
Pemanfaatan Multimedia Dalam Simulasi Bisnis Sederhana Untuk Analisis Strategi Dan Pengembangan Konten Pemasaran Edukatif

Raden Aris Sugianto¹⁾, Sri Wahyuni²⁾

1) Sistem dan Teknologi Informasi, Fakultas Saintek, Institut Teknologi Sawit Indonesia

2) Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Dharmawangsa

*Corresponding Email: sriwahyuni15jun@dharmawangsa.ac.id

Ringkasan - Multimedia semakin berperan penting dalam pembelajaran bisnis dan kewirausahaan karena mampu mengintegrasikan visual, audio dan interaksi dalam satu sistem pembelajaran yang aplikatif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan multimedia dalam simulasi bisnis sederhana sebagai sarana untuk memahami strategi bisnis dasar, strategi edukasi serta pembuatan konten pemasaran yang efektif. Metode yang digunakan adalah studi literatur dan analisis konseptual terhadap praktik pembelajaran berbasis simulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa multimedia mendukung pemahaman strategis melalui visualisasi proses bisnis, pengambilan keputusan simulatif dan pengembangan konten pemasaran berbasis edukasi. Pendekatan ini efektif untuk meningkatkan keterampilan analitis, kreatif dan praktis peserta didik.

Kata Kunci : Multimedia, Simulasi Bisnis, Strategi Bisnis, Strategi Edukasi, Konten Pemasaran.

Summary - Multimedia plays an increasingly important role in business and entrepreneurship education because it integrates visual elements, audio and interaction into a single, practical learning system. This study aims to analyze the use of multimedia in simple business simulations as a means to understand basic business strategies, educational strategies and the development of effective marketing content. The method applied is a literature review combined with conceptual analysis of simulation-based learning practices. The findings indicate that multimedia supports strategic understanding through the visualization of business processes, simulated decision-making and the development of education-oriented marketing content. This approach is effective in enhancing learners' analytical, creative and practical skills.

Keywords : Multimedia, Business Simulation, Business Strategy, Educational Strategy, Marketing Content.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam proses pembelajaran bisnis dan kewirausahaan. Pendekatan pembelajaran konvensional



yang masih berfokus pada ceramah dan materi tekstual dinilai kurang mampu membekali peserta didik dengan keterampilan yang dibutuhkan dalam menghadapi dinamika dunia bisnis yang kompleks dan terus berubah. Oleh karena itu, diperlukan metode pembelajaran yang lebih interaktif, kontekstual dan berorientasi pada praktik. Dalam konteks ini, multimedia menjadi salah satu elemen penting dalam pembelajaran bisnis modern. Multimedia mengintegrasikan teks, gambar, audio, video, animasi serta interaksi pengguna untuk menyampaikan materi pembelajaran secara lebih menarik dan bermakna (Salonen dkk., 2024). Dalam pembelajaran bisnis dan kewirausahaan, multimedia memungkinkan konsep-konsep yang bersifat abstrak, seperti dinamika pasar, struktur biaya, penciptaan nilai dan perilaku konsumen, disajikan secara lebih jelas melalui visualisasi dan simulasi. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip pembelajaran berbasis pengalaman di mana peserta didik membangun pemahaman melalui keterlibatan aktif dalam proses pengambilan keputusan.

Salah satu bentuk penerapan multimedia dalam pembelajaran bisnis adalah simulasi bisnis sederhana. Melalui simulasi ini, peserta didik dapat mencoba dan mengevaluasi strategi bisnis dasar seperti penetapan harga, strategi promosi dan pengelolaan sumber daya, dalam lingkungan yang aman tanpa risiko nyata. Dukungan multimedia dalam simulasi bisnis memungkinkan peserta didik melihat secara langsung dampak dari setiap keputusan yang diambil, sehingga membantu mengembangkan kemampuan berpikir strategis dan analitis. Selain mendukung analisis strategi bisnis, multimedia juga berperan penting dalam strategi edukasi dan pembuatan konten pemasaran. Dalam era ekonomi digital, pemasaran tidak hanya bertujuan untuk menjual produk, tetapi juga untuk memberikan edukasi kepada konsumen melalui konten yang informatif dan bernilai. Dengan memanfaatkan multimedia, peserta didik dapat berlatih merancang konten pemasaran yang menarik secara visual sekaligus edukatif, sehingga mampu meningkatkan kemampuan komunikasi, kreativitas dan pemahaman strategi pemasaran digital (Sutrisno dkk., 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis pemanfaatan multimedia dalam simulasi bisnis sederhana sebagai sarana pembelajaran

untuk memahami strategi bisnis dasar, strategi edukasi serta pembuatan konten pemasaran yang efektif. Melalui kajian literatur dan analisis konseptual, artikel ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai peran multimedia dalam meningkatkan keterampilan analitis, kreatif dan praktis peserta didik dalam bidang bisnis dan kewirausahaan.

Selain itu tuntutan dunia kerja dan kewirausahaan saat ini semakin menekankan kemampuan adaptasi, pemecahan masalah serta pengambilan keputusan berbasis data. Peserta didik tidak hanya diharapkan memahami konsep bisnis secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam situasi yang menyerupai kondisi nyata. Multimedia berbasis simulasi memberikan ruang bagi peserta didik untuk menghadapi berbagai skenario bisnis, menganalisis alternatif strategi dan mengevaluasi hasil keputusan secara sistematis. Proses ini memperkuat keterkaitan antara teori dan praktik dalam pembelajaran bisnis. Dari perspektif pedagogis, penggunaan multimedia dalam simulasi bisnis juga mendukung pembelajaran yang berpusat pada peserta didik. Interaksi yang dihadirkan melalui simulasi mendorong keterlibatan aktif, refleksi dan pembelajaran mandiri. Peserta didik dapat mengulang proses simulasi, membandingkan hasil strategi yang berbeda, serta belajar dari kesalahan tanpa konsekuensi nyata. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan diri dan kesiapan dalam menghadapi tantangan bisnis sesungguhnya (Porter, t.t.).

Lebih lanjut integrasi multimedia dengan simulasi bisnis membuka peluang pembelajaran lintas kompetensi. Selain memahami strategi bisnis dasar, peserta didik juga dilatih untuk mengembangkan kemampuan komunikasi dan pemasaran melalui pembuatan konten berbasis multimedia. Aktivitas ini menuntut peserta didik untuk menerjemahkan strategi bisnis ke dalam pesan visual dan naratif yang mudah dipahami oleh audiens. Dengan demikian pembelajaran tidak hanya berfokus pada aspek analitis, tetapi juga pada kemampuan kreatif dan strategis yang saling melengkapi. Dengan mempertimbangkan berbagai potensi tersebut, kajian mengenai pemanfaatan multimedia dalam simulasi bisnis sederhana menjadi relevan untuk dikembangkan. Pendekatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan efektivitas pembelajaran

bisnis dan kewirausahaan, tetapi juga memberikan dasar konseptual bagi pengembangan model pembelajaran yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pendidikan di era digital (*FullBookDigitalLearning*, t.t.).

KAJIAN TEORI

1. Teori Pembelajaran Multimedia

Multimedia learning menjelaskan bagaimana kombinasi kata, gambar (visual + auditori) dapat memperkuat pemrosesan kognitif dan meningkatkan pemahaman serta retensi (Mayer & Fiorella, 2021). Prinsip-prinsip inti seperti *dual channel processing*, konten terorganisir serta prinsip signaling telah diperbarui dan diuji ulang dalam literatur terkini, menunjukkan relevansi kuat untuk desain modul pembelajaran digital. Implementasi prinsip-prinsip ini mendorong desain bahan ajar yang meminimalkan beban kognitif dan memaksimalkan transfer pengetahuan (Mayer, 2024).

2. Teori Simulasi dalam Pendidikan (*Simulation Based Learning*)

Simulasi pendidikan merepresentasikan sistem nyata sehingga peserta belajar melalui eksperimen dan refleksi tanpa risiko nyata (Rosário & Raimundo, 2024). Bukti empiris terbaru menunjukkan bahwa simulasi termasuk yang diperkaya multimedia memperkuat keterampilan pengambilan keputusan, analitis dan kemampuan *teamwork* pada mahasiswa bisnis. Beberapa studi longitudinal dan meta analisis baru menegaskan validitas *sim based learning* untuk berbagai format pengajaran (*tatap muka, daring dan hybrid*) (Kilburn dkk., t.t.).

3. Teori Strategi Bisnis Sederhana dan Visualisasi Keputusan

Teori strategi bisnis dasar (pilihan produk, harga, promosi, distribusi) tetap mengandalkan model sebab akibat yang menjadi bahan uji dalam simulasi. Multimedia memungkinkan visualisasi dinamika permintaan, *sensitivity analysis*, dan *outcome* finansial sehingga peserta didik dapat melihat dampak strategi secara cepat dan empiris. Studi terapan terbaru menilai bahwa penggabungan visualisasi interaktif dalam simulasi meningkatkan pemahaman hubungan strategi kinerja.

4. Teori Pembelajaran Berbasis Pengalaman dan Siklus Reflektif

Pendekatan *experiential learning* menggarisbawahi bahwa pengalaman konkret diikuti refleksi, generalisasi dan percobaan ulang memperkuat pembelajaran. Simulasi multimedia mendukung siklus ini: eksperimen (menjalankan skenario), pengumpulan data (visual/angka), refleksi (analisis hasil) dan iterasi (menyesuaikan strategi). Teori ini relevan untuk membentuk kompetensi analitis dan praktis peserta didik.

5. Teori dan Temuan pada Konten Pemasaran Edukatif (*Educational Content Marketing*)

Literatur pemasaran digital terbaru menekankan pentingnya konten yang bersifat edukatif tidak hanya promosi untuk membangun keterlibatan dan Kepercayaan pelanggan. Penelitian eksperimental dan studi kasus 2021–2024 menunjukkan bahwa konten yang relevan pada tahap perjalanan pelanggan meningkatkan engagement terutama bila disajikan melalui format multimedia (video singkat, infografik interaktif, microlearning). Integrasi pembuatan konten pemasaran ke dalam simulasi bisnis memberi peserta praktik menerjemahkan strategi ke pesan pemasaran yang dapat diukur dampaknya (Pickering dkk., 2024).

6. Temuan Penelitian Terdahulu yang Relevan (Ringkasan Empiris Terbaru)

Efektivitas multimedia dalam pembelajaran: studi tinjauan dan handbook terbaru mengonfirmasi bahwa aplikasi prinsip-prinsip Mayer meningkatkan hasil kognitif dibandingkan media non multimedia. Simulasi bisnis dan learning outcomes: penelitian kuantitatif multi-tahun menemukan konsistensi peningkatan kompetensi manajerial peserta pada berbagai format kelas (tatap muka, *online*, *hybrid*). Artikel 2025 melaporkan pengaruh gamified simulation (ERP & AI feedback) terhadap motivasi dan learning engagement mahasiswa kewirausahaan (Musyaffi dkk., 2025).

Konten pemasaran edukatif meningkatkan engagement: studi eksperimen 2024 menunjukkan relevansi waktu dan relevansi konten sebagai faktor kunci engagement pada B2B dan B2C (Salonen dkk., 2024b).

METODE PENELITIAN

1. Materi dan Subjek Penelitian

Materi penelitian berupa kajian ilmiah yang membahas pemanfaatan multimedia dalam simulasi bisnis sederhana, analisis strategi bisnis dasar, strategi edukasi serta pembuatan konten pemasaran edukatif. Subjek penelitian tidak berupa individu, melainkan dokumen ilmiah yang terdiri dari artikel jurnal, buku akademik dan prosiding konferensi yang relevan dengan topik penelitian dan dipublikasikan dalam lima tahun terakhir.

2. Alat Penelitian

Alat yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Basis data akademik daring seperti *Google Scholar*, *ERIC*, *ResearchGate* dan *ScienceDirect*.
- b. Perangkat lunak pengelola referensi untuk mengelompokkan dan menata sumber Pustaka.
- c. Lembar analisis literatur yang digunakan untuk mencatat konsep, variable dan temuan utama dari setiap sumber.

3. Rancangan Penelitian / Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain studi literatur sistematis dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Desain ini dipilih untuk mengidentifikasi, membandingkan dan mensintesis teori serta temuan empiris yang berkaitan dengan penggunaan multimedia dalam pembelajaran bisnis berbasis simulasi.

4. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling yaitu pemilihan sumber pustaka berdasarkan kriteria tertentu, meliputi:

- a. Relevansi dengan topik multimedia, simulasi bisnis dan pemasaran edukatif.
- b. Publikasi dalam rentang lima tahun terakhir.
- c. Ketersediaan teks lengkap (full text) yang dapat diakses dan diunduh.

5. Variabel Penelitian

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi:

- a. Multimedia pembelajaran sebagai media pendukung simulasi bisnis.
 - b. Simulasi bisnis sederhana sebagai model pembelajaran berbasis pengalaman.
 - c. Strategi bisnis dasar meliputi produk, harga, promosi dan distribusi.
 - d. Strategi edukasi terkait keterlibatan dan pengalaman belajar peserta didik.
 - e. Konten pemasaran edukatif sebagai hasil penerapan strategi bisnis dan multimedia.
6. Teknik Pengambilan Data
- Data dikumpulkan melalui penelusuran dan dokumentasi literatur dengan tahapan:
- a. Penentuan kata kunci penelitian.
 - b. Penyaringan awal berdasarkan judul dan abstrak.
 - c. Seleksi lanjutan berdasarkan kesesuaian isi dan kualitas sumber.
 - d. Pengumpulan data dari teks lengkap untuk dianalisis lebih lanjut.
7. Teknik Analisis Data
- Analisis data dilakukan menggunakan analisis isi (*content analysis*) dan analisis tematik. Setiap sumber dianalisis untuk mengidentifikasi konsep utama, hubungan antarvariabel serta pola temuan yang relevan dengan tujuan penelitian. Hasil analisis kemudian disintesis secara deskriptif untuk membangun pemahaman konseptual yang utuh.
8. Analisis dan Model Statistik
- Penelitian ini tidak menggunakan analisis statistik inferensial karena bersifat kualitatif. Analisis dilakukan secara deskriptif dan konseptual tanpa pengujian hipotesis kuantitatif. Model analisis yang digunakan berupa kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara multimedia, simulasi bisnis sederhana, strategi bisnis, strategi edukasi dan konten pemasaran edukatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis terhadap berbagai sumber literatur ilmiah yang relevan dalam lima tahun terakhir, diperoleh beberapa temuan utama terkait pemanfaatan multimedia dalam simulasi bisnis sederhana untuk pembelajaran strategi bisnis, strategi edukasi dan pembuatan konten pemasaran.

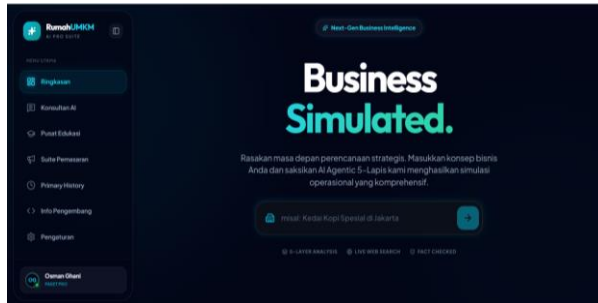


Pertama, hasil kajian menunjukkan bahwa penggunaan multimedia dalam simulasi bisnis mampu meningkatkan pemahaman konseptual peserta didik terhadap proses dan dinamika bisnis. Visualisasi melalui grafik interaktif, animasi alur bisnis serta simulasi berbasis skenario membantu peserta didik memahami hubungan sebab akibat antara keputusan strategis dan kinerja bisnis, seperti perubahan penjualan, laba dan respons pasar.

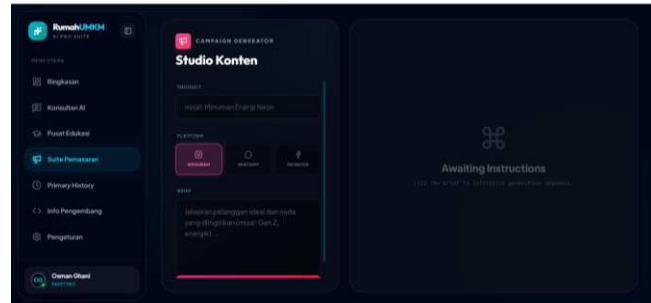
Kedua, simulasi bisnis sederhana yang didukung multimedia terbukti efektif sebagai sarana pembelajaran strategi bisnis dasar. Literatur yang dianalisis menunjukkan bahwa peserta didik lebih mudah memahami strategi produk, harga, promosi dan distribusi ketika strategi tersebut disajikan dalam bentuk simulasi interaktif dibandingkan dengan penjelasan teoritis semata. Simulasi memungkinkan peserta didik melakukan eksperimen strategi dan mengamati dampaknya secara langsung.

Ketiga, dari perspektif strategi edukasi, multimedia dalam simulasi bisnis mendorong pembelajaran yang berpusat pada peserta didik. Hasil kajian menunjukkan adanya peningkatan keterlibatan aktif, refleksi dan pembelajaran mandiri. Peserta didik dapat mengulang simulasi, membandingkan hasil berbagai Keputusan serta belajar dari kesalahan tanpa risiko nyata.

Keempat, hasil analisis juga menunjukkan bahwa multimedia berperan penting dalam pengembangan konten pemasaran edukatif. Melalui simulasi bisnis, peserta didik dilatih untuk merancang konten pemasaran berbasis multimedia seperti video pendek, infografik dan materi visual digital yang tidak hanya bersifat promosi tetapi juga memberikan nilai edukasi kepada audiens.



Gambar 1. Tampilan Utama



Gambar 2. Tampilan Menu



Gambar 3. Tampilan Kontak

2. Pembahasan

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa multimedia merupakan komponen kunci dalam meningkatkan efektivitas pembelajaran bisnis berbasis simulasi. Integrasi elemen visual, audio dan interaktif memungkinkan penyajian konsep bisnis yang kompleks menjadi lebih konkret dan mudah dipahami. Hal ini sejalan dengan teori pembelajaran multimedia yang menyatakan bahwa pemrosesan informasi melalui lebih dari satu saluran kognitif dapat meningkatkan pemahaman dan retensi pengetahuan. Efektivitas simulasi bisnis sederhana yang didukung multimedia juga dapat dijelaskan melalui pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman. Peserta didik tidak hanya menerima informasi, tetapi secara aktif terlibat dalam pengambilan keputusan dan evaluasi hasil. Proses ini

mendorong berkembangnya kemampuan berpikir strategis dan analitis, yang merupakan kompetensi penting dalam pendidikan bisnis dan kewirausahaan.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa multimedia tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu pembelajaran, tetapi juga sebagai sarana pengembangan keterampilan praktis. Pembuatan konten pemasaran edukatif dalam simulasi bisnis melatih peserta didik untuk mengintegrasikan pemahaman strategi bisnis dengan kemampuan komunikasi dan kreativitas. Pembahasan ini memperkuat pandangan bahwa pembelajaran bisnis modern perlu menggabungkan aspek analitis dan kreatif secara seimbang. Namun demikian, literatur yang dianalisis juga menekankan bahwa efektivitas multimedia sangat bergantung pada desain pembelajaran. Multimedia yang terlalu kompleks atau tidak relevan dengan tujuan pembelajaran dapat meningkatkan beban kognitif dan mengurangi efektivitas belajar. Oleh karena itu, perancangan simulasi bisnis berbasis multimedia perlu memperhatikan kesederhanaan, kejelasan tujuan, dan relevansi konteks bisnis yang digunakan.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan multimedia dalam simulasi bisnis sederhana merupakan pendekatan pembelajaran yang efektif dan relevan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman strategi bisnis dan edukasi tetapi juga membekali peserta didik dengan keterampilan praktis dalam pengembangan konten pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dunia bisnis digital.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa multimedia memiliki peran yang signifikan dalam mendukung pembelajaran bisnis dan kewirausahaan khususnya melalui penerapan simulasi bisnis sederhana. Integrasi elemen visual, audio dan interaktif memungkinkan peserta didik memahami konsep dan proses bisnis secara lebih konkret serta melihat secara langsung dampak dari setiap keputusan strategis yang diambil. Pemanfaatan multimedia dalam simulasi bisnis terbukti efektif dalam membantu pemahaman strategi bisnis dasar,

