

**PENGEMBANGAN MODUL INKUIRI TERBIMBING
MEMAHAMI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)*
PADA ELEMEN *DIGITAL OPERATION* FASE F UNTUK SISWA KELAS XI
BISNIS DIGITAL DI SMK NEGERI 4 SURABAYA**

Sevillah Izzatun Nihayah¹, Septyan Budy Cahya²
Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya
Sevillah.21002@mhs.unesa.ac.id
septyancahya@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan modul ajar berbasis inkuiri terbimbing pada mata pelajaran *Digital Operation*, khususnya materi *Customer Relationship Management (CRM)* untuk siswa kelas XI Bisnis Digital di SMK Negeri 4 Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah *Research and Development (R&D)* dengan model pengembangan ADDIE (*Analyze, Design, Development, Implementation, Evaluation*). Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dengan menggunakan *One Group Pre test Post test* tanpa adanya kelas pembanding dengan jumlah 35 siswa. Dari hasil validasi materi mendapatkan persentase sebesar 91%, ahli modul ajar mendapatkan 97,3%, dan ahli bahasa mendapatkan 95%. Sehingga rata-rata hasil uji validasi materi, modul ajar, dan bahasa mendapatkan kategori sangat layak. Data dianalisis dengan menggunakan Software Excel dan SPSS menggunakan uji tingkat kesukaran dan uji daya beda pada soal *Pre test* dan *Post test*, uji kelayakan modul menggunakan uji N-Gain. Hasil uji tingkat kesukaran soal menunjukkan bahwasanya dari 20 soal terdapat 2 butir soal dalam kategori sangat baik, 9 butir soal kategori baik, 4 butir soal kategori cukup, dan 4 soal kurang baik. Hasil uji kelayakan di uji menggunakan N-Gain dengan hasil sebesar 0,8171 yang artinya memiliki tingkat kelayakan yang tinggi, hasil respon siswa mendapatkan hasil sebesar 97%. Maka dapat disimpulkan bahwasanya modul ajar berbasis inkuiri terbimbing layak dan sangat baik untuk diimplementasikan dalam pembelajaran.

Keywords: ADDIE; *Customer Relationship Management (CRM)*; *Digital Operation*; Inkuiri Terbimbing; Modul Ajar

Abstract

This research aims to develop a guided inquiry-based teaching module on the subject of Digital Operation, especially Customer Relationship Management (CRM) material for grade XI students of Digital Business at SMK Negeri 4 Surabaya. The research method used is Research and Development (R&D) with the ADDIE (Analyze, Design, Development, Implementation, Evaluation) development model. This research is a development research using One Group Pre test Post test without a comparison class with a total of 35 students. From the results of the material validation, 91% was obtained, teaching module experts got 97.3%, and linguists got 95%. So that the average results of the material validation test, teaching modules, and language get a very decent category. The data was analyzed using Excel and SPSS Software using difficulty level tests and differentiation tests in Pre test and Post test questions, module feasibility test using N-Gain test. The results of the question difficulty level test showed that out of 20 questions, there were 2 questions in the very good category, 9 questions in the good category, 4 questions in the sufficient category, and 4 questions in the poor category. The results of the feasibility test were tested using N-Gain with a result of 0.8171 which means that it has a high level of eligibility, the results of student responses get a result of 97%. Therefore, it can be concluded that guided inquiry-based teaching modules are feasible and very good to be implemented in learning.

Keywords: ADDIE; *Customer Relationship Management (CRM)*; *Digital Operation*; *Guided Inquiry*; *Teaching Module*

PENDAHULUAN

Pendidikan berperan krusial dalam pengembangan kepribadian kepribadian, serta kemampuan siswa agar mampu menanggapi

dinamika global yang kian rumit pada masa Revolusi Industri 5.0 dunia usaha dan dunia industri (DUDI) menuntut output Pendidikan yang tidak semata-mata menguasai teori, melainkan juga menguasai kecakapan abad 21,

seperti kemampuan berpikir kritis, kreatif, penyampaian pesan, kerja sama, serta pemahaman teknologi informasi. Kondisi ini selaras dengan tuntutan pendidikan vokasi yang harus mampu mewujudkan lulusan yang adaptif, inovatif, serta berdaya saing di tengah perkembangan teknologi yang pesat.

