



Pengembangan E-Modul Berbasis Hypercontent pada Mata Kuliah Pengelolaan Usaha Busana

Maria Harahap

Pendidikan Teknologi Kejuruan Manajemen Fashion, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Email: maria.harahap@bpkpenaburjakarta.or.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2022-04-20 Revised: 2022-05-28 Published: 2022-06-05 Keywords: <i>Development; Hyper Content; Fashion Business.</i>	Business management is a very useful course to provide knowledge about: (1) Various kinds of business characteristics so that you can know the existing capabilities, and know the competition that exists in this business (Moh. Adam Jerusalem 2011); (2) Applying business plans that have been designed in the fashion industry so that later they have an idea of opening a business. This research uses development research methods. Clothing was present for the first time to be used as a body covering only, and is still made of very natural materials such as tree bark, fur and animal skins. Then it developed and changed every century, until in the 17th century clothing became more luxurious and in France it became the center of fashion at that time. But for poor people like waiters, they didn't really pay much attention to fashion at that time and they generally used simple models and materials. From the 1500s to the mid-17th century people began to forget about the robe that had become a staple of the wardrobe, and began to wear coats, vests, pants, the three components that can be identified as modern clothing.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2022-04-20 Direvisi: 2022-05-28 Dipublikasi: 2022-06-05 Kata kunci: <i>Pengembangan; Hypercontent; Usaha Busana.</i>	Pengelolaan usaha busana merupakan mata kuliah yang sangat berguna untuk memberikan pengetahuan tentang: (1) Berbagai macam karakteristik bisnis busana sehingga dapat memetakan kemampuan yang dimilikinya, minat dan bakat yang ada, serta mengetahui persaingan yang ada dalam dunia bisnis busana ini (Moh. Adam Jerusalem 2011); (2) Mengaplikasikan perencanaan usaha yang sudah dirancang dalam bidang industri busana sehingga nantinya punya gambaran dalam membuka usaha. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pengembangan. Busana hadir untuk pertama kalinya digunakan sebagai penutup tubuh saja, dan masih terbuat dari bahan yang sangat alami seperti kulit pohon, dedaunan dan kulit binatang. Lalu berkembang dan mengalami perubahan tiap abadnya, hingga pada abad 17 busana semakin mewah dan di Prancis menjadi pusat mode saat itu. Tapi bagi orang kurang mampu seperti pelayan tidak terlalu memperhatikan fesyen pada saat itu dan mereka umumnya menggunakan model dan bahan yang sederhana. Sejak tahun 1500-an hingga pertengahan abad ke-17 orang-orang mulai melupakan jubah yang telah menjadi barang pokok dari lemari pakaian mereka, dan mulai memakai jas, rompi, celana, yakni tiga komponen yang dapat mengidentifikasikan sebagai busana modern.

I. PENDAHULUAN

Pengelolaan usaha busana merupakan mata kuliah yang sangat berguna untuk memberikan pengetahuan tentang: (1) Berbagai macam karakteristik bisnis busana sehingga dapat memetakan kemampuan yang dimilikinya, minat dan bakat yang ada, serta mengetahui persaingan yang ada dalam dunia bisnis busana ini (Moh. Adam Jerusalem 2011); (2) Mengaplikasikan perencanaan usaha yang sudah dirancang dalam bidang industri busana sehingga nantinya punya gambaran dalam membuka usaha, dengan demikian, diharapkan peserta didik dapat pemahaman karakter bisnis busana yang tepat dalam mengembangkan potensi diri dan sumber daya yang dimiliki, maka bagi mahasiswa pembelajaran ini bermanfaat sebagai

kesiapan dalam merintis bisnis dibidang usaha busana sehingga diperlukan pengembangan media pembelajaran yang terus berinovasi mengikuti perkembangan zaman, untuk itu peneliti melakukan penelitian di Universitas Negeri Jakarta yang memiliki Prodi Tata busana, dalam mata kuliah pengelolaan usaha busana ditemukan beberapa permasalahan yaitu: (1) Dari hasil wawancara dengan dosen mata kuliah pengelolaan usaha busana, penyampaian materi yang biasanya dilakukan melalui presentasi dikelas dirasa membutuhkan media pembelajaran yang lebih menarik agar dapat meningkatkan minat belajar mahasiswa. (2) Dari hasil questioner mahasiswa yang telah mengikuti mata kuliah pengelolaan usaha busana, bahan ajar yang diberikan berupa power point seperti

saat ini diharapkan dapat dikembangkan lagi lebih bervariasi, aplikatif dan dapat dipelajari mandiri, hal ini menjadi permasalahan karena pembelajaran jarak jauh yang dilaksanakan saat ini masih perlu dikembangkan. Dengan demikian, masalah yang dinilai oleh peneliti dalam pola pengajaran memerlukan pengembangan model bahan ajar yang memperhatikan perbedaan kemampuan mahasiswa, mendukung pembelajaran mandiri, dan dapat memudahkan mahasiswa belajar pengelolaan usaha busana yaitu berupa modul. Menurut Siang, Ibrahim, & Rusmono (2017) modul merupakan media yang bisa menghantar-kan pesan kepada mahasiswa, modul adalah media atau sarana pembelajaran yang berisi materi, metode, batasan-batasan materi pembelajaran, petunjuk kegiatan pembelajaran, latihan dan cara mengevaluasi yang dirancang secara sistematis dan menarik untuk mencapai kompetensi yang diharapkan dan digunakan secara mandiri (Hamdani, 2011). Menurut Kristanto (2016:5), media pembelajaran adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan (bahan pembelajaran), sehingga dapat merangsang perhatian, minat, pikiran, dan perasaan peserta didik dalam kegiatan belajar untuk mencapai tujuan belajar.

Agar media pembelajaran berupa modul yang diberikan pada mahasiswa ini menarik saat dipelajari, maka modul perlu dikombinasikan dengan media elektronik, yang sering disebut *electronic module (e-modul)*, *E-modul* adalah modul elektronik yang merupakan bahan ajar yang disajikan secara sistematis sehingga penggunaannya dapat belajar dengan atau tanpa seorang fasilitator atau guru (Prastowo, 2011). Pengembangan bahan ajar ini dimaksudkan untuk membantu dan memudahkan peserta didik belajar, oleh karena itu, aktivitas pengembangan harus didasarkan pada berbagai teori tentang orang yang belajar, orang yang mengajar, dan aktivitas belajar itu sendiri, bahan ajar yang baik menyediakan perangkat yang memudahkan pengguna untuk melihat kemanfaatan dan menggunakannya dalam praktek, bahan ajar digital dalam bentuk elektronik menyediakan peluang untuk inovasi, meskipun hanya terhadap bagian-bagian kecil dari bahan ajar tersebut (Prastowo, 2011), Munir (2013) menambahkan, pembelajaran yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi dapat membantu pendidik dalam menyampaikan materi dan peserta didik dalam memahami materi yang mempelajari.

Penyampaian materi menjadi lebih menarik lagi dengan memberikan pendekatan *hyper-content* mengarahkan desain modul diperkaya oleh sumber sumber belajar di dunia maya dengan menggabungkan dunia sesungguhnya, caranya dengan membuat tautan ke laman website, saluran YouTube, dan lainnya melalui URL, QR code dan sejenisnya, makna *hyper-content* diadopsi dari membaca secara digital yang bersifat non-linear, *E-Modul hypercontent* menggabungkan antara hypertext, hypermedia, dan hyperlink menjadi satu bagian sehingga mampu memperkaya isi materi pada *e-modul*, secara sederhana *hypercontent* dapat dipahami sebagai konsep yang menjalinkan satu materi dan materi yang lainnya secara simultan dalam satu program teknologi digital tertentu (Prawiradilaga et al., 2017). Penggunaan *e-modul hypercontent* dapat digunakan melalui komputer dekstop ataupun dengan menggunakan smartphone, dewasa ini terdapat lebih dari 1.91 milyar pengguna smartphone di seluruh dunia atau hampir 25% populasi dunia dan jumlah ini pun diperkirakan akan terus bertambah (Young, 2015). Kelebihan dari *e-modul hypercontent* adalah kebebasan dari pembaca untuk membaca atau mempelajari materi lebih dalam yang terdapat pada modul tersebut tanpa harus mengikuti urutan atau susunan materi untuk dipelajari dan materi dapat di akses secara online atau daring, setiap anak yang dilahirkan memiliki karakteristik belajar dan kemampuan otak yang berbeda-beda dalam menyerap, mengolah, dan menyampaikan informasi (Sari, 2014), sehingga pengembangan media pembelajaran *e-modul hypercontent* perlu dilakukan pada mata kuliah pengelolaan usaha busana di Universitas Negeri Jakarta Prodi Tata Busana.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah metode pengembangan, waktu penelitian dimulai dengan pembuatan materi *e-modul hypercontent* pada agustus 2021, penelitian ini merupakan penelitian pengembangan atau Research and Development (R&D) dengan menggunakan metode pengembangan model ADDIE (Assume, Design, Development, Implementation, Evaluation) yang bertujuan untuk mengembangkan perangkat pembelajaran berupa silabus pada materi pengelolaan usaha busana diperkirakan memakan waktu enam bulan sehingga waktu penelitian final terhadap satu kelas akan dilakukan pada Oktober 2021, lokasi penelitian di Universitas Negeri Jakarta, Program Studi Tata Busana.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang usaha ialah kesempatan yang harus diambil oleh seorang wirausahawan untuk mewujudkan atau melaksanakan suatu usaha dengan keberanian mengambil resiko, peluang usaha didapatkan oleh seorang wirausaha, jika mampu menemukan tindakan yang tepat untuk mewujudkan peluang tersebut sebagai suatu kenyataan dengan kreativitas dan inovasi, kesempatan untuk menjual barang atau jasa dengan tujuan mencari keuntungan (*profit oriented*) adalah salah satu hal yang menjadi faktor kesuksesan suatu usaha. Kesempatan yang mempunyai peluang besar untuk berhasil dilihat dari pengoptimalan empat elemen penting, yaitu: lingkungan luar, pasar, karakteristik kesempatan, serta kemampuan dan prioritas pengusaha. Untuk mendapatkan peluang, dibutuhkan informasi akan sumber-sumber kesempatan itu didapatkan, seperti: produk (barang / jasa) baru atau yang dikembangkan, contoh: penemuan baru, produk yang dikembangkan sesuai pasar spesifik, produk dari masa lalu, produk dengan teknologi baru, dan variasi produk dengan daya tarik seni, ketersediaan tambahan produk (barang/jasa) untuk permintaan yang meningkat, Cara-cara baru dalam menjalankan usaha yang menawarkan keuntungan kompetitif dibandingkan pendekatan-pendekatan yang ada.

1. Pembangkitan ide

Kreativitas seseorang menjadi peran sentral dalam hal pembangkitan ide usaha sebagai bagian dari proses identifikasi kesempatan. Terdapat beberapa pedoman untuk memfokuskan keingintahuan dan merangsang kreativitas.

a) *Brainstorming* (sumbang saran)

Diskusi terbuka untuk membangkitkan sebanyak mungkin ide-ide usaha tanpa khawatir dengan pemisahan ide yang baik dari yang jelek.

b) *Networking* (jaringan)

Pembicaraan dengan orang-orang yang terlibat di dalam usaha karena mereka dapat memberikan tambahan wawasan atau ide.

c) *Observasi* (pengamatan)

Pengetahuan tentang perekonomian setempat dan industri atau usaha tertentu untuk mengetahui kesempatan potensial.

d) *Research* (penelitian)

Menyelidiki praktik-praktik usaha di daerah lain atau negara lain melalui membaca, mengunjungi daerah lain, ataupun menghadiri pameran dagang, dan lainnya.

e) Ketajaman Kewirausahaan

Menumbuhkan perpaduan informasi dan kejadian yang bisa mengungkapkan kesempatan usaha potensial.

f) Fokus Pasar/Pelanggan

Menjaga fokus pada kebutuhan pelanggan untuk menjamin bahwa ide-ide yang dihasilkan relevan dengan pasar.

2. Identifikasi kesempatan

Suatu kesempatan usaha dapat diwujudkan dari ide-ide yang sudah muncul pada proses sebelumnya, namun sudah melalui evaluasi dasar-dasar kelayakan, evaluasi dasar kelayakan ini sebagai berikut:

a) *Input* atau masukan

Ketersediaan bahan baku dan pasokan yang handal dan terjangkau. Prasarana, transportasi, energi, air dan komunikasi yang sesuai, sumber daya manusia yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang sesuai, ketersediaan peralatan yang diperlukan dari pemasok yang bisa diandalkan.

b) *Permintaan*

Permintaan berlebih akan produk (barang/jasa) dari jenis usaha ini dengan harga yang sesuai, sesuatu yang berbeda atau unik manfaat penjualan unik", yang memberikan produk (barang/jasa) kita mempunyai daya tarik yang lebih tinggi bagi para pelanggan dibandingkan produk-produk lain di pasar.

Sementara itu, untuk melakukan persaingan kita membuat penilaian umum mengenai potensi untuk suatu jenis usaha dan sebagai cara membandingkan berbagai jenis usaha yang berbeda-beda dapat dilakukan dengan analisis karya Michael Porter yang terdiri dari empat elemen.

a) *Hambatan untuk masuk*

Hambatan untuk memasuki suatu usaha, misalnya persyaratan modal, kepatuhan atas peraturan, akses terhadap pasokan, distribusi, pengetahuan khusus, ataupun teknologi.

b) *Kekuatan atas pemasok*

Sejauh mana suatu jenis usaha mampu menetapkan harga dan syarat-syarat pembelian dari pemasok, hal ini merupakan fungsi dari faktor-faktor seperti; jumlah dan ukuran relatif pemasok, perbedaan penawaran, dan ketersediaan pasokan pengganti.

c) Kekuatan atas pembeli
Sejauh mana jenis usaha mampu menentukan harga dan syarat-syarat penjualan kepada pelanggan, hal ini merupakan fungsi dari faktor-faktor seperti; jumlah dan ukuran relatif pelanggan, jumlah dan kekuatan pesaing, keberadaan produk pengganti, tingkat ketergantungan pelanggan dan tingkat kesetiaan pelanggan.

d) Persaingan kompetitif

Sifat dari persaingan antara perusahaan-perusahaan di dalam suatu jenis usaha, persaingan yang bersahabat umumnya tercermin dengan persaingan berdasar harga yang kurang agresif.

3. Evaluasi kesempatan

Evaluasi kesempatan diperlukan untuk menilai apakah suatu kesempatan benar-benar merupakan upaya yang bernilai atau tidak. Karena sekuat apapun suatu kesempatan usaha, kita tetap memerlukan banyak waktu, energi, dana untuk mengubahnya menjadi usaha yang sukses. Supaya evaluasi kesempatan dapat efektif, maka diperlukan ide yang jelas tentang apa sebenarnya kesempatan tersebut, dalam melakukan evaluasi kesempatan dapat didasarkan pada lima komponen dasar, yaitu: manajemen, ekonomi, operasi/produksi, persaingan, dan pasar.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Busana hadir untuk pertama kalinya digunakan sebagai penutup tubuh saja, dan masih terbuat dari bahan yang sangat alami seperti kulit pohon, dedaunan dan kulit binatang, lalu berkembang dan mengalami perubahan tiap abadnya, hingga pada abad 17 busana semakin mewah dan di Prancis menjadi pusat mode saat itu. Tapi bagi orang kurang mampu seperti pelayan tidak terlalu memperhatikan fesyen pada saat itu dan mereka umumnya menggunakan model dan bahan yang sederhana, sejak tahun 1500-an hingga pertengahan abad ke-17 orang-orang mulai melupakan jubah yang telah menjadi barang pokok dari lemari pakaian mereka, dan mulai memakai jas, rompi, celana, yakni tiga komponen yang dapat mengidentifikasikan sebagai busana modern.

B. Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian yakni untuk

peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan atau bahkan pengembangan dari penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

Adir, V., Adir, G., & Elisabeta, N. (2012). Graphic advertising , as a specialized tool of communication. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 51, 645-649. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.217>

Alalwan, A. A. (2018). International Journal of Information Management Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42(June), 65-77. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.001>

Almarzooq, Z. I., Lopes, M., & Kochar, A. (2020). Virtual Learning During the COVID-19 Pandemic: A Disruptive Technology in Graduate Medical Education. *Journal of the American College of Cardiology*, 75(20), 2635-2638. <https://doi.org/10.1016/j.jacc.2020.04.015>

Antonaci, A., Dagnino, F. M., Ott, M., Bellotti, F., Berta, R., De Gloria, A., ... Mayer, I. (2015). A gamified collaborative course in entrepreneurship: Focus on objectives and tools. *Computers in Human Behavior*, 51, 1276-1283. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.082>

Bu, Y., Parkinson, J., & Thaichon, P. (2020). Digital content marketing as a catalyst for e-WOM in food tourism, (xxxx), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.01.001>

Canziani, Bonnie Farber; Welsh, D. H. B. (2019). The International Journal of How entrepreneurship influences other disciplines: An examination of learning goals. *The International Journal of Management Education*, (January), 100278. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.01.003>

Di Gregorio, A., Maggioni, I., Mauri, C., & Mazzucchelli, A. (2019). Employability skills for future marketing professionals.

- European Management Journal*, 37(3), 251–258.
<https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.03.004>
- Ernawati, I. (2017). Uji Kelayakan Media Pembelajaran Interaktif Pada Mata Pelajaran Administrasi Server. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 2(2), 204–210.
<https://doi.org/10.21831/elinvo.v2i2.17315>
- Fallis, a. . (2013). Keterbacaan Buku Teks Indonesia Kelas X Kurikulum 2013 Edisi Revisi 2016 dengan Formula FRY. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Fatimah, Laela Umi; Alfath, K. (2019). Analisis Kesukran Soal, Daya Pembeda dan Fungsi Distraktor. *Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 37–64.
- Fitrah, M. L. (2017). *Metodologi Penelitian Penlitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Gandasari, D., & Dwidienawati, D. (2020). Content analysis of social and economic issues in Indonesia during the COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 6(11), e05599.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05599>
- Guraya, S. (2020). Combating the COVID-19 outbreak with a technology-driven e-flipped classroom model of educational transformation. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, 15(4), 253–254.
<https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2020.07.006>
- Hassan, S., Nadzim, S. Z. A., & Shiratuddin, N. (2015). Strategic Use of Social Media for Small Business Based on the AIDA Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 262–269.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.363>
- Horowitz, D. (2017). Teaching video editing and motion graphics with Photoshop. *Innovative Marketing*, 13(3), 17–24.
- [https://doi.org/10.21511/im.13\(3\).2017.02](https://doi.org/10.21511/im.13(3).2017.02)
- Ibrahim, A., Clark, K., Reese, M. J., & Shingles, R. (2020). The effects of a teaching development institute for early career researchers on their intended teaching strategies, course design, beliefs about instructors' and students' knowledge, and instructional self-efficacy: The case of the Teaching Institute at J. *Studies in Educational Evaluation*, 64(January), 100836.
<https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2020.100836>
- Jannah, S. N. (2017). Analisis Open Order Dan Close Order Terhadap Minat Beli Produk Online Shop Studi Pada Snjcollection. *Kompetensi*, 11(2011), 244–255.
- John, S. P., & De'Villiers, R. (2020). Elaboration of marketing communication through visual media: An empirical analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54(December 2019), 102052.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102052>
- Kerthyayana Manuaba, I. B. (2017). Text-Based Games as Potential Media for Improving Reading Behaviour in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 116, 214–221.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.10.041>
- Kurniawan, M. F. T., & Rohmani, L. (2019). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Aplikasi Android Untuk Meningkatkan hasil Belajar Kewirausahaan (Studi Pada Kelas XI APK SMK Muhammadiyah 3 Singosari Materi Aspek Organisasi). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 72–77.
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.17977/UM014v12i12019p072>
- Kusnadi. (2018). *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Kusnendi. (2008). *Model-model persamaan struktural: satu dan multigroup sampel dengan LISREL*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV ANDI

Offset.

Sciences.

<https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2018.03.007>

- Kytö, E., Virtanen, M., & Mustonen, S. (2019). From intention to action: Predicting purchase behavior with consumers' product expectations and perceptions, and their individual properties. *Food Quality and Preference*, 75(February), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.02.002>
- Lasmadiarta, M. (2010). *Facebook Marketing Revolution*. Jakarta: Media Elex Komputindo.
- Liu, I. F. (2020). The impact of extrinsic motivation, intrinsic motivation, and social self-efficacy on English competition participation intentions of pre-college learners: Differences between high school and vocational students in Taiwan. *Learning and Motivation*, 72(February), 101675. <https://doi.org/10.1016/j.lmot.2020.101675>
- Masni, H. (2015). Strategi meningkatkan motivasi belajar mahasiswa. *Dikdaya*, 5(1), 34–45.
- Miller, John W.; McKenna, M. C. (2016). *World Literacy How Countries Rank and Why It Matters*. Routledge Taylor & Francis.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mujiati, D. W., Muslim, S., & Febriana, R. (2020). Pengembangan Media : Pemasaran Online Berbasis Digital Imaging Di SMKN 1 Tambun Selatan. *BIEJ (Business Innovation & Entrepreneurship Journal)*, 2(2), 101–106.
- Niebuhr, O., & Tegtmeier, S. (2019). *Virtual Reality as a Digital Learning Tool in Entrepreneurship: How Virtual Environments Help Entrepreneurs Give More Charismatic Investor Pitches*. *FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-20138-8_6
- Ojha, P. K., Ismail, A., & Kuppusamy, K. S. (2018). Perusal of readability with focus on web content understandability. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2018.03.007>
- Pribadi, B. A. (2014). *Desain dan Pengembangan Program Pelatihan Berbasis Kompetensi – Implementasi Model ADDIE*. Jakarta: Perpustakaan Nasional –Katalog Dalam Terbitan.
- Pujiastutia, I., & Lestari, D. (n.d.). BUKU TEKS BAHASA INDONESIA SEKOLAH MENENGAH, 2135.
- Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 203. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.246>
- Rahman, A. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Jakarta: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Riel, A., Tichkiewitch, S., & Paris, H. (2015). Preparing Researchers for Entrepreneurship based on Systematic Innovation Training, 131, 933–940. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2015.12.405>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology*, 61(xxxx), 101860. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860>
- Sahab, A. (2018). *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik Dengan SPSS*. Surabaya: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Sanaky, H. A. H. (2013). *Media Pembelajaran Interaktif-Inovatif: Buku Bacaan Wajib Bagi Guru, Dosen, dan Calon Pendidik*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara.
- Santoso, S. (2009). *Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS 17*. Jakarta: Media Elex Komputindo.
- Shaouf, A., Lü, K., & Li, X. (2016). Computers in Human Behavior The effect of web advertising visual design on online purchase intention : An examination across gender. *Computers in Human Behavior*, 60, 622–634. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.090>

- Strelan, P., Osborn, A., & Palmer, E. (2020). The flipped classroom: A meta-analysis of effects on student performance across disciplines and education levels. *Educational Research Review*, 30(March), 100314.
<https://doi.org/10.1016/j.edurev.2020.100314>
- Sudiyati; Rustono; Supriyanto, T. (2016). Pengembangan Buku Panduan Motivatif Yang Berbantuan Audio Dalam Pembelajaran Menulis Cerita Pendek Yang Berbasis Pendidikan Kewirausahaan. *Lingua*, 12(1), 63–72.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Supranto, J. (2009). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Mahameru.
- Susilana, Rudi; Riyana, C. (2009). *Media Pembelajaran Hakikat, Pengembangan, Pemanfaatan, dan Penilaian*. Bandung: CV Wacana Prima.
- Tarigan, H.G.; Tarigan, D. (1986). *Telaah Buku Teks Bahasa Indonesia*. Bandung: Bandung Angkasa.
- Triadi, Dendy; Bharata, A. S. (2010). *Ayo Bikin Iklan: Memahami Teori dan Praktek Iklan Media Lini Bawah*. Jakarta: Media Elex Komputindo.
- Utami, W. F. (2018). Pengembangan Media Booklet Teknik Kaitan Untuk Siswa Kelas X SMKN1 Saptosari Gunung Kidul. Yogyakarta: UNY.
- Widoyoko, E. P. (2012). *Tehnik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Wulandari, N. N. T. M., & Supriyadi. (2017). Orangtua dengan Anak Berkebutuhan Khusus pada Sekolah Luar Biasa (SLB) di Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(2), 347–356.
- Yaumi, M. (2018). *Media dan Teknologi Pembelajaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Zarman, W. (2020). *Pendidikan IPA Berlandaskan Nilai Keimanan Konsep dan Model Penerapannya*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.
- Zhang, S., Pauwels, K., & Peng, C. (2019). ScienceDirect The Impact of Adding Online-to-Offline Service Platform Channels on Firms' Offline and Total Sales and Profits. *Journal of Interactive Marketing*, 47, 115–128.
<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2019.03.001>