



Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi

ISSN-e 2502-275X

Vol. 9, No. 1, Februari 2024, Hal: 784-791. Doi: <https://doi.org/10.36709/jopspe>

Available Online at <https://jopspe.uho.ac.id/>

PERANAN LABORATORIUM PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KETERAMPILAN SISWA JURUSAN PEMASARAN SMK NEGERI 1 KENDARI

Delima Puji¹⁾, Abdullah Igo BD^{2)*}, Edy Karno³⁾

Program Studi/Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Halu Oleo, Alamat Jln. H.E.A Mokodompit Kampus Hijau Bumi Tridharma Anduonohu, Kota Kendari, Indonesia.

Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Peranan Laboratorium Pemasaran Dalam Meningkatkan Keterampilan Siswa Jurusan Pemasaran SMK Negeri 1 Kendari. Penelitian ini dilaksanakan di SMK Negeri 1 Kendari. Jenis penelitian ini adalah Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan kunci pada penelitian ini yaitu kepala laboratorium pemasaran dan informan pendukung yaitu kepala sekolah, guru jurusan pemasaran serta siswa jurusan pemasarn SMK Negeri 1 Kendari. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah obeservasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa laboratorium pemasaran sangat berperan dalam meningkatkan keterampilan siswa Jurusan Pemasaran SMK Negeri 1 Kendari. Sehingga dapat disimpulkan bahwa laboratorium pemasaran sangat berperan penting dalam meningkatkan keterampilan siswa jurusan pemasaran SMK Negeri 1 Kendari diantaranya siswa dapat mengoperasikan mesin-mesin bisnis seperti mesin cash register, timbangan digital, membuat desain produk, dan mempromosikan produk baik secara offline Maupun online dengan desain yang telah dibuat.

Kata Kunci: Labolatorium Pemasaran, Keterampilan Siswa

Abstract

The purpose of this study was to determine the role of the Marketing Laboratory in improving the skills of students of the Marketing Department of SMK Negeri 1 Kendari. This research was conducted at SMK Negeri 1 Kendari. This type of research is qualitative research with a descriptive approach. The key informant in this study is the head of the marketing laboratory and supporting informants are the principal, marketing department teachers and students of the marketing department of SMK Negeri 1 Kendari. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques used are data collection, data condensation, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that the marketing laboratory was very instrumental in improving the skills of students of the Marketing Department of SMK Negeri 1 Kendari. So it can be concluded that the marketing laboratory plays an important role in improving the skills of students majoring in marketing at SMK Negeri 1 Kendari, including students being able to operate business machines such as cash register machines, digital scales, create product designs, and promote products both offline and online with designs that have been made.

Keywords: Marketing Laboratory, Student Skills

PENDAHULUAN

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat, bangsa dan negara (UU SISDIKNAS No.20 Tahun 2003).

Pendidikan merupakan sarana untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Manusia akan memperoleh banyak bekal ilmu dan pengetahuan yang bisa diaplikasikan dalam kehidupan melalui pendidikan. Pendidikan juga merupakan salah satu kunci kemajuan, semakin baik kualitas pendidikan yang diselenggarakan oleh suatu bangsa, maka akan diikuti dengan semakin baiknya kualitas bangsa tersebut.

* Korespondensi Penulis. E-mail: abdullah.igo@uho.ac.id

Di Indonesia pendidikan sangat diutamakan, karena pendidikan memiliki peranan yang sangat penting terhadap terwujudnya peradaban bangsa yang bermartabat. Begitu pentingnya pendidikan, sehingga tujuan pendidikan telah diatur dengan jelas dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional, yakni Nomor 20 tahun 2003 pasal 3 “wajib belajar merupakan tanggung jawab negara yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan pemerintah”.

Pendidikan di Indonesia dibagi menjadi 3 (tiga) jalur, yaitu pendidikan formal, pendidikan informal dan pendidikan nonformal. Menurut UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 15, “Jenis pendidikan mencakup pendidikan umum, kejuruan, akademik, profesi, vokasi, keagamaan dan khusus”. Salah satu jenis pendidikan sekolah menengah yang beberapa tahun terakhir mendapat sorotan dan perhatian khusus baik dari pemerintah maupun masyarakat secara umum adalah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah salah satu bentuk satuan pendidikan formal yang menyelenggarakan pendidikan kejuruan pada jenjang pendidikan menengah sebagai lanjutan dari SMP/MTs atau bentuk lain yang sederajat atau lanjutan dari hasil belajar yang diakui sama/setara SMP/MTs.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) disebutkan dalam Penjelasan Atas UU RI No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 15 mengenai pengertian Pendidikan Kejuruan, “Pendidikan Kejuruan merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu”. Pengertian tersebut berarti bahwa pendidikan pada jenjang ini harus mampu menghasilkan siswa dengan kemampuan menengah sebagai tenaga kerja, sehingga jelas pendidikan kejuruan tidak hanya memberikan teori-teori sesuai dengan spesialisasi, namun juga memerlukan tempat khusus sebagai sarana mengaplikasikan teori yang telah siswa dapatkan di kelas.