Salah satu Pelajaran yang menjadi fondasi utama dalam membekali siswa dengan keterampilan tersebut adalah *Digital Operation*, khususnya materi *Customer Relationship Management (CRM)*. CRM menjadi elemen utama dalam pengembangan bisnis digital karena berfokus pada pengelolaan hubungan pelanggan, yang menjadi kunci keberhasilan bisnis di era digital. Menurut Junaedi (2019), CRM tidak hanya membantu perusahaan mempertahankan pelanggan, tetapi juga membangun loyalitas dan meningkatkan pelayanan melalui pemanfaatan data pelanggan yang terintegrasi.

Namun, berdasarkan hasil observasi di SMK Negeri 4 Surabaya, pembelajaran materi CRM di kelas XI Bisnis Digital masih dominan menerapkan pendekatan tradisional, seperti penjelasan satu arah dan tugas individu tanpa mendorong partisipasi aktif siswa secara maksimal. Kondisi ini menyebabkan rendahnya partisipasi aktif siswa, kurang berkembangnya kemampuan analitis serta kurangnya penguasaan konsep secara menyeluruh. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dunia industri dan kenyataan pembelajaran di kelas.

Menyikapi permasalahan tersebut, dibutuhkan pembaruan dalam metode pembelajaran yang mampu mendorong partisipasi aktif siswa serta memperdalam pemahaman konsep secara komprehensif. Salah satu alternatif yang relevan adalah pemanfaatan modul pembelajaran berbasis inkuiri terbimbing bertujuan meningkatkan keaktifan siswa dalam kegiatan belajar. Melalui pendekatan ini, siswa dapat melakukan mengeksplorasi, mengidentifikasi permasalahan, mengakses informasi, mengevaluasi data, dan menyusun kesimpulan dengan pendampingan guru sebagai pembimbing. Metode ini dianggap mampu mengembangkan kemampuan berpikir analitis, serta kemampuan memecahkan masalah (Pramudya & Safrul, 2022; Violadini & Mustika, 2021).

Selain itu, pengembangan modul ajar sejalan dengan implementasi Kurikulum Merdeka, yang menekankan pembelajaran berdiferensiasi dan berbasis proyek guna memfasilitasi kebutuhan belajar siswa secara lebih optimal. Modul ajar menjadi media yang mampu mendukung keterlibatan siswa secara aktif, meningkatkan motivasi belajar, serta menjadi acuan guru dalam melaksanakan pembelajaran yang inovatif dan bermakna.

Mengacu pada permasalahan yang telah diuraikan, penelitian ini diarahkan untuk: (1) menganalisis proses pengembangan modul ajar berbasis inkuiri terbimbing dalam pembelajaran CRM di kelas XI Bisnis Digital SMK Negeri 4 Surabaya; (2) mengetahui kelayakan modul yang dikembangkan berdasarkan hasil validasi ahli; dan (3) mengetahui respons siswa terhadap penggunaan modul tersebut.

Penelitian ini dirancang untuk memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi banyak pihak. Bagi guru, penelitian ini dapat menjadi referensi pengembangan perangkat ajar yang inovatif dan aplikatif. Bagi siswa, temuan studi ini menawarkan pilihan media pembelajaran yang mampu melatih keterampilan berpikir kritis, kreatif, dan kolaboratif. Sedangkan bagi sekolah, penelitian ini berkontribusi dalam penyediaan bahan ajar yang relevan dengan implementasi Kurikulum Merdeka dan tuntutan dunia industri.

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada pengembangan dan uji coba modul ajar berbasis inkuiri terbimbing untuk materi *Customer Relationship Management (CRM)* di mata pelajaran *Digital Operation*, yang diterapkan pada siswa kelas XI Bisnis Digital SMK Negeri 4 Surabaya tahun ajaran 2024/2025.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Modul ajar merupakan bahan ajar yang dikembangkan secara sistematis sebagai panduan siswa dalam proses belajar (Domara, 2020). Modul ajar disusun untuk memfasilitasi pembelajaran yang lebih mandiri, berorientasi pada pencapaian kompetensi yang ditetapkan, serta memberikan pengalaman belajar yang terarah. Dalam implementasi dalam Kurikulum Merdeka, modul pembelajaran merupakan salah satu komponen kunci yang dimanfaatkan oleh

pendidik untuk mengakomodasi pembelajaran berdiferensiasi dan berbasis proyek (Ariawan dkk., 2022). Modul ajar yang baik memungkinkan siswa berperan aktif dan memberikan kesempatan mendorong penguasaan penalaran kritis dan kemampuan analisis (Nashiruddin dkk., 2024).

