelayakan Produk: Penilaian kelayakan media pembelajaran berdasarkan hasil validasi ahli media pembelajaran, ahli desain pembelajaran dan ahli materi.
 - 5 Uji Coba Lapangan: Siswa kelas X konsentrasi keahlian Bisnis Ritel di SMKN 50 Jakarta.



Gambar 1. Mind Map Model ADDIE
(Sumber: *Instructional Design: The ADDIE Approach*, 2009)

Pengembangan media pembelajaran dalam penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan model pengembangan ADDIE yang dikemukakan oleh Branch (2009). Pemilihan model ADDIE didasarkan pada kesesuaiannya dengan karakteristik penelitian Research and Development (R&D), serta kemampuannya dalam menggambarkan proses pengembangan media pembelajaran secara sistematis dan terstruktur. Implementasi model ADDIE dalam penelitian ini disesuaikan dengan kerangka berpikir penelitian yang menggunakan pendekatan *Input-Process-Output* (IPO).

1 Tahap Analysis (Analisis)

Tahap analisis dilaksanakan sebagai tahap awal pengembangan media pembelajaran dengan mengacu pada komponen *input* dalam kerangka berpikir penelitian. Analisis dilakukan melalui studi pendahuluan berupa wawancara dan observasi untuk mengidentifikasi permasalahan pembelajaran yang terjadi di kelas. Hasil studi pendahuluan menunjukkan bahwa media pembelajaran yang digunakan belum bersifat interaktif, sehingga kurang mampu menarik perhatian peserta didik dan berdampak pada rendahnya fokus belajar. Selain itu, guru membutuhkan media pembelajaran yang dapat digunakan secara fleksibel tanpa ketergantungan pada koneksi internet.

2 Tahap Design (Perancangan)

Tahap perancangan dilakukan berdasarkan hasil analisis kebutuhan yang telah diperoleh. Pada tahap ini, disusun rancangan media pembelajaran PowerPoint interaktif yang meliputi perancangan alur navigasi non-linear, penyusunan *storyboard*, serta penentuan elemen visual dan interaktif yang akan digunakan. Perancangan media dilakukan dengan memperhatikan kesesuaian antara tujuan pembelajaran, materi *Marketing Mix* (7P), dan karakteristik peserta didik.

3 Tahap Development (Pengembangan)

Tahap pengembangan merupakan tahap realisasi dari rancangan yang telah disusun. Pada tahap ini, media pembelajaran PowerPoint interaktif dikembangkan sesuai dengan storyboard dan desain yang telah dirancang. Proses pengembangan meliputi pengintegrasian materi pembelajaran, elemen visual, audio, serta fitur interaktif. Media yang telah dikembangkan selanjutnya divalidasi oleh para ahli untuk

memperoleh penilaian dan masukan terkait kualitas media.

4 **Tahap Implementation (Implementasi)**

Tahap implementasi dilakukan dengan mengujicobakan media pembelajaran PowerPoint interaktif kepada peserta didik kelas X Bisnis Ritel sebagai pengguna akhir. Uji coba dilakukan untuk mengetahui tingkat kepraktisan penggunaan media serta respons peserta didik terhadap media pembelajaran yang dikembangkan.

5 **Tahap Evaluation (Evaluasi)**

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai kualitas media pembelajaran yang dikembangkan. Evaluasi mencakup evaluasi kepraktisan melalui analisis respons peserta didik, serta evaluasi efektivitas untuk mengetahui dampak penggunaan media terhadap hasil belajar peserta didik. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk melakukan penyempurnaan akhir terhadap media pembelajaran.

Pada tahap ini, desain pengembangan difokuskan pada pembuatan media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif untuk materi *Marketing Mix (7P)* yang digunakan pada Mata Pelajaran Dasar-dasar Pemasaran Konsentrasi Keahlian Bisnis Ritel di jenjang SMK. Desain pengembangan mengacu pada model ADDIE dengan tujuan menghasilkan media yang menarik, mudah digunakan, serta mendukung pemahaman siswa melalui tampilan visual, audio, dan fitur interaktif dalam PowerPoint.

Tabel 1. Prosedur Pengembangan

Tahap	Kegiatan Utama	Luaran
Analysis	1) Analisis Kebutuhan Kurikulum (CP Fase E); 2) Analisis Karakteristik Siswa SMK; 3) Identifikasi kesenjangan teknologi di kelas	Dokumen Need Assessment dan spesifikasi kebutuhan media
Design	1) Perancangan Flowchart Navigasi Media; 2) Penyusunan Storyboard Visual; 3) Desain Instrumen Validasi Ahli	Blueprint media dan instrumen penilaian
Development	1) Produksi media (Integrasi aset & fitur trigger); 2) Validasi Ahli (Materi, Media, Desain); 3) Revisi produk tahap I	Prototipe media yang tervalidasi (Layak Uji)
Implementation	1) Uji Coba Skala Kecil; 2) Uji Coba Lapangan (Kelas Eksperimen)	Data respon pengguna dan hasil belajar (Pretest-Posttest)
Evaluation	1) Analisis N-Gain Score untuk efektivitas; 2) Evaluasi kepraktisan media; 3) Penyempurnaan produk akhir	Produk akhir dan laporan hasil pengembangan

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Pengumpulan data yang dilakukan pada pengembangan ini terdiri dari data kuantitatif dengan menggunakan angket. Angket adalah instrumen pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian (Prawiyogi et al., 2021). Berikut adalah beberapa uji yang menggunakan angket pada pengembangan media pembelajaran ini.

Penilaian kelayakan dalam pengembangan media pembelajaran ini dilakukan oleh para ahli di bidang media, materi, dan desain pembelajaran. Tujuan utama dari uji kelayakan ini adalah untuk menilai validitas media dengan mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan yang disampaikan oleh para ahli yang memiliki keahlian di bidangnya.

Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Penilaian Ahli Media

Indikator	Jumlah Pernyataan	Pernyataan	Referensi
Desain Visual	5	1) Tampilan slide PowerPoint menarik dan konsisten; 2) Kombinasi warna dan huruf mudah dibaca; 3) Tata letak elemen visual tertata dengan baik; 4) Ilustrasi/gambar mendukung pemahaman materi; 5) Animasi digunakan secara proporsional dan tidak berlebihan	Fatimah & Fathon (2025)
Kemudahan Penggunaan	4	1) Media mudah dioperasikan oleh pengguna; 2) Navigasi antar slide jelas dan responsif; 3) Tombol menu berfungsi dengan baik; 4) Media dapat digunakan tanpa kendala teknis berarti	Nikmah & Susilo (2023)
Interaktivitas dan Kreativitas	4	1) Media mendorong interaksi aktif pengguna; 2) Kuis/interaksi membantu pemahaman materi; 3) Fitur interaktif disajikan secara kreatif; 4) Media mampu meningkatkan keterlibatan siswa	Kurniawan dkk. (2021); Mulyanto & Mustadi (2023)
Kesesuaian Teknologi	3	1) Media sesuai dengan perangkat yang tersedia di sekolah; 2) Media dapat digunakan tanpa koneksi internet; 3) Teknologi yang digunakan mendukung tujuan pembelajaran	Setiawan dkk. (2023)

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Penilaian Ahli Materi

Indikator	Jumlah Pernyataan	Pernyataan	Referensi
Keakuratan Materi	4	1) Materi sesuai dengan konsep Marketing Mix (7P); 2) Materi bebas dari kesalahan konsep; 3) Contoh yang disajikan relevan dengan dunia ritel; 4) Materi sesuai dengan kompetensi yang ditargetkan	Purwantinah & Kartiningsih (2023)
Kelengkapan Penyajian	4	1) Materi disajikan secara sistematis; 2) Tujuan pembelajaran tercermin dalam isi materi; 3) Materi disertai contoh dan ilustrasi; 4) Materi mendukung pencapaian CP Fase E	-
Kesesuaian Soal/Kuis	3	1) Soal sesuai dengan materi yang dipelajari; 2) Tingkat kesulitan soal sesuai dengan kemampuan siswa; 3) Soal membantu mengukur pemahaman konsep siswa	-
Penilaian Bahasa	3	1) Bahasa yang digunakan mudah dipahami siswa; 2) Kalimat disusun secara komunikatif; 3) Istilah yang digunakan sesuai dengan bidang ritel	-

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen Penilaian Ahli Desain Pembelajaran

Indikator	Jumlah	Pernyataan	Referensi
-----------	--------	------------	-----------

Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Powerpoint Interaktif pada Materi Marketing Mix (7P) untuk Siswa Smk Bisnis Ritel (Zubaedah, et al.)

Pernyataan			
Kesesuaian dengan kebutuhan siswa	2	1) Media sesuai dengan karakteristik siswa SMK Bisnis Ritel; 2) Media mendukung gaya belajar visual dan aktif siswa	Fashokha (2025)
Kejelasan tujuan dan alur	3	1) Tujuan pembelajaran disampaikan dengan jelas; 2) Alur penyajian materi runtut dan logis; 3) Transisi antarbagian materi mudah dipahami	Nisa dkk. (2025)
Kualitas produk dan evaluasi	3	1) Media memiliki kualitas tampilan yang baik; 2) Media mendukung proses pembelajaran aktif; 3) Evaluasi dalam media sesuai dengan tujuan pembelajaran	Hidayatullah (2025)
Kejelasan evaluasi pembelajaran	2	1) Evaluasi mudah dipahami siswa; 2) Evaluasi mampu mengukur pemahaman konsep	Muzaki (2025)

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen Penilaian Uji Kelayakan Siswa Kelompok Kecil

Indikator	Jumlah Pernyataan	Pernyataan	Referensi
Visual dan desain	3	1) Tampilan media menarik; 2) Warna dan gambar membantu pemahaman materi; 3) Tampilan media tidak membosankan	Fatimah & Fathon (2025)
Kejelasan Penyajian Materi	3	1) Materi mudah dipahami; 2) Penjelasan materi jelas dan runtut; 3) Contoh yang diberikan membantu pemahaman	Purwantinah & Kartiningasih (2023)
Keterlibatan siswa	3	1) Media membuat saya aktif belajar; 2) Media membuat saya tertarik mengikuti pembelajaran; 3) Media mendorong saya untuk mencoba menjawab kuis	Mulyanto & Mustadi (2023)

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Setelah tahap uji kelayakan selesai dilaksanakan dan masukan dari para ahli diperoleh, proses pengembangan media PowerPoint dilanjutkan ke tahap uji coba. Uji kelompok besar atau uji lapangan dilaksanakan dengan melibatkan jumlah peserta didik yang lebih banyak guna memperoleh gambaran mengenai kepraktisan penggunaan media serta respons siswa dalam situasi pembelajaran yang mendekati kondisi nyata di kelas. Dalam penelitian ini, uji kelompok besar dilakukan dengan melibatkan sekitar 24-36 peserta didik yang merepresentasikan satu kelas SMK secara utuh (Rohadatul 'Aisy & Bachri, 2024).

Tabel 6. Kisi-kisi Instrumen Penilaian Uji Coba Siswa Kelompok Besar

Indikator	Jumlah Pernyataan	Pernyataan	Referensi
Kepraktisan media	1	Media mudah digunakan dalam pembelajaran	Mulyanto & Mustadi (2023)
Keterlibatan siswa	1	Media membuat saya aktif selama pembelajaran berlangsung	Mulyanto & Mustadi (2023)
Kepuasan penggunaan	1	Saya merasa puas menggunakan media PowerPoint interaktif ini	Mulyanto & Mustadi (2023)
Interaktivitas Media	2	1) Fitur interaktif menarik untuk digunakan; 2) Interaksi dalam media membantu saya memahami materi	Kurniawan dkk. (2021)
Pemahaman konsep Marketing Mix (7P)	2	1) Media membantu saya memahami konsep 7P; 2) Media memudahkan saya mengingat materi Marketing Mix	Panditawati & Hidayat (2024)

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Teknik analisis data pada penelitian pengembangan media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan media, kepraktisan, serta keefektifan media dalam meningkatkan pemahaman siswa terhadap materi *Marketing Mix (7P)*. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahap yang melibatkan analisis kuantitatif menggunakan instrumen penilaian ahli, respons peserta didik, serta hasil belajar *pretest* dan *posttest*.

Validasi ahli dilakukan untuk menilai apakah media pembelajaran yang dikembangkan sudah memenuhi standar kelayakan dari sisi isi, desain, dan teknis penyajian. Instrumen berupa angket skala Likert diberikan kepada tiga jenis ahli, yaitu: ahli media, ahli materi, dan ahli desain pembelajaran.