Laboratorium merupakan salah satu sarana penunjang kegiatan pembelajaran yang berfungsi untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan siswa dengan adanya kegiatan praktik. Pendidikan yang efektif adalah pendidikan yang mampu memfasilitasi peserta didik secara maksimal sehingga mampu berkontribusi positif untuk perkembangan serta pembangunan nasional. Salah satu komponen pendidikan yang wajib ada dalam pendidikan yaitu sarana dan prasarana. Menurut Barnawi dan M. Arifin (2012) sarana pendidikan mencakup semua peralatan dan perlengkapan yang secara langsung menunjang proses pendidikan sedangkan prasarana pendidikan mencakup semua peralatan dan perlengkapan yang secara tidak langsung menunjang proses pendidikan. Oleh karena itu sarana dan prasarana pendidikan merupakan faktor yang wajib ada karena sangat penting dimanfaatkan untuk mengoptimalkan kegiatan belajar mengajar.

Selain laboratorium yang berada di lingkungan sekolah sebagai miniatur dunia kerja yang sesungguhnya, diperlukan juga kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri sebagai langkah awal pengenalan siswa terhadap dunia kerja yang sesungguhnya. Hal ini akan sangat menunjang keberhasilan tujuan yang hendak dicapai dari sekolah menengah kejuruan. Kerjasama antara institusi pendidikan dengan dunia kerja inilah yang selanjutnya disebut dengan Pendidikan Sistem Ganda.

Pendidikan Sistem Ganda (PSG) adalah suatu bentuk penyelenggaraan pendidikan keahlian kejuruan yang memadukan secara sistematis dan sinkron program pendidikan di sekolah menengah kejuruan dengan program penguasaan keahlian yang diperoleh melalui bekerja langsung pada pekerjaan sesungguhnya di institusi pasangan, terarah untuk mencapai suatu tingkat keahlian profesional tertentu (Menurut Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia Nomor 323/U/1997 pasal 1 ayat 1).

Pendidikan Sistem Ganda merupakan suatu kombinasi antara penyelenggaraan pembelajaran di sekolah (SMK) dengan penyelenggaraan praktek kerja industri di institusi kerja pasangan (perusahaan; jasa, dagang, industri), secara sinkron dan sistematis yang bertujuan menghantarkan siswa pada penguasaan kemampuan kerja tertentu, atau dengan kata lain PSG merupakan program pendidikan dan pelatihan yang diselenggarakan di sekolah dalam hal ini adalah SMK dan dunia kerja, sehingga menjadi lulusan yang berkemampuan dan memiliki keterampilan sesuai yang diharapkan.

SMKN 1 Kendari merupakan sekolah kejuruan yang cukup banyak diminati, sekolah yang didirikan pada tahun 1963 ini, telah berkembang menjadi sekolah yang baik sampai sekarang. SMKN 1 sendiri mempunyai 4 (empat) program studi keahlian yaitu: 1). Akuntansi dan keuangan 2). Bisnis dan pemasaran 3). Manajemen perkantoran dan yang terakhir adalah 4). Teknik komputer dan jaringan (TKJ), hal inilah yang menjadi keunggulan tersendiri bagi sekolah tersebut.