Pendekatan model pembelajaran inkuiri terbimbing termasuk strategi yang merangsang keaktifan siswa dalam proses belajar dalam menggali konsep dan informasi melalui proses bertanya, eksplorasi, dan refleksi dengan bimbingan guru (Pramudya & Safrul, 2022). Inkuiri terbimbing menggabungkan peran siswa sebagai peneliti dan guru sebagai fasilitator. Model ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan berpikir tingkat tinggi, motivasi belajar, dan pemahaman konsep (Violadini & Mustika, 2021). Di lingkungan pendidikan vokasional, pendekatan ini relevan karena mampu mengembangkan kemampuan analitis dan *problem-solving* yang dibutuhkan di dunia kerja.

CRM adalah strategi bisnis yang mengaplikasikan teknologi informasi sebagai sarana pengelolaan komunikasi dan relasi pelanggan secara efektif (Junaedi, 2019). Melalui penerapan CRM, bisnis mampu mengenali keinginan dan preferensi konsumen, membangun loyalitas, dan meningkatkan kualitas pelayanan. Di era digital, penerapan CRM menjadi sangat penting sebagai alat menjalin relasi berkelanjutan antara bisnis dan konsumen (Syakila dkk., 2021). Oleh karena itu, pembelajaran CRM di SMK, khususnya pada program keahlian Bisnis Digital, sangat relevan untuk membekali siswa dengan keterampilan yang adaptif terhadap kebutuhan dunia kerja dan industry (Fitria dkk., 2024).

Hasil penelitian dari Nugroho dkk. (2018) menemukan penggunaan modul ajar berbasis inkuiri terbimbing memiliki memberikan kontribusi yang menguntungkan terhadap kemajuan kreativitas dan sikap disiplin belajar siswa SMK. Pratiwi dkk. (2019) juga menunjukkan bahwa modul inkuiri terbimbing dapat memperbaiki capaian belajar serta penguasaan konsep dalam pelajaran kimia. Nashiruddin dkk. (2024) menyatakan bahwa pengembangan modul berbasis pembelajaran berdiferensiasi berkontribusi positif pada semangat belajar serta capaian akademik siswa

bisnis digital. Penelitian-penelitian tersebut mengindikasikan bahwa integrasi modul ajar dan pendekatan inkuiri terbimbing dapat berdampak positif pada pembelajaran di SMK.

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu, pembelajaran CRM di SMK yang masih proses belajar yang masih bersifat tradisional perlu ditingkatkan melalui pengembangan modul ajar yang menerapkan pendekatan inkuiri terbimbing. Pemanfaatan modul ini ditargetkan untuk mendorong peningkatan keterlibatan aktif siswa, kecakapan dalam berpikir secara analitis, serta capaian pembelajaran. Pendekatan inkuiri terbimbing membantu siswa dalam mengkonstruksi pengetahuan konsep dengan cara mandiri melalui proses pembelajaran yang terstruktur, sementara materi CRM memberikan wawasan praktis sesuai kebutuhan industri. Dengan demikian, penyusunan modul ajar berbasis inkuiri terbimbing diyakini dapat memberikan dampak positif terhadap pencapaian belajar siswa di SMK Negeri 4 Surabaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) yang bertujuan mengembangkan dan menguji kelayakan produk berupa modul ajar berbasis inkuiri terbimbing pada materi *Customer Relationship Management* (CRM) di mata pelajaran *Digital Operation*. Pendekatan pengembangan yang diterapkan adalah ADDIE yang meliputi tahap analisis, desain, pengembangan, implementasi, dan evaluasi (Branch, 2010).

Pada tahap analisis (*analyze*), dilakukan identifikasi kebutuhan pembelajaran melalui observasi di kelas XI Bisnis Digital SMK Negeri 4 Surabaya. Observasi Ditujukan untuk mengidentifikasi strategi pembelajaran yang diterapkan serta permasalahan yang dihadapi siswa dalam memahami materi CRM.

