

**PERANCANGAN MEDIA PEMASARAN PRODUK UNIT PRODUKSI
BERBASIS *WEBSITE* MENGGUNAKAN *WIX* DI SMKN 2 CILAKU
CIANJUR**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri



Oleh :
MUHAMAD TEGUH APRIZAL
1804452

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI AGROINDUSTRI
FAKULTAS PENDIDIKAN TEKNOLOGI DAN KEJURUAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2022

PERANCANGAN MEDIA PEMASARAN PRODUK UNIT PRODUKSI
BERBASIS *WEBSITE* MENGGUNAKAN *WIX* DI SMKN 2 CILAKU
CIANJUR

Oleh:

Muhamad Teguh Aprizal

NIM 1804452

Skripsi diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan

© Muhamad Teguh Aprizal

Universitas Pendidikan Indonesia

2022

LEMBAR PENGESAHAN DAN PERSETUJUAN
SKRIPSI
PERANCANGAN MEDIA PEMASARAN PRODUK UNIT PRODUKSI BERBASIS
WEBSITE MENGGUNAKAN *WIX* DI SMKN 2 CILAKU CIANJUR

Oleh :

MUHAMAD TEGUH APRIZAL
1804452

Menyetujui dan mengesahkan :
Pembimbing I



Prof. Dr. Masriam Bukit, M.Pd.
NIP. 9201910119441110101

Pembimbing II



Gilang Garnadi Suryadi, S.Si., M.T.
NIP. 920200119891216101

Mengetahui

Ketua Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri
Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan
Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Yatti Sugiarti, M.P.
NIP. 19681207 199303 2 001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Perancangan Media Pemasaran Produk Unit Produksi Berbasis *Website* Menggunakan *Wix* di SMKN 2 Cilaku Cianjur” ini berserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau diklaim oleh pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Bandung, Agustus 2022

Muhamad Teguh Aprizal

NIM 1804452

**PERANCANGAN MEDIA PEMASARAN PRODUK
UNIT PRODUKSI BERBASIS *WEBSITE*
MENGUNAKAN *WIX* DI SMKN 2 CILAKU CIANJUR**

Muhamad Teguh Aprizal, Masriam Bukit, Gilang Garnadi Suryadi

E-mail : muhamadteguhprizal@upi.edu

ABSTRAK

Unit produksi merupakan sarana berwirausaha bagi peserta didik, salah satunya yaitu pemasaran produk yang dihasilkannya, namun pada unit produksi SMK Negeri 2 Cilaku belum berjalan maksimal dalam pemasarannya karena belum adanya media untuk memasarkan produk sehingga jangkauan pasar terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan perancangan media, kelayakan media menurut validator, serta kelayakan media dan saran dari responden terhadap *website*. Prosedur penelitian ini menggunakan metode *waterfall* yaitu, (1) Analisis kebutuhan, terdiri dari analisis perangkat lunak, analisis perangkat keras, dan analisis konten; (2) Desain media pemasaran, membuat *flow chart* dan *storyboard* sebagai acuan dalam perancangan media pemasaran; (3) Implementasi, menerapkan *storyboard* menjadi *website* dan uji *black box* semua program lolos uji; (4) Pengujian media pemasaran, yaitu uji kelayakan oleh ahli media dan ahli pemasaran; (5) Penyebaran media pemasaran, yaitu penyebaran *website* kepada pengguna sekaligus responden untuk menguji kelayakan dan masukan terhadap media pemasaran; (6) Perawatan, perbaikan berdasarkan saran responden, pencantuman *link website* pada media sosial dan membuat modul untuk pengelola unit produksi untuk pengembangan *website* ke arah lebih baik. Hasil validasi ahli media dan ahli pemasaran menyatakan media pemasaran termasuk kategori layak. Kelayakan menurut responden media pemasaran termasuk dalam kategori layak untuk media pemasaran dengan beberapa perbaikan berdasarkan saran responden yaitu penyeragaman foto produk, tampilan *website* yang lebih menarik, penambahan deskripsi produk menjadi lebih detail, penambahan fitur dalam *website*, dan peningkatan kecepatan *loading* pada *website*. Secara keseluruhan seluruh tahapan berjalan dengan baik dan media pemasaran berbasis *website* layak digunakan untuk pemasaran produk unit produksi SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur.

Kata kunci: Media pemasaran, pemasaran, unit produksi, *website*

**PERANCANGAN MEDIA PEMASARAN PRODUK
UNIT PRODUKSI BERBASIS WEBSITE
MENGUNAKAN WIX DI SMKN 2 CILAKU CIANJUR**

Muhamad Teguh Aprizal, Masriam Bukit, Gilang Garnadi Suryadi

E-mail : muhamadteguhprizal@upi.edu

ABSTRACT

The production unit is a means of entrepreneurship for students, one of which is the marketing of the products it produces, but the production unit of SMK Negeri 2 Cilaku has not run optimally in marketing because there is no media to market products so that market reach is limited. This study aims to determine the stages of media design, the feasibility of the media according to the validator, and the feasibility of the media and suggestions from respondents on the website. This research procedure uses the waterfall method, namely, (1) requirement analysis, consisting of software analysis, hardware analysis, and content analysis; (2) Marketing media design, making flow charts and storyboards as a reference in designing marketing media; (3) Implementation, applying storyboards into websites and black box testing, all programs pass the test; (4) Marketing media testing, namely the feasibility test by media experts and marketing experts; (5) Dissemination of marketing media, namely the distribution of websites to users as well as respondents to test the feasibility and input of marketing media; (6) Maintenance, improvements based on respondents' suggestions, linking website links on social media and making modules for production unit managers for website development in a better direction. The results of the validation of media experts and marketing experts state that marketing media is included in the feasible category. According to respondents, the feasibility of marketing media is included in the appropriate category for marketing media with several improvements based on respondents' suggestions, namely uniform product photos, a more attractive website appearance, adding more detailed product descriptions, adding features on the website, and increasing loading speed on the website. Overall, all stages went well and website-based marketing media were suitable for marketing the products of the production unit of SMK Negeri 2 Cilaku, Cianjur.

Key word: Marketing, marketing media, production unit, and website

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN DAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Struktur Organisasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Unit Produksi	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Tujuan Unit Produksi	Error! Bookmark not defined.
2.2 Unit Produksi di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur ...	Error! Bookmark not defined.
2.3 Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Strategi Pemasaran Unit Produksi ..	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Segmentasi Pasar Unit Produksi	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Bauran Pemasaran Unit Produksi ...	Error! Bookmark not defined.
2.4 Media Pemasaran Berbasis <i>Website</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5 Membuat <i>Website</i> Menggunakan <i>Wix</i> ...	Error! Bookmark not defined.
2.6 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.7 Posisi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.

3.1 Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Partisipan.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4 Prosedur Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5 Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6 Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 TEMUAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Analisis Kebutuhan (<i>Requirement Analysis</i>). Error! Bookmark not defined.	
4.1.2 Desain Media Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Implementasi Media Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Pengujian Media Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Penyebaran Media Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.6 Perawatan Media Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Analisis Kebutuhan (<i>Requirement Analysis</i>). Error! Bookmark not defined.	
4.2.2 Desain Media Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Implementasi Media Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Pengujian Media Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
4.2.5 Penyebaran Media Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.6 Perawatan (<i>Maintanance</i>)	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	Error! Bookmark not defined.
5.1 Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi.....	Error! Bookmark not defined.
5.3 Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	8
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifiarga, H. (2019). Penerapan Metode WebQual 4.0 Pada Pengukuran Kualitas Website Pencarian Kerja. *Skripsi*. Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Alvardo, C. (2020). Penerapan Media Pemasaran Produk Teaching Factory Berbasis Aplikasi Android Menggunakan *Appgeyser* dan *Wix* di SMK PPN Tanjungsari. *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri, Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Andriyan, W., Septiawan, S., Aulya, A. 2020. Perancangan Website Sebagai Media Informasi dan Peningkatan Citra pada SMK Dewi Sartika Tangerang. *Jurnal Teknologi Terpadu*. Vol.6. No.2. Hal 79-88.
- Arikunto, S., Suhardjono, & Supardi. (2010). *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aziz., M.Z.S. (2016). Pengaruh Dari Berbagai Karakteristik E-Commerce (Bukalapak.Com) Kepercayaan Dan Performa Kepercayaan Konsumen Di Kota Semarang. *Skripsi*. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Bisnis. Universitas Dian Nuswantoro.
- Bukit, M. (2014). *Strategi dan Inovasi Pendidikan Kejuruan*. Bandung: Alfabeta.
- Cahyono, Andhik, & Deskananda. (2018). Pengujian Integrasi dengan Menggunakan Metode Buttom-up Testing Untuk Sistem Informasi Sekolah. *Prosiding SENTIA 11* : 114-19.
- Dalimunthe, N., Ismiati, C. 2016. Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna *Online Public Access Catalog* (OPAC) Dengan Metode EUCS (Studi Kasus : Perpustakaan UIN SUSKA Riau. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*. Vol.2. No.1. Hal 71-75.
- Damayanti., A. S. 2018. Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi Tapp Market Menggunakan Metode EUCS (End User Computing Satisfaction). *Skripsi*. Program Studi Sistem Informasi. Fakultas Ilmu Komputer. Universitas Brawijaya Malang.
- Darjanto, S,. (2012). Manajemen Unit Produksi dan Jasa di Sekolah Menengah Kejuruan Umar Fatah Rembang." *Journal of Economic Education* . 1 (1), 8-12.

- Faza A., dan Utomo A. P. (2022). Analisa Kualitas Layanan Website PT. Massuskita United Menggunakan Metode Webqual. *Jurnal Tekno Kompak*, Vol. 15, No.2, Hal 88-99.
- Firdaus, Zamawi, Z. (2012). Pengaruh Unit Produksi, Prakerin dan Dukungan Keluarga Terhadap Kesiapan Kerja Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*. 2 (3), 397-409.
- Hariyanti, N, T., Wirapraja, A. 2018. Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*. Vol 15. No 1. Hal 133-146.
- Hadriah, S. F., Munandar, A., & Faridah. (2019). Manajemen Unit Produksi Sekolah di SMK Negeri 8 Makassar. *Jurnal Administrasi Pendidikan*. 26 (1), 129-140.
- Ham, T. G. (2014). Pengukuran Efektivitas Media Promosi Dengan Pendekatan Epic Model. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Hernaeny, U. (2021). *Populasi dan Sampel : Pengantar Statistika 1*, by Arfatin Nurrahmah, et al., 33. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Irsandi,. Saputra. J., Fitri. I., & Nathasia, N. D. (2021). Sistem Informasi Pemasaran dengan Penerapan CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall dan Agile. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (JTik)* 5(4), 346-353.
- Jozizas. V., Timisela. N. R., Lawalata. M. (2020). Analisis Segmentasi Pasar Sayuran Organik di Pulau Sapaua Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal SEPA : Vol. 17 No. 1 Hal 72-82*.
- Kamsin, G. R. F. (2019). Perancangan Media Pemasaran Produk Teaching Factory Berbasis Aplikasi Android Menggunakan Appgeyser dan Wix di SMK PPN Lembang. *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Kirana D.C., Syarief A., dan Saphiranti D. 2018. Pengaruh Tampilan Visual Foto Produk Furnitur Melalui Situs Jejaring Sosial Instagram Terhadap Persepsi Konsumen. *Ideology Journal of Arts and Social Science*. Vol.3, No.2, 11-24.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2016). *Marketing Management : Global Edition*. Boston : Pearson Education.
- Kountur, R. (2008). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Mitra Kerjaya.

- Kristiyanti, Mariana. (2015). Website Sebagai Media Pemasaran Produk-produk Unggulan UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)* 13 (2), 186-196.
- Kusniawan, A., & Sardiarinto. (2016). Perancangan Website Jasa Design Interior Sebagai Media Pemasaran Studi Kasus : CV. Focalpoint Interior." *Jurnal Evolusi*. 4(2), 1-10.
- Kusuma, A. D., & Pribadi, D. J. (2021). Pembuatan Website Dengan Menggunakan Aplikasi Wix Sebagai Media Promosi Pada Home Industry Tiga Saudara Plastik Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 298-303.
- Legawa, L. E., (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Produk Kecantikan Berbasis Web Pada Lolita Shop. *Skripsi*. Program Studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer GICI. Batam.
- Lesmono, I. D., (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Sepatu Berbasis Website Dengan Metode Waterfall. *Jurnal Swabumi*. 6(1), 55-62.
- Lukitaningrum, H. (2016). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Web Pada Materi Basis Dari Data di Sekolah Menengah Kejuruan Kelas XI . *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Teknik Informatika, Jurusan Pendidikan Teknologi Elektronika, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Mariance, U. (2020). Analisa dan Perancangan Media Promosi dan Pemasaran Berbasis Web Menggunakan Work System Framework (Studi Kasus di Toko Mandiri Prabot Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Core It*. 6(1), 35-44.
- Martubi & Satunggalno. (1998). Model-model Penyelenggaraan Unit Produksi di Sekolah Menengah Kejuruan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Laporan Hasil Penelitian Direktorat Pembinaan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan IKIP Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4P (Product, Price, Place, Promotion) Pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*. 5(2), 79-86.
- Muchali, A., Budiart, J., (2017). Analisis Pengujian Performa Website Jabatan Fungsional Perguruan Tinggi. *Seminar Nasional TIK dan Ilmu Sosial (Sociotech)*.
- Mulyono, T. (2018). Teknologi Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Menggunakan Wix di CV. Naga Mas. *Jurnal Teknologi dan Terapan Bisnis (JTTB)*. 1(1), 27-37.

- Munir, M. 2014. Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Kompetensi Dasar Register Berbasin Inkuiri Terbimbing. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*. Vol.22. No.10. Hal 184-190.
- Nurjanah. R., Amzar. Y. V., Rizkiah. N. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat belanja online masyarakat (studi kasus pengikut instagram muslimah thread). *E-Journal Perdagangan Industri dan Moneter*. Vol.10. No.1. Hal 25-38.
- Nurmilah, S., Maharani, S., & Handayani, S. (2018). Perancangan Media Komunikasi Berbasis Website Untuk Pemasaran Produk Teaching Factory di SMKN 2 Subang. *Edufortech*. 3 (2), 136-146.
- Pancaningrum, E., Sari D. K.(2019). Analisa Epic Model: Mengukur Efektivitas Iklan Indomie Versi Ayam Geprek di Televisi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Dewantara*. Vol 2 No 1 Hal 53-62.
- Pangestu, J, A. 2016. Analisis Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Nutrend. *Jurnal Riset Bisnis Manajemen*. Vol.4. No.2. Hal 201-208.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia. *Modus*. 27 (2), 163-174.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Neo-bis*. 9 (2), 32-40.
- Presiden Republik Indonesia. 1990. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 1990 Tentang Pendidikan Menengah. Surabaya.
- Purwiantoro, M, A., Kristanto, D, F., Hadi., W. 2016. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal EKA CIDA*. Vol. 1. No.1. Hal 30-39.
- Ramdhan, W., Yusda, R, A., Syafwan, H., Pratiwi, D.E. 2019. Implementasi Metode Waterfall Pada Perancangan E-Recycle Bank Pada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Asahan. *Prosiding Seminar Nasional Riset Information (SENARIS)*. Hal 1010-1017.
- Ridlo, I, A. 2017. *Panduan Pembuatan Flowchart*. Fakultas Kesehatan Masyarakat Departemen Administrasi dan Kebijakan Kesehatan.

- Saputra, A., Kurniadi, D., 2019. Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi *E-Campus* di IAIN Bukittinggi Menggunakan Metode EUCS. *Jurnal Vokasional Teknik Elektronika dan Informatika*. Vol.7. No 3. Hal 58-66.
- Sasmito, G. W. (2017). Penerapan Metode Waterfall pada Desain Sistem Informasi Geografis Industri Kabupaten Tegal. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT* .2 (1), 6-12.
- Setiawan., Permadi., Sulistiowati., & Lemantara. J. (2015). Rancang Bangun Aplikasi Pengolahan Data Evaluasi Proses Belajar Mengajar Berbasis Web Pada Stikes Yayasan Rs. Dr. Soetomo Surabaya. *JSIKA*. 4(2), 1-6.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang : Tim UB Press.
- Siswanto, I. (2015). Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Unit Produksi di SMK Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal PPKM II*, 77-83.
- Siswanto, V. (2012) *Strategi dan Langkah-langkah Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata., Syaodih. N., Jami'at. N. A., & Ahman. (2006). *Pengendalian Mutu Pendidikan Sekolah Menengah*. Bandung: Refika Aditama.
- Supriatna, R. (2018). Implementasi dan User Acceptance Test (UAT) Terhadap Aplikasi E-Learning pada Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Kota Banda Aceh. *Skripsi*. Prodi Pendidikan Teknologi Informasi, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK). Banda Aceh.
- Susilo, M., Kurniati, R., & Kasmawi. (2018). Rancang Bangun Website Toko Online Menggunakan Metode Waterfall. *InfoTekjar (Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan)* 2 (2), 98-105.
- Sutopo, A. (2013). Potensi Unit Produksi untuk Meningkatkan Kompetensi Kerja Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan*. 14(1), 72-90.

- Sya'bana, M, F. (2013). Pengembangan Bahan Ajar Kimia Berbasis Web Pada Materi Larutan Elektrolit dan Nonelektrolit. *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Kimia Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Tarantang, J., Awwliyah, A., Astuti, M., Munawwaroh, M. 2019. Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *Jurnal Al Qardh*. Vol.4. Hal 60-75.
- Yusuf, E. Z., & Wiliams, L. (2007). *Manajemen Pemasaran: Studi Kasus Indonesia*. Jakarta: Penerbit PPM.