SMK Negeri 1 Kendari berusaha menyediakan sarana praktik yang memadai seperti laboratorium, sehingga kegiatan praktik berjalan secara optimal. Fungsi dari adanya laboratorium adalah sebagai sarana praktik siswa dalam menerapkan teori yang telah diperoleh di dalam kelas, juga untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam menghadapi Praktik Kerja Lapangan (PKL). Laboratorium Pemasaran SMK Negeri 1 Kendari merupakan laboratorium jurusan pemasaran yang berdiri sejak didirikannya SMK Negeri 1 Kendari yaitu pada tahun 1963 yang tujuannya digunakan sebagai media pembelajaran khususnya pada beberapa mata pelajaran yang ada di jurusan pemasaran agar lebih memudahkan siswa dalam belajar dan mengasah keterampilan siswa. Penggunaan laboratorium pemasaran berperan penting dalam kegiatan yang terdapat di dalam mata diklat produktif pemasaran. Mata diklat produktif merupakan mata diklat yang diberikan untuk membekali siswa sehingga diharapkan setiap siswa dapat memiliki keterampilan kerja sesuai dengan program keahlian masing-masing. Pengembangan keterampilan di sekolah dapat dilakukan melalui unit-unit produksi sesuai dengan jurusannya masing-masing. SMK N 1 Kendari merupakan salah satu institusi pendidikan yang mempunyai laboratorium sebagai sarana penunjang pembelajaran. Salah satu laboratorium yang ada di SMK N 1 Kendari adalah Laboratorium Pemasaran yang digunakan saat praktek pada beberapa mata pelajaran yang ada di jurusan pemasaran, sehingga siswa khususnya jurusan pemasaran dapat mengerti dan memahami mata pelajaran atau ilmu pengetahuan yang bersifat abstrak sehingga menjadi bersifat konkrit atau nyata serta dapat meningkatkan keterampilan dan keahlian dalam menggunakan peralatan yang tersedia pada laboratorium.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian yang berjudul Peranan Laboratorium Pemasaran Dalam Meningkatkan Keterampilan Siswa Jurusan Pemasaran SMK Negeri 1 Kendari. Dengan rumusan masalah yaitu Bagaimana Peranan Laboratorium Pemasaran Dalam Meningkatkan Keterampilan Siswa Jurusan Pemasaran SMK Negeri 1 Kendari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Peneliti menggunakan metode ini untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena individu atau kelompok, peristiwa, dinamika sosial, sikap, keyakinan, dan persepsi. Oleh karena itu, proses penelitian pendekatan kualitatif dimulai dengan pengembangan asumsi-asumsi dasar. Kemudian dikaitkan dengan kaidah-kaidah pemikiran yang digunakan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan dalam survei kemudian diinterpretasikan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Peranan Laboratorium Pemasaran Dalam Meningkatkan Keterampilan

Siswa Jurusan Pemasaran SMK Negeri 1 Kendari. Penelitian ini pada SMK Negeri 1 Kendari, yang beralamat di Jl. Jend. Ahmad Yani No. 17, Bende, Kec, Kadia, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. Sedangkan waktu penelitian dilakukan setelah proposal ini diseminarkan dan telah disetujui oleh tim penguji.

Menurut Meolong (2006:32), Informan adalah orang yang memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi latar penelitian yang memberikan pandangan yang menjadi latar penelitian tersebut. Metode penentuan informan yang dilakukan peneliti adalah metode purposive sampling (berdasarkan tujuan). Metode ini dilakukan dengan cara memilih orang-orang yang bersangkutan oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel tersebut. Menurut Sugiyono (2006:54). Metode purposive sampling adalah pengambilan sumber data dengan pertimbangan, misalnya orang yang di anggap paling tahu sehingga akan mempermudah peneliti untuk menjelajahi objek atau situasi sosial. Adapun informan pada penelitian ini ialah penanggung jawab laboratorium pemasaran SMK Negeri 1 Kendari, 3 Guru jurusan pemasaran, 2 siswa jurusan pemasaran, Serta Kepala Sekolah SMK Negeri 1 Kendari.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi yakni dengan mengamati secara langsung guna memperoleh gambaran tentang bagaimana peranan laboratorium pemasaran dalam meningkatkan keterampilan siswa jurusan pemasaran SMK Negeri 1 Kendari. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara lisan dan langsung (bertatap muka) dengan informan yang ditunjang oleh pedoman wawancara, dan Dokumentasi, yakni dalam pengumpulan data melalui tertulis (dokumen-dokumen), gambaran lokasi serta bukti foto-foto saat melakukan wawancara dengan subjek dan informan penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi digunakan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan penelitian sebagai kelengkapan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis menurut Miles, Huberman dan Saldana (2014:10) menyebutkan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan interaktif model dari Huberman, dan Saldana (2014), yang menerapkan empat (4) langkah yaitu: pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini melalui wawancara secara langsung dengan informan yaitu penanggung jawab laboratorium pemasaran SMK Negeri 1 Kendari, 3 Guru jurusan pemasaran, 2 siswa jurusan pemasaran, Serta Kepala Sekolah SMK Negeri 1 Kendari. Selain itu penelitian memperoleh data dokumentasi. Wawancara serta observasi dilakukan untuk memperoleh data mengenai peranan laboratorium pemasaran, meningkatkan keterampilan siswa jurusan pemasaran serta kekurangan dan harapan untuk laboratorium pemasaran SMK Negeri 1 Kendari kedepannya.