Tahap perancangan (*design*) dilakukan dengan menyusun modul berbasis inkuiri terbimbing yang memuat tujuan pembelajaran, langkah-langkah kegiatan berbasis inkuiri, serta alat evaluasi. Modul didesain mengikuti sintaks inkuiri terbimbing agar menyesuaikan dengan pendekatan pembelajaran yang mendorong partisipasi aktif siswa.

Tahap pengembangan (*development*) melibatkan proses validasi oleh ahli materi, ahli media, dan ahli bahasa. Validasi bertujuan menguji kelayakan isi, desain, dan bahasa modul yang dikembangkan.

Di fase implementasi (*implementation*), modul yang sudah melalui proses validasi diujicobakan kepada 35 siswa kelas XI Bisnis Digital 3. Pelaksanaan uji coba dilakukan selama beberapa pertemuan pada pembelajaran di kelas dengan modul dijadikan sebagai referensi utama.

Tahap evaluasi (*evaluation*) melibatkan analisis terhadap hasil validasi, respon siswa, capaian pembelajaran serta keterlibatan siswa selama kegiatan pembelajaran.

Alat ukur yang digunakan dalam studi ini mencakup : (1) Lembar Validasi Ahli untuk menilai kelayakan isi, penyajian, dan bahasa modul. (2) Angket Respon Siswa guna mengetahui persepsi mereka terhadap penggunaan modul pasca pembelajaran. (3) *Pretest* dan *Posttest* guna menilai perkembangan capaian belajar siswa sebelum dan setelah penerapan modul. (4) Lembar Observasi Aktivitas Siswa sebagai upaya mencatat keaktifan siswa selama pembelajaran, Teknik pengumpulan data melibatkan lembar validasi dari ahli, angket untuk siswa, serta pelaksanaan *pretest* dan *posttest*.

Analisis Validasi Ahli dan Angket Respon Siswa, data ditelaah menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif melalui menghitung persentase skor menggunakan *skala Likert*. Uji Tingkat Kesukaran dan Daya Beda Soal Analisis, dilakukan menggunakan Microsoft Excel untuk memastikan kualitas soal *pretest* dan *posttest*. Uji Perbedaan Hasil Belajar (*Paired Sample T-Test*), data *pretest* dan *posttest* dianalisis menggunakan SPSS dengan uji *Paired Sample T-Test* untuk mengetahui selisih yang nyata dalam pencapaian belajar siswa. Uji Efektivitas (N-Gain Score), penghitungan N-Gain digunakan untuk mengetahui peningkatan hasil belajar berdasarkan kategori *gain score*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Riset ini membuktikan menunjukkan bahwa rancangan modul kegiatan belajar berbasis inkuiri terbimbing untuk materi *Customer Relationship Management* (CRM) di SMK

Negeri 4 Surabaya berhasil melewati setiap tahapan pengembangan model ADDIE. Proses pengembangan diawali dengan tahap analisis, yang dilaksanakan melalui observasi pembelajaran di kelas XI Bisnis Digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa pembelajaran CRM di sekolah tersebut menggunakan Teknik penyampaian satu arah disertai tampilan materi melalui *PowerPoint*, sehingga siswa kurang terlibat aktif dan tingkat pemahaman terhadap materi tergolong rendah. Kondisi ini menuntut pengembangan suatu media ajar yang berpotensi untuk mendorong peningkatan keaktifan, antusiasme dan pencapaian akademik siswa.

Setelah analisis kebutuhan dilakukan, tahap perancangan modul dirancang berdasarkan asas-asas pembelajaran inkuiri terbimbing. Modul dirancang memuat tujuan pembelajaran, sintaks inkuiri yang meliputi pengamatan, perumusan masalah, pengumpulan data, analisis, dan penyimpulan, serta berbagai aktivitas yang mendorong siswa terlibat aktif dalam pembelajaran. Pengembangan modul selanjutnya dilakukan proses validasi oleh pakar terkait.

Tabel 1. Hasil Validasi Ahli

Validator	Persentase	Kriteria
Ahli Materi	91%	Sangat Baik
Ahli Modul Ajar	97,3%	Sangat Baik
Ahli Bahasa	95%	Sangat Baik

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Dari hasil validasi dapat disimpulkan bahwa modul yang dikembangkan memperoleh persentase kelayakan sebesar 91% dari ahli materi, 97,3% dari ahli modul ajar, dan 95% dari ahli bahasa. Seluruh hasil validasi ini berada pada kategori sangat layak, menandakan bahwa modul yang disusun dinilai layak dari prespektif isi, teknik penyajian, serta kelugasan dan ketepatan bahasanya.