seperti strategi produk, harga, promosi dan distribusi. Melalui pendekatan ini, peserta didik tidak hanya mempelajari konsep secara teoritis, tetapi juga mengembangkan kemampuan berpikir strategis dan analitis melalui pengalaman belajar yang menyerupai situasi bisnis nyata. Hal ini menunjukkan bahwa simulasi berbasis multimedia mampu menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik dalam pembelajaran bisnis.

Selain itu, multimedia juga berkontribusi pada penguatan strategi edukasi yang berpusat pada peserta didik. Simulasi bisnis mendorong keterlibatan aktif, pembelajaran mandiri serta refleksi atas keputusan yang diambil sehingga proses belajar menjadi lebih bermakna. Di sisi lain, penggunaan multimedia dalam pembuatan konten pemasaran edukatif melatih peserta didik untuk mengintegrasikan pemahaman strategi bisnis dengan kemampuan komunikasi dan kreativitas yang sangat dibutuhkan dalam era pemasaran digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan multimedia dalam simulasi bisnis sederhana merupakan pendekatan pembelajaran yang relevan dan efektif untuk meningkatkan keterampilan analitis, kreatif dan praktis peserta didik. Pendekatan ini layak dipertimbangkan sebagai bagian dari pengembangan model pembelajaran bisnis dan kewirausahaan yang adaptif terhadap tuntutan dunia usaha dan perkembangan teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Kilburn, B., Kilburn, A., & Williams, D. (t.t.). *Business Simulation Validity Across Course Delivery Formats*.
- Mayer, R. E. (2024). The Past, Present, and Future of the Cognitive Theory of Multimedia Learning. *Educational Psychology Review*, 36(1), 8. <https://doi.org/10.1007/s10648-023-09842-1>
- Mayer, R. E., & Fiorella, L. (2021). Introduction to Multimedia Learning. Dalam R. E. Mayer & L. Fiorella (Ed.), *The Cambridge Handbook of Multimedia Learning* (3 ed., hlm. 3–16). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108894333.003>
- Musyaffi, A. M., Oli, M. C., Mentari, M., & Afriadi, B. (2025). Gamified online business simulation: Enhancing student motivation in entrepreneurship. *Journal of*



Education and Learning (EduLearn), 19(4), 2322–2331.

<https://doi.org/10.11591/edulearn.v19i4.22723>

Pickering, M., Jopp, R., Wheeler, M., & Topple, C. (2024). Authentic learning and job readiness: Are mixed-reality simulations effective tools for preparing business students for the real world? *Australasian Journal of Educational Technology*.
<https://doi.org/10.14742/ajet.9296>

Porter, M. E. (t.t.). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*.

Rosário, A. T., & Raimundo, R. (2024). *Enhancing Business Higher Education Through Simulation-Based Learning, Problem-Based Learning, and Challenge-Based Learning*. Business, Economics and Management.
<https://doi.org/10.20944/preprints202407.0747.v1>

Salonen, A., Mero, J., Munnukka, J., Zimmer, M., & Karjaluoto, H. (2024). Digital content marketing on social media along the B2B customer journey: The effect of timely content delivery on customer engagement. *Industrial Marketing Management*, 118, 12–26. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2024.02.002>

Sutrisno, S., Ausat, A. M. A., & Muhamad, L. F. (2024). Effective Social Media Content Strategy to Enhance Brand Loyalty in Technology Businesses. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(4), 1261–1266.
<https://doi.org/10.57152/malcom.v4i4.1416>