Laboratorium Pemasaran SMKN 1 Kendari merupakan laboratorium jurusan pemasaran yang berdiri sejak didirikannya SMKN 1 Kendari yaitu pada tahun 1963 yang tujuannya digunakan sebagai media pembelajaran khususnya pada beberapa mata pelajaran yang ada di jurusan pemasaran agar lebih memudahkan siswa dalam belajar dan mengasah keterampilan siswa. Berikut beberapa peralatan yang ada di laboratorium pemasaran:

Tabel 1 Peralatan di Laboratorium Pemasaran

Peralatan Laboratorium	Jumlah (Unit)
Komputer PC	16
Komputer kasir	3
Timbangan digital	3
Infokus	1
Kursi kasir	6
Meja kasir	6
Lemari etalase	1
Wifi	1
Mesin EDC	1
Server	1
Jumlah	39

Laboratorium pemasaran SMK Negeri 1 Kendari sangat berperan penting, utamanya pada jurusan pemasaran, karena dengan adanya laboratorium pemasaran dapat meningkatkan pengetahuan juga keterampilan siswa. Selain itu kurikulum SMKN 1 Kendari juga 70% adalah praktek, oleh karena itu peranan laboratorium pemasaran ini sangat besar dalam berjalannya proses belajar mengajar serta meningkatkan keterampilan siswa.

Senada dengan pernyataan Amalia Dkk (2016) "Laboratorium pemasaran adalah sarana dan tempat untuk menunjang proses pembelajaran". Oleh karena itu kita harus memanfaatkan sebaik mungkin sarana tersebut agar menunjang dengan baik proses pembelajaran.

Laboratorium pemasaran memiliki peranan sangat penting bagi proses pembelajaran karena dibantu oleh alat-alat atau mesin-mesin praktek yang mendukung proses pembelajaran, Dan karena kurikulum SMK Negeri 1 Kendari merupakan kurikulum yang 70% nya adalah praktek maka akan sangat membantu dalam proses pembelajaran yang akan meningkatkan keterampilan siswa. Laboratorium memiliki banyak fungsi yang akan menunjang peranan laboratorium salah satunya sebagai sarana pelaksana praktik dari teori yang dipelajari di kelas. Hal itu dapat membantu dalam proses belajar siswa dan membawa keterampilan tersendiri bagi siswa seperti dapat mengoperasikan mesin *cash register* mengoperasikan timbangan digital, membuat desain produk, menata produk dan masih banyak lagi.

Dengan adanya laboratorium pemasaran sangat membantu siswa, utamanya di dalam mengoperasikan mesin-mesin bisnis, karena selain belajar teori siswa juga dapat praktek langsung di laboratorium pemasaran. Sehingga mempermudah proses pembelajaran. Mempermudah guru dalam mengajarkan teori dan mempermudah siswa menangkap materi yang diajarkan karena bisa langsung praktek.

Laboratorium pemasaran sangat membantu dalam proses pembelajaran, baik bagi guru maupun siswa. Selain itu laboratorium pemasaran juga sangat membantu siswa dalam menciptakan ide-ide kreatif, atau mengasah keterampilan siswa.

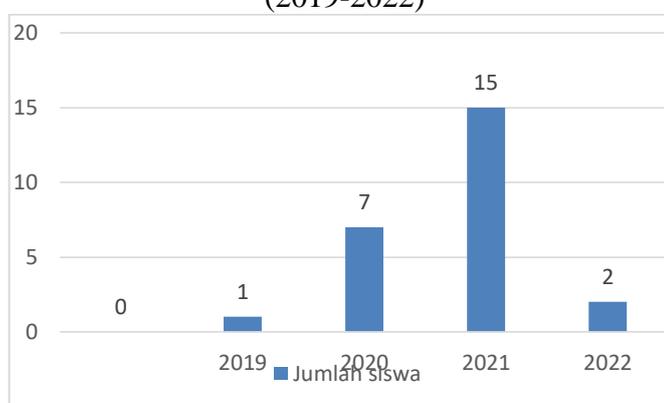
Hal ini senada dengan pernyataan Gordon (1994: 55) keterampilan merupakan kemampuan untuk mengoperasikan pekerjaan secara mudah dan cermat. Hal itu didukung oleh pendapat Dunnette (1976: 33) yang mendefinisikan keterampilan sebagai kapasitas yang dibutuhkan untuk melaksanakan beberapa tugas yang merupakan pengembangan dari hasil latihan dan pengalaman yang didapat.

