

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan satuan pendidikan yang diselenggarakan pada jalur pendidikan formal, untuk jenjang pendidikan menengah dan berada pada kelompok kejuruan, SMK memberikan bekal kepada peserta didik untuk terjun ke masyarakat sebagai tenaga kerja dan wirausaha pada level menengah sesuai dengan karakteristik kompetensi yang diminati (Hadriah, dkk, 2019). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 29 Tahun 1990 tentang pendidikan menengah pasal 3 ayat 2 juga menyebutkan bahwa SMK mengutamakan penyiapan siswa untuk memasuki lapangan kerja serta mengembangkan sikap profesional.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai lembaga pendidikan pencetak tenaga kerja yang terampil untuk mengisi lowongan pekerjaan yang ada di dunia usaha/dunia industri, selalu berusaha menyesuaikan keterampilan yang dimiliki lulusannya dengan kebutuhan industri. Salah satu diantaranya dengan membiasakan siswa melaksanakan praktek produktif dengan nuansa industri melalui kegiatan unit produksi/jasa di sekolah. Keterlibatan siswa pada unit produksi/ jasa ini selain untuk mempertajam keterampilan (*hard skill*) juga untuk belajar mengelola suatu jenis usaha (*soft skill*) (Darjanto, 2012).

Unit produksi merupakan salah satu pembelajaran berwirausaha bagi siswa karena dilatih untuk menjaga keberlangsungan kegiatan unit produksi melalui pengembangan pemasaran dan menjaga kepercayaan konsumen. Kegiatan unit produksi menghasilkan sebuah produk atau jasa yang bernilai ekonomi, sehingga pengelola dan pelaksana mendapat imbalan. Unit produksi merupakan sarana yang dapat dioptimalkan untuk pembelajaran kejuruan di SMK sehingga memungkinkan siswa memiliki pengalaman secara langsung beraktifitas sebagaimana layaknya di industri (Siswanto, 2015).

Penyelenggaraan unit produksi/jasa di SMK diharapkan mampu meningkatkan keterampilan siswa sesuai dengan kebutuhan dunia usaha / dunia industri masih jauh dari harapan karena kenyataannya banyak dijumpai hal-hal

sebagai berikut: (1) Unit Produksi / Jasa di SMK tidak dapat berkembang sebagai unit yang setara dengan unit usaha yang seharusnya, sehingga belum dapat memberikan pengalaman nyata dan intens terhadap siswa yang terlibat, (2) Unit Produksi atau Jasa di SMK yang mampu berkembang dan dikelola secara profesional, biasanya cenderung tertutup bagi siswa yang akan melakukan praktik kerja, dan (3) belum semua SMK yang menyelenggarakan unit produksi atau jasa dikelola secara profesional (Darjanto, 2012).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur melalui wawancara dengan koordinator unit produksi pada bulan Maret tahun 2022, terungkap bahwa pada unit produksi program studi Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian (APHP) memiliki berbagai permasalahan yang perlu diatasi, diantaranya yaitu tidak teraturnya jadwal produksi dan belum adanya media untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh unit produksi. Produksi dilakukan apabila ada pesanan kepada pihak sekolah saja, karena semua produk dipasarkan oleh murid dan guru secara langsung kepada warga di sekitar sekolah dan sekitar rumah guru/siswa atau orang-orang yang sudah berlangganan membeli sehingga ruang lingkup penjualan dari produk unit produksi ini masih terbatas. Pengelola unit produksi SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur mengatakan memerlukan adanya *e-commerce* dalam proses memasarkan produknya. Maka dari itu perlu adanya solusi untuk menangani permasalahan proses penjualan dan promosi agar proses pemasaran produk unit produksi ini dapat diperluas dan dijangkau oleh orang banyak.

Pelaksanaan unit produksi atau jasa berhubungan erat dengan pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Darjanto, 2012). Ada berbagai macam cara untuk mempromosikan dan memasarkan produk yang sudah diproduksi. Bisa dengan cara menjual langsung di pasar atau di toko bahkan bisa dilakukan di rumah melalui internet. Seiring berkembangnya zaman tidak dapat dipungkiri bahwa sistem informasi penjualan dengan menggunakan internet sangat efektif digunakan dalam meningkatkan

penjualan dan keuntungan bagi perusahaan. Saat ini, banyak pengusaha yang memanfaatkan internet untuk memperbaiki baik itu pelayanan maupun penginformasian barang mereka yang pada dasarnya digunakan untuk meningkatkan jumlah penjualan produk, mengingat internet tidak mengenal batas ruang. Menurut Legawa (2018), Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan menggunakan aplikasi internet/*website* untuk memodifikasi sistem informasi penjualan. Dengan menerapkan sistem informasi penjualan menggunakan internet diharapkan akan meningkatkan penjualan dan promosi sehingga dapat memudahkan pihak sekolah maupun siswa dalam menjual produk yang dihasilkan serta memperluas penjualan.