Modul yang telah divalidasi kemudian dilakukan, tahap implementasi di tahap ini modul ajar diujicobakan kepada 35 siswa kelas XI Bisnis Digital 3. Uji cob a ini dilaksanakan dalam dua fase, yakni pengujian skala kecil dan pengujian di lapangan.

Tabel 2. Hasil Respon Siswa

No	Aspek	XI BD 3
1	Modul Ajar	211
2	Pembelajaran	139
	Jumlah	350
	Persentase	97%

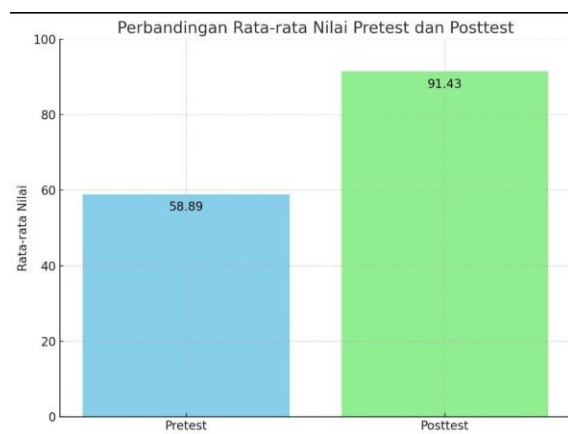
Kriteria

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Melalui hasil pengumpulan data angket menunjukkan bahwa siswa memberikan respon pada penggunaan modul menunjukkan angka sebesar 97%, yang berarti modul diterima dengan sangat baik oleh siswa. Dalam pelaksanaan uji coba, siswa terlibat aktif dalam proses pembelajaran, menunjukkan antusiasme, dan mampu mengikuti alur pembelajaran yang disajikan melalui langkah-langkah inkuiri terbimbing yang ada di dalam modul. Hasil ini sejalan dengan tujuan pengembangan, yakni meningkatkan keaktifan, minat, serta hasil belajar siswa.

Perkembangan capaian perbedaan capaian belajar siswa dapat dilihat dengan membandingkan nilai pretest dan posttest yang dianalisis menggunakan uji Paired Sample T-Test.

Gambar 1. Perbandingan Rata-rata Nilai Pretest dan Posttest



Hasilnya menunjukkan terdapat perubahan yang bermakna antara capaian sebelum dan setelah pembelajaran dengan modul, dengan rata-rata pretest sebesar 58,89 dan rata-rata posttest sebesar 91,43. Perhitungan N-Gain Score sebesar 0,8171 mengindikasikan peningkatan hasil belajar dalam kategori tinggi. Temuan ini menguatkan penerapan modul ajar berbasis

inkuiri terbimbing memberikan kontribusi dengan hasil yang memuaskan terhadap peningkatan capaian belajar siswa dalam pembelajaran yang dipelajari CRM.

Berdasarkan hasil riset ini, Kesimpulan menunjukkan bahwa penggunaan modul

berbasis inkuiri terbimbing berpengaruh positif terhadap capaian pembelajaran dan keterlibatan siswa. Pendekatan inkuiri terbimbing yang diterapkan melalui modul mampu meningkatkan keaktifan, keingintahuan serta kecakapan berpikir kritis siswa sebagaimana disampaikan oleh Pramudya dan Safrul (2022).

Hasil ini sejalan dengan penelitian Nugroho dkk. (2018) yang membuktikan strategi pembelajaran melalui modul inkuiri terbimbing berkontribusi pada peningkatan kreativitas dan hasil belajar siswa di SMK. Selain itu, pendekatan ini juga efektif diterapkan pada pembelajaran berbasis bisnis digital, bukan hanya di bidang sains.

Secara praktis, modul ini mendukung implementasi Kurikulum Merdeka dengan memberikan alternatif pembelajaran aktif yang memfasilitasi kebutuhan belajar siswa. Peningkatan hasil belajar dan respon positif siswa menegaskan bahwa modul sesuai untuk diadaptasikan dalam praktik pembelajaran CRM di SMK.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini disimpulkan bahwa pembuatan modul ajar dengan pendekatan inkuiri terbimbing untuk materi *Customer Relationship Management* (CRM) mampu meningkatkan keterlibatan dan capaian hasil pembelajaran siswa di SMK Negeri 4 Surabaya. Rangkaian pengembangan yang didasarkan pada model ADDIE menghasilkan produk pembelajaran yang memenuhi kelayakan penggunaan menurut evaluasi ahli dan dukungan respon siswa. Modul ini mendorong pembelajaran yang lebih aktif dan bermakna, sesuai dengan karakteristik pendidikan vokasi. Keterbatasan penelitian ini terletak pada penerapan modul yang masih terbatas pada satu kelas dan satu mata pelajaran, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi ke seluruh jenjang atau bidang keahlian lainnya. Penelitian selanjutnya perlu dilakukan dengan subjek dan setting yang lebih bervariasi agar pengaruh

modul terhadap pembelajaran dapat dipahami secara lebih luas.

Sebagai tindak lanjut, modul ini dapat dimanfaatkan oleh guru sebagai media ajar inovatif yang mendukung pembelajaran berbasis Kurikulum Merdeka. Pengembangan lebih lanjut diharapkan bukan hanya terbatas terkait konten pelajaran CRM, namun sekaligus diperluas ke bidang lain dengan mempertimbangkan karakteristik siswa dan kebutuhan pembelajaran yang menuntut keterlibatan aktif serta keterampilan berpikir kritis.

DAFTAR PUSTAKA

- Amellia, R., Suharso, W., & Nuryasin, I. (2021). Pengembangan Electronic *Customer Relationship Management* (e-CRM) Sebagai Sistem Informasi Dalam Peningkatan Layanan Triad Computer Samarinda. *REPOSITOR*, 3(1), 1–7.
- Ariawan, R., -, R. U., Herlina, S., & Istikomah, E. (2022). Pengembangan Modul Ajar dengan Model Problem Based Learning Berorientasi Kemampuan Pemecahan Masalah. *GAUSS: Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(1), 71–82. <https://doi.org/10.30656/gauss.v5i1.3930>
- Ariska, A. M., Irawati, N., & Muhazir, A. (2022). Penerapan Elektronik *Customer Relationship Management* (E-CRM) Dalam Penjualan Roti Berbasis Web. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6(2), 1090. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i2.4002>
- Asmin, rifatul, Suryani Sahabuddin, E., & Makkasau, A. (2020). Pengembangan Modul Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Alam Berbasis Literasi Siswa Kelas Iv Sd Negeri 2 Terang-Terang Kabupaten Bulukumba. *Pinisi Journal Of Art, Humanity & Social Studies*.
- Asnil, & Domara Andri. (2020). Pengembangan Modul Pembelajaran Berbasis Inkuiri Terbimbing pada Mata Pelajaran Dasar Listrik dan Elektronika Kelas X di Sekolah Menengah Kejuruan. *MSI Transaction on Education*, 1(4), 2020.
- Branch, R. M. (2010). Instructional design: The ADDIE approach. In *Instructional Design: The ADDIE Approach*. Springer US. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-09506-6>
- Diaz Fajriah, F., & Ariesta, A. (2024). Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) Pada SMK YADIKA 4 Karang Tengah Kota Tangerang Untuk Pelayanan Pendaftaran. *Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, 3(1).
- Domara, A. (n.d.). Pengembangan Modul Pembelajaran Berbasis Inkuiri Terbimbing pada Mata Pelajaran Dasar Listrik dan Elektronika Kelas X di Sekolah Menengah Kejuruan. In *MSI Transaction on Education* (Vol. 01).
- Faelani, U. H. (2020). *Eksperimental Model Pembelajaran Inkuiri Terbimbing dan Discovery Learning Pada Pembelajaran Fisika*.
- Fitria, N., Hidayat, N., Nuryana, C. O., & Setiawan, A. (2024). Implementasi Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Online untuk Meningkatkan Layanan Pendidikan terhadap Wali Murid di Sekolah Menengah Kejuruan. *LENTERA: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 17(1), 113–122. <https://doi.org/10.52217/lentera.v17i1.1448>
- Hernando, L., & Nabilah. (2023). *Customer Relationship Management* (CRM) pada UMKM Indonesia. <https://jurnal.usk.ac.id/manis>
- Hidayatuloh, S., Hasanati, N., & Wirawan, M. R. (2021). Pengembangan Electronic *Customer Relationship Management* Berbasis Web untuk Peningkatan Loyalitas Pelanggan. *Applied Information System and Management (AISM)*, 4(1), 45–50. <https://doi.org/10.15408/aism.v4i1.14513>
- Holden Simbolon, D. (2015). Pengaruh Model Pembelajaran Inkuiri Terbimbing Berbasis Eksperimen Riil Dan Laboratorium Virtual Terhadap Hasil Belajar Fisika Siswa. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 21(3).
- Junaedi, D. (2019). Desain pembelajaran model ADDIE. *Jurnal Pendidikan Islam*.

- Marisa, M. (2021). Mira Marisa_Inovasi Kurikulum “Merdeka Belajar” Di Era Society 5.0. *Santhet: (Jurnal Sejarah, Pendidikan dan Humaniora)*, Vol. 5, No.1, 1-13.
- Nashiruddin, M., Robbih, I. A., & Sudarwanto, T. (2024). Pengembangan Modul Ajar Berbasis Pembelajaran Berdiferensiasi Pada Materi Perilaku Konsumen Kelas X Bisnis Digital SMKS Ketintang Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(3).
- Nugroho, U., Suparmi, S., & Aminah, N. S. (2018). Pengembangan Modul Elastisitas Berbasis Inkuiri Terbimbing Untuk Mengembangkan Disiplin Belajar Dan Kreativitas Siswa SMK. *INKUIRI: Jurnal Pendidikan IPA*, 7(2), 297.
<https://doi.org/10.20961/inkuiri.v7i2.22990>
- Nur, F., Mohammad, C., & Sarbini, A. (2015). Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Melalui Pengembangan Modul Administrasi Kepegawaian Berbasis Strategi Pembelajaran Inkuiri Terbimbing. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Manajemen*, 1(3).
- Nurhaedah, Suarlin, & Yuli Kartika Sari. (2022). Penerapan Model Pembelajaran Inkuiri Terbimbing Untuk Meningkatkan Keterampilan Berpikir Tingkat Tinggi Siswa Sekolah Dasar.
- Pramudya, P. A., & Safrul, S. (2022). Analisis Model Pembelajaran Inkuiri Terbimbing terhadap Minat Belajar Matematika Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(5), 8131-8138.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i5.3749>
- Pratiwi, I., D, R. E., Silaban, R., & Suyanti, R. D. (2019). Pengembangan Modul Berbasis Inkuiri Terbimbing Pada Materi Hukum Dasar Kimia Di Sekolah Menengah Atas. *Talenta Conference Series: Science and Technology (ST)*, 2(1), 187-193.
<https://doi.org/10.32734/st.v2i1.340>
- Riduwan, M. B. A. (2016). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Alfabeta
- Rohmiyati, N., Ashadi, A., & Utomo, S. B. (2016). Pengembangan modul kimia berbasis inkuiri terbimbing pada materi reaksi oksidasi - reduksi. *Jurnal Inovasi Pendidikan IPA*, 2(2), 223.
<https://doi.org/10.21831/jipi.v2i2.4869>
- Siregar, S. D., Zhafira, Z., & Riandi, R. (2024). Inovasi Pembelajaran Model Inkuiri Terbimbing Berbasis Teknologi pada Materi Perubahan Lingkungan. *BIODIK*, 10(2), 101-110.
<https://doi.org/10.22437/biodik.v10i2.32890>
- Soraya, E., & Sazali, H. (2023). Implementasi CRM (Customer Relationship Management) Di Perpustakaan Daerah Medan. *Pustaka Karya : Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 11(1), 23.
<https://doi.org/10.18592/pk.v11i1.9620>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
- Syakila, R. N., Agung, N., & Ardhoyo, W. (2021). Penerapan *Customer Relationship Management* pada Crematology Coffee Roasters Saat Pandemi Covid-19. In *Jurnal Cyber PR* (Vol. 1, Issue 1).
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr>
- Violadini, R., & Mustika, D. (2021a). Pengembangan E-Modul Berbasis Metode Inkuiri Pada Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(3), 1210-1222.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i3.899>
- Violadini, R., & Mustika, D. (2021b). Pengembangan E-Modul Berbasis Metode Inkuiri Pada Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(3), 1210-1222.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i3.899>
- Wiyoko, T., & Astuti, N. (2020). Penerapan Model Inkuiri Terbimbing Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Kelas III Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan*, 5(1).