Laboratorium sebagai sarana praktek dari teori yang dipelajari di kelas. Hal tersebut dapat meningkatkan keterampilan yang dimiliki siswa seperti mampu mengoperasikan mesin bisnis, mendesain produk dan masih banyak lagi. Dengan memanfaatkan peralatan yang ada

pada laboratorium pemasaran, akan memperluas wawasan, ide kreatif atau keterampilan pada siswa. Laboratorium pemasaran sangat menunjang keterampilan siswa utamanya dibidang mengoperasikan mesin-mesin bisnis, membuat desain produk, serta mempromosikan produk secara *online* maupun *offline*. Itulah yang menjadi keterampilan tersendiri bagi siswa dengan adanya laboratorium ini.

Peranan laboratorium dapat meningkatkan keterampilan siswa sehingga dengan meningkatnya keterampilan yang diperoleh oleh siswa dapat diimplementasikan dalam dunia kerja. Keterampilan yang diperoleh siswa dengan adanya laboratorium pemasaran diantaranya ialah siswa dapat mengoperasikan komputer kasir, atau mesin *cash register*, timbangan digital, mendesain produk, membuat *costumer journey*, serta dapat mempromosikan produk baik secara *online* maupun *offline* berdasarkan desain produk yang dibuat. Berikut merupakan data siswa jurusan pemasaran SMKN 1 Kendari yang terserap di dunia kerja:

Gambar 2 Jumlah Siswa Jurusan Pemasaran SMKN 1 Kendari Yang Terserap di Dunia Kerja (2019-2022)



Sumber : SMKN 1 Kendari (data diolah)

Dari gambar diatas, berdasarkan data yang diambil langsung di SMK Negeri 1 Kendari, terlihat pada tahun 2021 jumlah siswa yang terserap di dunia kerja sebanyak 15 orang, sedangkan pada tahun 2020 hanya sebanyak 7 orang serta tahun 2022 terdapat 2 orang yang terserap di dunia kerja sedangkan pada tahun 2019 terdapat 1 orang yang terdata telah bekerja.

Pembahasan

Laboratorium pemasaran SMK Negeri 1 kendari sangat berperan penting, utamanya pada jurusan pemasaran, karena dengan adanya laboratorium pemasaran dapat meningkatkan pengetahuan juga keterampilan siswa. Selain itu kurikulum SMKN 1 Kendari juga 70% adalah praktek, oleh karena itu peranan laboratorium pemasaran ini sangat besar dalam berjalannya proses belajar mengajar serta meningkatkan keterampilan siswa. Laboratorium memiliki banyak fungsi yang akan menunjang peranan laboratorium salah satunya sebagai sarana pelaksana praktik dari teori yang dipelajari di kelas. Hal itu dapat membantu dalam proses belajar siswa dan membawa keterampilan tersendiri bagi siswa seperti dapat mengoperasikan mesin *cash register* mengoperasikan timbangan digital, membuat desain produk, menata produk dan masih banyak lagi.

Dengan adanya laboratorium pemasaran sangat membantu siswa, utamanya di dalam mengoperasikan mesin-mesin bisnis, karena selain belajar teori siswa juga dapat praktek langsung di laboratorium pemasaran. Sehingga mempermudah proses pembelajaran. Mempermudah guru dalam mengajarkan teori dan mempermudah siswa menangkap materi

yang diajarkan karena bisa langsung praktek. Hal ini Senada dengan pernyataan Amalia Dkk (2016), Laboratorium pemasaran adalah sarana dan tempat untuk menunjang proses pembelajaran. Oleh karena itu kita harus memanfaatkan sebaik mungkin sarana tersebut agar menunjang dengan baik proses pembelajaran.