Prosedur analisis data validasi ahli meliputi beberapa tahap sebagai berikut: (1) memeriksa kelengkapan hasil penilaian pada semua aspek; (2) menghitung skor yang diberikan oleh masing-masing validator pada setiap indikator; (3) mengonversi skor ke dalam bentuk persentase menggunakan rumus kelayakan; (4) menyusun tabulasi data dan menentukan kategori kelayakan media berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan (Hanatan dkk., 2023).

Rumus perhitungan persentase kelayakan (Sugiyono, 2013) adalah:

$$P = \frac{\text{Skor diperoleh}}{\text{Skor maksimum ideal}} \times 100\%$$

Setelah memperoleh nilai persentase, hasil tersebut ditransformasikan menjadi data kualitatif untuk menentukan tingkat kelayakan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint.

Tabel 7. Interpretasi Kualitatif Kelayakan Media

Persentase	Klasifikasi
81% – 100%	Sangat Layak
61% – 80%	Layak
41% – 60%	Cukup Layak
21% – 40%	Tidak Layak
0% – 20%	Sangat Tidak Layak

(Sumber: Hanatan dkk., 2023)

Untuk mengetahui tingkat kepraktisan dan kelayakan media, diberikan angket respons siswa

setelah mereka menggunakan PowerPoint interaktif dalam proses pembelajaran. Data respons siswa dihitung dengan rumus yang sama seperti validasi ahli, yaitu persentase kelayakan. Hasilnya kemudian dikategorikan pada tabel interpretasi yang sama. Respons siswa yang mencapai kategori "Layak" atau "Sangat Layak" menunjukkan bahwa PowerPoint interaktif mudah digunakan, menarik, dan mendukung proses belajar siswa.

Metode *pretest* dan *posttest* dengan analisis *N-Gain Score* digunakan karena dapat menunjukkan secara jelas perubahan pemahaman siswa sebelum dan sesudah penggunaan media pembelajaran. Melalui perbandingan antara hasil *pretest* dan *posttest*, peneliti dapat melihat sejauh mana media yang digunakan berperan dalam meningkatkan hasil belajar siswa. Perhitungan *N-Gain* tidak hanya melihat selisih nilai secara langsung, tetapi juga mempertimbangkan jarak antara nilai awal siswa dan skor maksimal yang dapat dicapai, sehingga hasil analisis menjadi lebih proporsional dan objektif (Mokhamad Heri Prasetyo, 2025). Rumus *N-Gain score* (Rizkiana dkk., 2025):

$$N\text{-Gain} = \frac{\text{Skor Posttest} - \text{Skor Pretest}}{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Pretest}}$$

Hasil perhitungan *N-Gain* dikategorikan sebagai berikut:

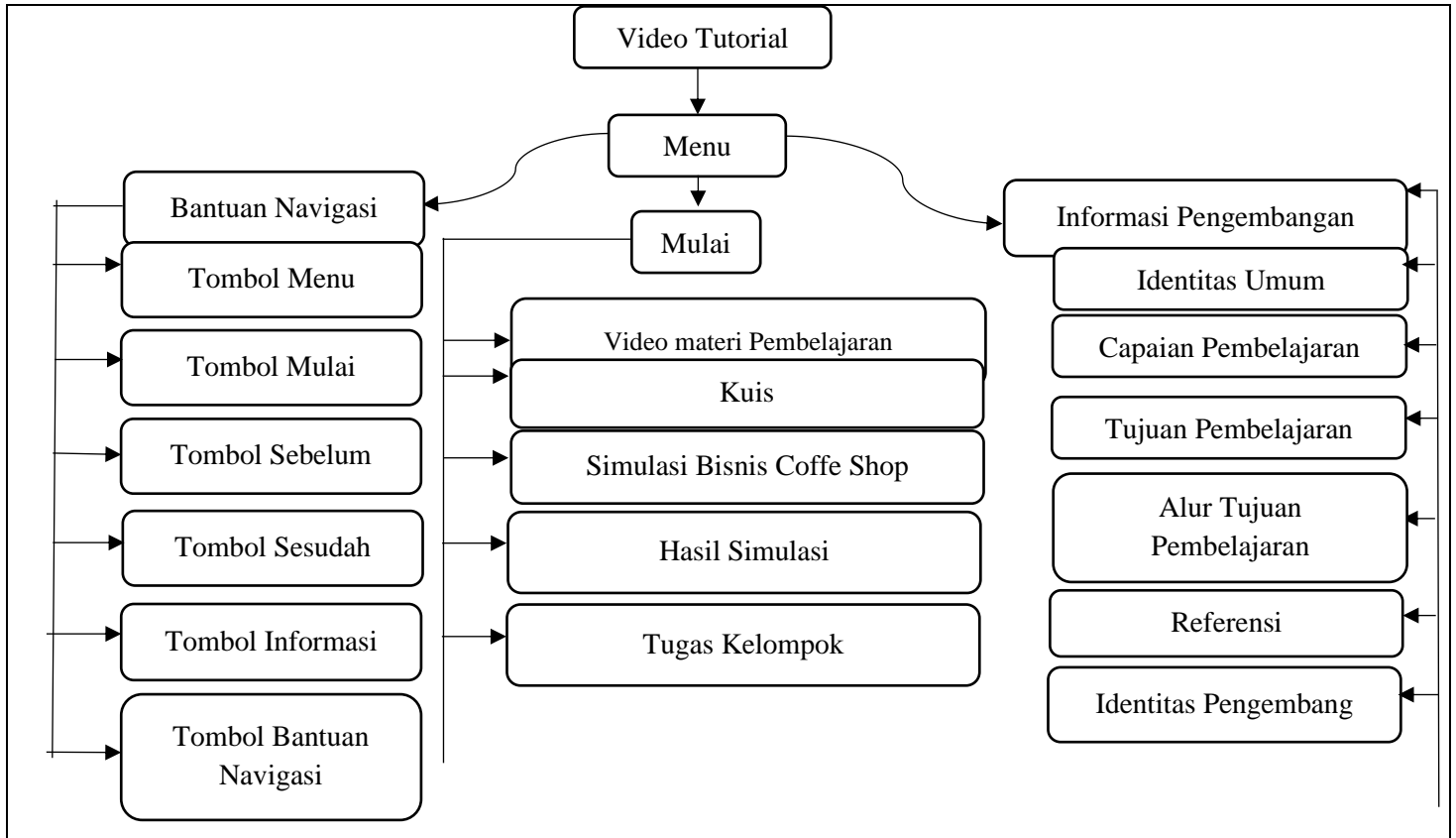
- 1 Tinggi: $N\text{-Gain} > 0,70$
- 2 Sedang: $0,30 \leq N\text{-Gain} \leq 0,70$
- 3 Rendah: $N\text{-Gain} < 0,30$

Media dinyatakan efektif jika hasil *N-Gain* siswa berada pada kategori sedang atau tinggi, serta menunjukkan peningkatan yang signifikan antara *pretest* dan *posttest*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan menyajikan deskripsi produk media pembelajaran yang dikembangkan, hasil validasi para ahli, hasil uji coba kepada peserta didik, serta pembahasan temuan penelitian. Pembahasan dikaitkan dengan teori-teori yang relevan dan penelitian-penelitian sebelumnya.

Media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif pada materi *Marketing Mix (7P)* dirancang secara sistematis untuk memudahkan peserta didik dalam memahami materi serta berinteraksi dengan berbagai fitur pembelajaran yang tersedia. Media pembelajaran ini mengintegrasikan video tutorial, materi pembelajaran, kuis interaktif, simulasi bisnis, tugas kelompok, dan informasi pengembangan ke dalam satu platform yang saling terhubung. Struktur navigasi media disusun secara jelas sehingga peserta didik dapat mengakses setiap fitur dengan mudah dan mandiri.



Gambar 2. Flowchart PowerPoint Interaktif
Sumber: Data diolah oleh Penulis

Berdasarkan *flowchart* pada Gambar 1, media pembelajaran diawali dengan halaman Video Tutorial yang berisi petunjuk penggunaan media. Setelah itu pengguna akan diarahkan ke halaman Menu Utama yang menjadi pusat navigasi seluruh fitur dalam media pembelajaran.

Pada menu utama terdapat tiga bagian utama, yaitu Bantuan Navigasi, Materi Pembelajaran, dan Informasi Pengembangan. Bagian Materi Pembelajaran dapat diakses melalui tombol mulai dan terdiri atas beberapa fitur utama, yaitu video materi pembelajaran, kuis interaktif, simulasi bisnis *coffee shop*, hasil simulasi, serta tugas kelompok. Secara keseluruhan, rancangan media pembelajaran ini mengintegrasikan materi, video, kuis, simulasi, dan tugas dalam satu platform pembelajaran interaktif sehingga diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan peserta didik, memudahkan pemahaman konsep *Marketing Mix* (7P), serta menciptakan pengalaman belajar yang lebih menarik dan bermakna. Desain ini sejalan dengan teori pembelajaran multimedia Mayer (2021) yang menyatakan bahwa kombinasi elemen visual dan audio secara terintegrasi dapat meningkatkan pemahaman peserta didik.

Fitur Utama Media

Media pembelajaran yang dikembangkan memiliki beberapa fitur utama, yaitu menu utama, video pembelajaran, kuis interaktif, simulasi *Marketing Mix* (7P), evaluasi pembelajaran, dan petunjuk penggunaan.

1 Menu Utama

Menu utama merupakan halaman awal yang dirancang sebagai pusat navigasi dalam media pembelajaran. Halaman ini memuat berbagai menu yang memungkinkan pengguna mengakses seluruh fitur dan materi pembelajaran secara mudah dan terstruktur. Struktur tampilan dibuat sederhana agar memudahkan peserta didik dalam mengoperasikan media secara mandiri. Hal ini mendukung kemandirian belajar (*self-directed learning*) sebagaimana dikemukakan oleh Sholihah dkk. (2025).

2 Video Pembelajaran

Penyajian materi menggunakan media video untuk menjelaskan konsep *Marketing Mix* (7P). Pendekatan audio visual ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang lebih nyata sehingga peserta didik lebih mudah memahami isi materi dibandingkan hanya teks. Fitur ini dilengkapi dengan soal pemahaman awal yang muncul setelah video selesai ditonton. Siswa tidak dapat melompat atau mempercepat durasi video karena harus ditonton secara menyeluruh sebelum soal muncul (*trigger*). Fitur *trigger* ini sejalan dengan temuan Kamal dkk. (2025) yang menyatakan bahwa pemanfaatan fitur *trigger* dalam media interaktif sangat efektif untuk mendukung gaya belajar visual dan kinestetik siswa SMK.

3 Kuis Interaktif

Fitur kuis interaktif dikembangkan sebagai sarana untuk mengukur pemahaman peserta didik terhadap materi yang telah dipelajari melalui soal-soal pilihan ganda yang dapat dikerjakan secara langsung. Jawaban yang diberikan akan diproses secara otomatis oleh sistem sehingga peserta didik dapat mengetahui hasilnya secara instan. Fitur ini berfungsi sebagai *formative assessment* yang mendorong penerapan *active learning* (Kamal dkk., 2025).

4 Simulasi Marketing Mix (7P)

Fitur simulasi *Marketing Mix* (7P) dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang lebih aplikatif melalui kegiatan pengambilan keputusan berdasarkan unsur-unsur bauran pemasaran. Peserta didik diminta untuk menentukan keputusan yang sesuai berdasarkan skenario yang tersedia. Setiap keputusan yang dipilih akan memengaruhi skor akhir yang diperoleh, sehingga hasil simulasi dapat digunakan untuk menggambarkan tingkat pemahaman peserta didik terhadap penerapan konsep *Marketing Mix* (7P) dalam konteks yang lebih nyata. Simulasi ini dikembangkan menggunakan *Visual Basic for Applications* (VBA) yang memungkinkan perhitungan skor berjalan secara otomatis.

5 Evaluasi Pembelajaran

Fitur evaluasi pembelajaran disediakan untuk mengukur tingkat pencapaian kompetensi peserta didik setelah mengikuti seluruh rangkaian pembelajaran. Evaluasi mencakup penilaian melalui kuis interaktif dan simulasi *Marketing Mix* (7P) yang menghasilkan skor secara otomatis. Video pembelajaran berfungsi sebagai penguatan konsep sebelum peserta didik mengerjakan evaluasi, sehingga mendukung pemahaman materi secara menyeluruh.

6 Petunjuk Penggunaan

Fitur petunjuk penggunaan disediakan untuk membantu peserta didik memahami cara mengoperasikan media pembelajaran secara mandiri dan sistematis. Media ini dilengkapi dengan video tutorial yang berfungsi sebagai panduan penggunaan sistem, serta informasi mengenai fungsi setiap tombol navigasi yang digunakan. Dengan adanya fitur ini, peserta didik dapat mempelajari cara penggunaan media secara mandiri tanpa arahan langsung dari guru.

Validasi Ahli Materi

Validasi ahli materi dilakukan oleh Ibu Ziadah, S.E., selaku Guru mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK Negeri 50 Jakarta. Tujuan validasi ini adalah untuk melihat kesesuaian materi *Marketing Mix* (7P) dalam media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif.

Tabel 8. Hasil Review Ahli Materi

No	Masukan Ahli Materi	Revisi yang Dilakukan
1	Pada bagian awal materi disarankan menambahkan CP, TP, dan ATP	Menambahkan Capaian Pembelajaran, Tujuan Pembelajaran, dan Alur Tujuan Pembelajaran
2	Beberapa istilah asing perlu diberikan penjelasan singkat	Menambahkan penjelasan singkat pada istilah asing
3	Tambahkan rubrik penilaian presentasi dan contoh desain	Menambahkan rubrik penilaian dan contoh desain sederhana

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Tabel 9. Penilaian Uji Ahli Materi

Aspek	Skor Diperoleh	Skor Maksimal
Keakuratan Materi	19	20
Kelengkapan Penyajian	19	20
Kesesuaian Soal/Kuis	15	15
Penilaian Bahasa	13	15
Total	66	70

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Hasil penilaian yang dilakukan oleh ahli materi menunjukkan skor sebesar **94%** (66 dari 70). Berdasarkan kriteria kelayakan, media pembelajaran dinyatakan dalam kategori **Sangat Layak**. Tingginya persentase ini menunjukkan bahwa materi *Marketing Mix* (7P) yang disajikan telah sesuai dengan konsep, bebas dari kesalahan, dan relevan dengan dunia ritel. Hal ini sejalan dengan penelitian Purwantinah & Kartiningsih (2023) yang menekankan pentingnya keakuratan materi dalam pengembangan media pembelajaran.

Validasi Ahli Media

Validasi ahli media dilakukan oleh Bapak Bagus Kharismawan, [S.Si.](#), M.A.B., selaku dosen program studi Pendidikan Bisnis. Tujuan validasi ini adalah untuk mengetahui kesesuaian aspek media dalam pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif.

Tabel 10. Hasil Review Ahli Medi

No	Masukan Ahli Media	Revisi yang Dilakukan
1	Animasi transisi maksimal 1-2 detik	Mengatur durasi animasi menjadi maksimal 1-2 detik
2	Letak tombol "next" di sebelah kanan tombol kembali	Memindahkan letak tombol "next" ke sebelah kanan
3	Tata letak tombol konsisten di seluruh slide	Menyeragamkan tata letak tombol di seluruh slide

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Tabel 11. Penilaian Uji Ahli Media

Aspek	Skor Diperoleh	Skor Maksimal
Desain Visual	23	25
Kemudahan Penggunaan	19	20
Interaktivitas dan Kreativitas	20	20
Kesesuaian Teknologi	15	15
Total	77	80

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Hasil penilaian yang dilakukan oleh ahli media menunjukkan skor sebesar 96% (77 dari 80) dengan kategori Sangat Layak. Persentase ini menunjukkan bahwa media pembelajaran memiliki kualitas tampilan yang baik, mudah dioperasikan, serta mendukung interaktivitas dan keterlibatan siswa. Temuan ini konsisten dengan penelitian Fatimah & Fathon (2025) yang menyatakan bahwa desain visual yang menarik dan konsisten berkontribusi terhadap efektivitas media pembelajaran.

Validasi Ahli Desain Pembelajaran

Validasi ahli desain pembelajaran dilakukan oleh Ibu Eka Dewi Utari, S.Pd., M.Pd., selaku dosen program studi Pendidikan Administrasi Perkantoran.

Tabel 12. Hasil Review Ahli Desain Pembelajaran

No	Masukan Ahli Desain Pembelajaran	Revisi yang Dilakukan
1	Tambahkan CP, TP, dan ATP	Menambahkan CP, TP, dan ATP pada media
2	Tambahkan fitur batas maksimal kesempatan mengulang	Menambahkan fitur batas maksimal 2 kali mengulang
3	Buat video tutorial penggunaan media	Menyediakan video tutorial
4	Pastikan tombol navigasi berfungsi	Menguji dan memastikan seluruh tombol berfungsi

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Tabel 13. Penilaian Uji Ahli Desain Pembelajaran

Aspek	Skor Diperoleh	Skor Maksimal
Kesesuaian dengan kebutuhan siswa	10	10
Kejelasan tujuan dan alur	12	15
Kualitas produk dan evaluasi	13	15
Kejelasan evaluasi pembelajaran	8	10
Total	43	50

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Hasil penilaian yang dilakukan oleh ahli desain pembelajaran menunjukkan skor sebesar **86%** (43 dari 50) dengan kategori Sangat Layak. Persentase ini menunjukkan bahwa media pembelajaran telah sesuai dengan karakteristik siswa SMK Bisnis Ritel, mendukung gaya belajar visual dan aktif, serta memiliki alur penyajian materi yang runtut. Hal ini sejalan dengan penelitian Nisa dkk. (2025) yang menekankan pentingnya kejelasan tujuan dan alur pembelajaran dalam desain media.

Uji Coba Kelompok Kecil

Uji coba kelompok kecil dilaksanakan pada tanggal 28 Februari 2026 dengan melibatkan 7 siswa

*Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Powerpoint Interaktif pada Materi Marketing Mix (7P)
untuk Siswa Smk Bisnis Ritel (Zubaedah, et al.)*

kelas X Bisnis Ritel SMK Negeri 50 Jakarta. Tujuan uji coba ini adalah untuk mengetahui pendapat dan penilaian dari sudut pandang peserta didik terhadap media pembelajaran.

Tabel 14. Hasil Uji Coba Kelompok Kecil

No	Inisial Siswa	Persentase	Kategori
1	AF	78%	Layak
2	FA	93%	Sangat Layak
3	KA	75%	Layak
4	MZ	93%	Sangat Layak
5	RA	100%	Sangat Layak
6	SR	93%	Sangat Layak
7	SE	82%	Sangat Layak
Rata-rata	88%	Sangat Layak	

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Hasil penilaian uji coba kelompok kecil menunjukkan rata-rata persentase sebesar 88% dengan kategori Sangat Layak. Peserta didik menilai media mudah dipahami, tidak membingungkan, memiliki penyajian materi yang jelas, serta membantu memahami materi *Marketing Mix* (7P). Tampilan media dianggap menarik dan mendukung kelancaran proses pembelajaran.

Uji Coba Kelompok Besar

Uji coba kelompok besar dilaksanakan dengan melibatkan 36 siswa kelas X Bisnis Ritel SMK Negeri 50 Jakarta.

Tabel 15. Hasil Uji Coba Kelompok Besar

Aspek Penilaian	Rata-rata Skor
Kepraktisan media	100%
Keterlibatan siswa	99%
Kepuasan penggunaan	99%
Interaktivitas media	98%
Pemahaman konsep 7P	98%
Rata-rata	99%

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Hasil penilaian uji coba kelompok besar menunjukkan rata-rata persentase sebesar 99% dengan kategori Sangat Layak. Peserta didik menilai materi mudah dipahami, penyajian materi menarik, navigasi mudah digunakan, serta media mampu meningkatkan minat dan motivasi belajar. Media juga dinilai membantu peserta didik memahami konsep *Marketing Mix* (7P) dengan lebih baik dan membuat proses pembelajaran menjadi lebih menyenangkan.

Rekapitulasi Hasil Uji Coba

Tabel 16. Rekapitulasi Uji Coba

No	Uji Validasi	Nilai
1	Ahli materi	94%
2	Ahli media	96%

3	Ahli desain pembelajaran	86%
4	Peserta didik kelompok kecil	88%
5	Peserta didik kelompok besar	99%
Rata-rata	93%	

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Berdasarkan rekapitulasi keseluruhan penilaian, media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif memperoleh rata-rata kelayakan sebesar **93%** dengan kategori **Sangat Layak**. Hasil ini menunjukkan bahwa media pembelajaran yang dikembangkan memenuhi kriteria kelayakan dari aspek materi, media, desain pembelajaran, dan respons pengguna. Temuan ini sejalan dengan penelitian Murniati (2025) yang menyatakan bahwa media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan pemahaman peserta didik.

Evaluasi Pengguna (Analisis Efektivitas Media)

Untuk mengetahui efektivitas media pembelajaran dalam meningkatkan hasil belajar peserta didik, dilakukan analisis *pretest* dan *posttest* menggunakan rumus *N-Gain Score*.

Tabel 17. Perbandingan Nilai Pretest dan Posttest

Keterangan	Pretest	Posttest
Nilai rata-rata	66,25	89,03
Peningkatan	-	+22,78 poin

(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)



Gambar 3. Perbandingan rata-rata nilai pretest dan posttest
(Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2026)

Berdasarkan hasil perhitungan *N-Gain Score*, diperoleh rata-rata sebesar 0,76 yang termasuk dalam kategori Tinggi ($g \geq 0,70$). Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan media pembelajaran berbasis PowerPoint interaktif efektif dalam meningkatkan hasil belajar peserta didik pada materi *Marketing Mix* (7P).

Temuan ini sejalan dengan penelitian Sholihah dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa pengembangan media pembelajaran menggunakan PowerPoint dengan memanfaatkan *hyperlink* dan *trigger* mampu meningkatkan interaktivitas dan pengalaman belajar siswa. Selain itu, Kamal dkk. (2025) menegaskan bahwa pemanfaatan fitur *trigger* dalam media interaktif sangat efektif untuk mendukung gaya belajar visual dan kinestetik siswa SMK.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint pada materi *Marketing Mix* (7P) untuk siswa SMK Bisnis Ritel, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Proses Pengembangan Media

Proses pengembangan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint dengan fitur *trigger* dan navigasi terpandu dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu analisis kebutuhan, perancangan desain media, pengembangan produk, validasi ahli, revisi produk, serta uji coba kepada peserta didik. Media dikembangkan dengan memperhatikan aspek materi, desain pembelajaran, dan desain media interaktif, termasuk penambahan fitur Capaian Pembelajaran (CP), Tujuan Pembelajaran (TP), Alur Tujuan Pembelajaran (ATP), kuis interaktif, video pembelajaran, serta navigasi tombol yang terstruktur. Hasil akhir menunjukkan bahwa media telah berhasil dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pembelajaran dan karakteristik siswa SMK Bisnis Ritel.

Tingkat Kelayakan Media

Tingkat kelayakan media pembelajaran berdasarkan hasil validasi ahli materi (94%), ahli media (96%), ahli desain pembelajaran (86%), uji coba peserta didik kelompok kecil (88%), dan uji coba peserta didik kelompok besar (99%) memperoleh rata-rata sebesar **93%** yang termasuk dalam kategori **Sangat Layak**. Dengan demikian, media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint dinyatakan layak digunakan sebagai media pembelajaran pada materi *Marketing Mix* (7P) di SMK Bisnis Ritel.

Efektivitas Media

Efektivitas penggunaan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint diukur melalui perbandingan hasil *pretest* dan *posttest* serta analisis *N-Gain Score*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata *pretest* sebesar 66,25 meningkat menjadi 89,03 pada *posttest*, dengan peningkatan sebesar 22,78 poin. Selain itu, diperoleh nilai rata-rata *N-Gain Score* sebesar **0,76** yang termasuk dalam kategori **Tinggi**. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint efektif dalam meningkatkan hasil belajar peserta didik pada materi *Marketing Mix* (7P), serta mampu meningkatkan pemahaman konsep, motivasi belajar, dan keterlibatan aktif siswa dalam proses pembelajaran.

Secara keseluruhan, media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint dengan fitur *trigger* dan navigasi terpandu pada materi *Marketing Mix* (7P) dinyatakan **valid, layak, dan efektif** untuk digunakan dalam proses pembelajaran di SMK Bisnis Ritel.

DAFTAR PUSTAKA

- 7 Sektor Ekonomi yang Paling Berkontribusi Terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia. (2025, Oktober 17). *Tribun Wow*. <https://wow.tribunnews.com/lifestyle/372030/7-sektor-ekonomi-yang-paling-berkontribusi-terhadap-produk-domestik-bruto-indonesia>
- Agustin, N. D., Dewi, A. P., & Rifqi, M. (2025). Analisis media pembelajaran untuk meningkatkan minat belajar siswa melalui pembelajaran berbasis teknologi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(1), 397–408. <https://doi.org/10.61722/jmia.v2i1.3364>
- Anviani, R., & Pujiriyanto, P. (2022). Penggunaan aplikasi Kahoot! dalam meningkatkan hasil belajar

- siswa. *Epistema*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.21831/ep.v3i1.31746>
- Ariaty, E., Ariandini, N., Alfira, E., & Mustari, U. A. (2025). Pengaruh media digital interaktif terhadap motivasi belajar siswa sekolah menengah. *Jurnal Kependidikan Media*, 14(2), 88–95. <https://doi.org/10.26618/jkm.v14i2.19006>
- Branch, R. M. (2009). *Instructional design: The ADDIE approach*. Springer.
- Fahrezi, M. G., & Sulistyowati, R. (2025). Pengembangan media pembelajaran berbasis game edukasi Quizizz pada mata pelajaran penataan produk kelas XI pemasaran SMKN 1 Sooko Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 13(1), 89–95. <https://doi.org/10.26740/jptn.v13n1.p89-95>
- Fashokha, N. (2025). *Pengembangan media pembelajaran smart wardrobe dalam mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam dan Sosial (IPAS) materi bagian tubuh tumbuhan kelas IV Madrasah Ibtidaiyah Swasta Ma'arif Salafiyah Kraton Kencong Jember* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Fatimah, D. D. S., & Fathon, A. (2025). Media pembelajaran interaktif rumus fisika SMP berbasis Android dengan metode MDLC. *Jurnal Algoritma*. <https://jurnal.itg.ac.id/index.php/algoritma/article/view/2556>
- Gani, I. P., Baka, C., Harahap, R. D., Judijanto, L., Mintarsih, M., Yunus, M., Prasetyo, D., & Asdarina, O. (2025). *Media pembelajaran inovatif abad-21*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Hanatan, R. B., Yuniastuti, E., & Prayitno, B. A. (2023). Pengembangan modul digital interaktif berbasis discovery learning untuk meningkatkan minat belajar siswa. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 27(1), 1–12.
- Haq, V. A., Indrawayanti, R. D., Rodiallah, A., & Yafie, I. A. (2022). Mencermati perbedaan model ASSURE dan ADDIE dalam metodologi pengembangan pembelajaran PAI. *Bunayya: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 8(1), 45–58. <https://jurnal.stit-al-ittihadiyahlabura.ac.id/index.php/bunayya/article/view/168/153>
- Hasanah, N. (2025). *Pengembangan modul ajar berbasis nilai pendidikan karakter materi membangun masyarakat yang beradab pada mata pelajaran IPAS di fase B UPT SDN 182 Sumber Agung Kabupaten Luwu Utara* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Hidayatullah, A. (2025). *Pengembangan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint untuk meningkatkan hasil belajar siswa* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Kamal, Alamsyah, N., & Yusuf, D. U. (2025). Pengembangan media pembelajaran interaktif berbasis PowerPoint pada mata pelajaran dasar desain grafis di SMK Negeri Kota Makassar. *Education and Information Technologies*, 1(1), 22–28. <https://jurnal.aaapublisher.com/index.php/eit/article/view/68>
- Kemendikbudristek. (2024). *Statistik sekolah menengah kejuruan (SMK) tahun 2023/2024*. Portal Data Kemendikdasmen. <https://data.kemendikdasmen.go.id/publikasi/p/vokasi-buku-statistik/statistik-sekolah-menengah-kejuruan-smk-tahun-2023-2024>
- Kurniawan, E. D., Nopriyanti, N., & Darlius, D. (2021). Kefektifan pembelajaran berbasis produk untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Dinamika Vokasional Teknik Mesin*, 6(2), 144–157. <https://doi.org/10.21831/dinamika.v6i2.44134>
- Lahagu, D., & Zega, I. (2022). Pengembangan media pembelajaran power point interaktif pada materi menganalisis isi debat kelas X SMK Negeri 1 Botomuzoi. *Indo-Mathedu Intellectuals Journal*, 3(2), 93–108. <https://doi.org/10.54373/imeij.v3i2.272>

- Madupu, V., & Konrad Gunderson. (2024). Differences in perceived value of team projects and learning styles of accounting and marketing students. *Journal of Accounting, Business and Management (JABM)*, 31(2), 45–58. <https://journal.stie-mce.ac.id/index.php/jabminternational/article/view/775>
- Maenah, M., Taufiqulloh, T., & Sudiby, H. (2024). Pengembangan media pembelajaran PowerPoint interaktif untuk meningkatkan kompetensi profesional guru. *Journal of Education Research*, 5(3), 3272–3282. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i3.1452>
- Mayer, R. E. (2021). *Multimedia learning* (3rd ed.). Cambridge University Press.
- Mokhammad Heri Prasetyo. (2025). Analisis kebutuhan pengembangan media pembelajaran interaktif PowerPoint "Trail" berbasis Android untuk meningkatkan hasil belajar IPAS siswa kelas 6 SD negeri di Kecamatan Petarukan. *Bada'a: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 7(2), 180–187. <https://doi.org/10.37216/badaa.v7i2.2347>
- Mulyanto, S., & Mustadi, A. (2023). Media pembelajaran PowerPoint interaktif pada mata pelajaran IPS kelas V sekolah dasar. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 7(1), 110–116. <https://doi.org/10.23887/jppp.v7i1.54552>
- Murniati. (2025). Efektivitas pembelajaran berbasis PowerPoint dalam meningkatkan motivasi dan hasil belajar siswa SMK jurusan pemasaran kelas X di SMKN 4 Makassar. *Jurnal Mediatik*, 9(1), 45–53. <https://journal.unm.ac.id/index.php/mediatik/article/view/5385>
- Muzaki, M. M. (2025). *Pengembangan media evaluasi sumatif kuis interaktif berbasis Canva pada pembelajaran IPAS kelas IV SDN 3 Kurungrejo Prambon Nganjuk* [Skripsi]. IAIN Kediri.
- Nasution, N., & Taufik, B. (2025). Effectiveness of ADDIE model implementation in the development of learning media based on digital teaching materials. *Proceeding International Seminar of Islamic Studies*, (0), 491–498. <https://doi.org/10.3059/insis.v0i0.22915>
- Nikmah, M., & Susilo, A. (2023). *Pengembangan modul digital berbasis project base learning pada mata pelajaran kewirausahaan untuk meningkatkan hasil belajar siswa SMK Negeri 1 Purwodadi* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nisa, S., Rahmawati, E., & Imanisa, K. (2025). Pengembangan media pembelajaran PowerPoint untuk meningkatkan pemahaman konsep pengurangan pada siswa kelas III SD dalam mata pelajaran matematika. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 8(3), 2162–2169. <https://doi.org/10.20961/shes.v8i3.107498>
- Pandiatwa, P., & Hidayat, A. (2024). Education marketing mix for private vocational high schools in Indonesia. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 30(1), 78–97. <https://doi.org/10.21831/jptk.v30i1.67842>
- Prawiyogi, A. G., Purwanugraha, A., & Fahmi, A. (2021). Penggunaan angket sebagai instrumen penelitian dalam pendidikan. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(3), 45–52.
- Purwantinah, A., & Kartiningsih, N. B. (2023). *Dasar-dasar pemasaran*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. <https://static.buku.kemdikbud.go.id/content/pdf/bukuteks/kurikulum21/Dasar-Pemasaran-Bs-Kls-X.PDF>
- Rahmadani, R. D., & Marlina, N. (2021). Pengembangan media pembelajaran ludo pada mata pelajaran penataan produk kelas XI bisnis daring dan pemasaran SMK Negeri 2 Buduran Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1083–1089. <https://doi.org/10.26740/jptn.v9n1.p1083-1089>
- Raudah, S., Suriansyah, A., & Cinantya, C. (2024). Efektivitas penggunaan media pembelajaran interaktif

- dalam meningkatkan keaktifan dan minat belajar pada siswa sekolah dasar. *Maras: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(4), 2092–2097. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i4.559>
- Ridlo, W., Arsila, Y., Haeqal, M., & Arifin, Z. (2025). Implementation of the marketing mix for educational services at Senior High School Muhammadiyah 1 Yogyakarta. *Intiha: Islamic Education Journal*, 2(3), 358–374. <https://doi.org/10.58988/intiha.v2i3.356>
- Rizkiana, N., Sridana, N., Kurniawan, E., & Prayitno, S. (2025). Efektivitas penggunaan media pembelajaran terintegrasi TPACK terhadap hasil belajar bilangan berpangkat siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Kediri. *Journal of Classroom Action Research*, 7(Special Issue), 337–343. <https://doi.org/10.29303/jcar.v7ispecialissue.10758>
- Rohadatul 'Aisy, H., & Bachri, B. S. (2024). Pengembangan multimedia pembelajaran interaktif untuk meningkatkan hasil belajar peserta didik kelas X materi Sejarah Kebudayaan Islam di MAN 1 Magetan. *Jurnal Mahasiswa Teknologi Pendidikan*, 13(7). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jmtp/article/view/59099>
- Rustamana, A., Sahl, K. H., Ardianti, D., & Solihin, A. H. S. (2024). Penelitian dan pengembangan (research & development) dalam pendidikan. *Jurnal Bima: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 2(3), 60–69. <https://doi.org/10.61132/bima.v2i3.1014>
- Sagita, W. N. D., & Rafida, V. (2022). Pengembangan multimedia interaktif menggunakan Articulate Storyline mata pelajaran marketing kelas X bisnis daring dan pemasaran (BDP). *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, 8(2), 663–676. <http://www.jurnal.ideaspublishing.co.id/index.php/ideas/article/view/778>
- Salma, A., & Aini, S. (2023). Efektivitas media pembelajaran power-point interaktif berbasis inkuiri terbimbing pada materi larutan penyangga terhadap hasil belajar peserta didik. *Jurnal Pendidikan MIPA*, 13(2), 514–519. <https://doi.org/10.37630/jpm.v13i2.1097>
- Sas, A., Saputra, A. M. A., & Farman, I. (2023). Analisis kemampuan literasi digital siswa dalam pembelajaran hybrid di sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Pekommas*, 8(2), 181–190. <https://doi.org/10.56873/jpkm.v8i2.5111>
- Sayekti, D. P., Rofi'ah, S., & Makrifah, I. A. (2023). Development of interactive power point learning media to teach asking and giving opinion material. *Journal of Education and Teaching (JET)*, 4(3), 357–371. <https://doi.org/10.51454/jet.v4i3.284>
- Setiawan, A., Nugroho, W., & Widyaningtyas, D. (2023). Development of interactive PowerPoint learning media based on information and communication technologies to improve student learning outcomes. *Jurnal Pendidikan Dasar Nusantara*, 9(1), 75–86. <https://doi.org/10.29407/jpdn.v9i1.20056>
- Sholihah, F., Warfali, S. H. S. E., & Smeer, Z. B. (2025). Development of interactive learning media using hyperlink PowerPoint to enhance Arabic writing skill. *Abjadia: International Journal of Education*, 10(1), 55–68. <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/abjadia/article/view/33336>
- Sudirman, J. J. (2024). *Kepala Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi*. Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah.
- Sudirman, J. J. (2025). *Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah*. Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suriyani, C., Hendriyani, Y., Rizal, F., & Huda, A. (2025). Digital literacy integration model and creative

- thinking for enhancing vocational student competencies in the society 5.0 era. *JETL (Journal of Education, Teaching and Learning)*, 10(1), 45–55. <https://doi.org/10.26737/jetl.v10i2.7775>
- Tim Teknologi Pendidikan UNESA. (2025, Januari 9). Transformasi digital sekolah Indonesia menuju pembelajaran abad 21. *Teknologi Pendidikan*. <https://ktp.fip.unesa.ac.id/post/transformasi-digital-sekolah-indonesia-menuju-pembelajaran-abad-21>
- Wulandari, A., Mardi, M., & Handarini, D. (2023). Pengaruh pengalaman praktik keterampilan mengajar (PKM) dan lingkungan keluarga terhadap minat menjadi guru yang dimediasi oleh efikasi diri. *Jurnal Riset Pendidikan dan Pengajaran*, 2(2), 220–239. <https://doi.org/10.55047/jrpp.v2i2.496>