Salah satu pilihan dalam pengembangan *website* yang dapat digunakan ialah *Wix*, *Wix* merupakan platform pengembangan web yang memungkinkan penggunaanya membuat situs dengan cara memasukan desain yang telah disediakan oleh *Wix*. Adapun beberapa keuntungan dalam menggunakan platform *Wix* dalam membuat situs penjualan yaitu : (1) dapat membuat *website* dengan mudah, (2) Tersedia *flash template* gratis yang beraneka ragam dan dapat disesuaikan dengan konten *website*, (3) Pendaftaran gratis, (4) dapat ditingkatkan sehingga menjadi domain sesuai keinginan (Mulyono, 2018).

Seiring dengan kemajuan teknologi, perlu dilakukan penelitian terkait dengan perancangan media pemasaran berbasis *website* menggunakan *Wix* dalam upaya meningkatkan promosi dan penjualan produk yang dihasilkan oleh unit produksi di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur. Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Perancangan Media Pemasaran Produk Unit Produksi Berbasis *Website* Menggunakan *Wix* di SMKN 2 Cilaku Cianjur”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian perancangan media pemasaran berbasis *website* menggunakan *Wix* untuk pemasaran produk unit produksi di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur yaitu:

1. Bagaimanakah tahapan perancangan media pemasaran unit produksi berbasis *website* menggunakan *Wix* di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur?

2. Bagaimana tingkat kelayakan media pemasaran produk unit produksi berbasis *website* menggunakan *Wix* di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur Menurut Validator?
3. Bagaimana tingkat kelayakan dan saran responden terhadap media pemasaran produk unit produksi berbasis *website* menggunakan *Wix* di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian perancangan media pemasaran berbasis *website* menggunakan *Wix* untuk pemasaran produk unit produksi di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur yaitu :

1. Mengetahui tahapan perancangan media pemasaran unit produksi berbasis *website* menggunakan *Wix* di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur.
2. Mengetahui tingkat kelayakan media pemasaran produk unit produksi berbasis *website* menggunakan *Wix* di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur Menurut Validator.
3. Mengetahui tingkat kelayakan dan saran responden terhadap media pemasaran unit produksi berbasis *website* menggunakan *Wix* di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari perancangan media pemasaran produk unit produksi berbasis *website* menggunakan *Wix* di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur yaitu:

1. Membantu pihak sekolah untuk menambah media pemasaran produk yang dihasilkan di unit produksi.
2. Membantu siswa melakukan kegiatan pemasaran dengan jangkauan pasar yang lebih luas.
3. Membantu unit produksi untuk menentukan target pasar dalam penjualan produk yang dihasilkan oleh unit produksi.
4. Membantu konsumen menemukan informasi mengenai produk unit produksi di SMK Negeri 2 Cilaku Cianjur.

## 1.5 Struktur Organisasi Penelitian

Sistematika penelitian yang dihasilkan peneliti meliputi:

- BAB I Pada bab ini berisi mengenai pemaparan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi penelitian.
- BAB II Pada bab ini berisi teori mengenai unit produksi, pemasaran unit produksi dan teori media pemasaran menggunakan *website* yang akan digunakan penulis untuk mendasari dan menguatkan hasil dari temuan penelitian.
- BAB III Pada bab ini berisi tentang rencana penelitian yang meliputi desain penelitian, partisipan, populasi dan sampel, prosedur penelitian, instrumen penelitian dan analisis data.
- BAB IV Pada bab ini berisi tentang temuan dan pembahasan pada penelitian yang terdiri dari analisis kebutuhan, desain media pemasaran, implementasi media pemasaran, pengujian media pemasaran, penyebaran media pemasaran dan perawatan media pemasaran.
- BAB V Pada bab ini berisi tentang simpulan, implikasi dan rekomendasi.