Laboratorium sebagai sarana praktek dari teori yang dipelajari di kelas. Hal tersebut dapat meningkatkan keterampilan yang dimiliki siswa seperti mampu mengoperasikan mesin bisnis, mendesain produk dan masih banyak lagi. Dengan memanfaatkan peralatan yang ada pada laboratorium pemasaran, akan memperluas wawasan, ide kreatif atau keterampilan pada siswa. Laboratorium pemasaran sangat menunjang keterampilan siswa utamanya dibidang mengoperasikan mesin-mesin bisnis, membuat desain produk, serta mempromosikan produk secara *online* maupun *offline*. Itulah yang menjadi keterampilan tersendiri bagi siswa dengan adanya laboratorium ini. Hal ini senada dengan pernyataan Gordon (1994: 55) keterampilan merupakan kemampuan untuk mengoprasikan pekerjaan secara mudah dan cermat. Hal itu didukung oleh pendapat Dunnette (1976: 33) yang mendefinisikan keterampilan sebagai kapasitas yang dibutuhkan untuk melaksanakan beberapa tugas yang merupakan pengembangan dari hasil latihan dan pengalaman yang didapat.

Berbekal dari ilmu yang didapatkan semasa sekolah, banyak alumni SMK Negeri 1 Kendari yang terserap didunia kerja diantaranya pada tahun 2019 terdapat 1 orang yang terdata telah bekerja, sedangkan pada tahun 2020 hanya sebanyak 7 orang serta pada tahun 2021 jumlah siswa yang terserap di dunia kerja sebanyak 15 orang, sedangkan tahun 2022 terdapat 2 orang yang terserap di dunia kerja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan informan yaitu penanggung jawab laboratorium, bapak kepala sekolah, tiga orang guru jurusan pemasaran, serta dua orang siswa jurusan pemasaran SMK Negeri 1 Kendari, maka diperoleh data yang dapat disimpulkan bahwa Laboratorium pemasaran SMK Negeri 1 Kendari sangat berperan penting Sebagai Media Pembelajaran, Sebagai sarana praktek, dan Sebagai tempat untuk berlatih mengembangkan keterampilan siswa. Kemudian dengan adanya laboratorium pemasaran dapat meningkatkan keterampilan siswa Dapat mengoperasikan mesin-mesin bisnis Seperti mesin *cash register*, timbangan *digital*, dan sebagainya, Dapat mendesain produk sehingga membuat produk terlihat menarik untuk dibeli, dan Dapat mempromosikan produk baik secara *offline* maupun *online*. Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti mengajukan saran yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan, yaitu Sebaiknya agar menambah jumlah peralatan yang ada laboratorium pemasaran, dan mengingat jumlah siswa yang bertambah setiap tahunnya. Sebaiknya agar menambah kecepatan internet *wifi* yang ada pada laboratorium pemasaran, sehingga siswa akan lebih mudah mengakses internet saat melakukan praktek di laboratorium pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. & Tantri, F. (2012) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Amalia, S. (2017). *Peran Laboratorium Pemasaran Dalam Menunjang Kesiapan Siswa Melaksanakan Praktik Kerja Lapangan*. hal 11.
- Dewi. (2014). *Strategi Pemasaran Alumni SMK Untuk Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja*. Makassar: Tesis Pasca Sarjana UNM.
- Ema, H., (2002). *Pedoman Penggunaan Laboratorium Sekolah*. Bandung: PT Remaja Roesda Karya.

- Irianto, A. (2011). *Pendidikan sebagai Investasi dalam Pembangunan Suatu Bangsa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kusno., (2013). *Media dan Laboratorium Perspektif Teknologi Pembelajaran*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan UNY..
- Moleong. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Roesdakarya.
- Ni Luh Putu K. (2016). *Peranan Laboratorium Pendidikan Untuk Menunjang Proses Perkuliahan Jurusan Keperawatan Gigi Poltekkes Denpasar*. vol.4 no.2 hal 63.
- Sudirta, I.G. (2006). *Partisipasi Dunia Usaha Dan Dunia Industri Dalam Pendidikan Kejuaruan Studii Pada Pelaksanaan Parktik Industri SMK Negeri di Provinsi Bali Bidang Keahlian Tata Busana*. Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran IKIP Negeri singlaraja. no. 2. hal 395-407.
- Sumiati dan Arsa. (2009). *Metode Pembelajaran*. Bandung: Wacana Prima.
- Tjokrodiharjo, Soegijo. (1993). *Organisasi dan Manajemen Laboratorium Pendidikan*. Surabaya: Uni Press
- Wijaya. (2012). *Pemasran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat.