



Pengembangan Model Pembelajaran SAT Pada Manajemen Pemasaran

Evi Aulia Rachma¹, Ety Youhanita², Durrotun Nafisah³

^{1,2,3}Universitas PGRI Adi Buana PSDKU Lamongan

ARTICLE INFO

Article History:

Received 16.09.2021
Received in revised form
30.09.2021
Accepted 30.09.2021
Available online
01.10.2021

ABSTRACT

This study aims to develop the SAT learning model in marketing management. The purpose of developing the SAT model is to help direct students' attention to focus more on understanding the material and improve student learning outcomes in accordance with learning objectives. Research on the development of the SAT learning model in the marketing management course will use the ADDIE development procedure to design the learning system. The trial design used was an empirical trial with a one-group pretest-posttest design model, in which there were two groups in the study, namely the control group and the experimental group. The results of the limited trial and the broad trial state that students responded with an average score of 85.56% and 86.75% for the attractiveness of the SAT learning model. Then the SAT learning model is effective when viewed from the posttest and pretest scores of students. The SAT learning model is efficient when viewed from the target time specified in the RPS.

Keywords:

Learning Model, SAT, ADDIE

DOI 10.30653/003.202172.165



This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. © 2021.

PENDAHULUAN

Manajemen pemasaran merupakan suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi dan mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien (Putri, 2017). Agar tujuan dari organisasi pemasaran tercapai maka peserta didik harus dapat menarik para pelanggan sebanyak mungkin, misalnya dengan cara peserta didik (praktek menjadi penjual) memberikan harga yang menarik pada pelanggan atau dengan cara mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Hal-hal tersebut penting untuk dipelajari oleh peserta didik sebelum praktikum dilapangan karena peserta didik harus memahami tentang konsep inti pemasaran.

^{1,2,3} Corresponding author's address: Universitas PGRI Adi Buana PSDKU Lamongan
e-mail: eviauliarachma@gmail.com, etyyouhanita@unipasby.ac.id, na.vius07@gmail.com

Konsep inti pemasaran terdiri dari beberapa hal yaitu (1) kebutuhan, keinginan dan permintaan, (2) produk yang berupa barang, jasa dan gagasan, (3) nilai, biaya dan kepuasan, (4) pertukaran dan transaksi, (5) hubungan dan jaringan, (6) pasar, (7) pemasar dan calon pembeli. Konsep-konsep tersebut merupakan teori yang harus dipelajari pada mata kuliah manajemen pemasaran. Selain teori peserta didik juga harus praktikum dalam bentuk prototype usaha yang berbentuk proposal dan berlandaskan teori marketing mix, dimana peserta didik akan melakukan analisis dasar untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasaran, sehingga peserta didik akan memperoleh seberapa besar tingkat peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang akan dihadapi nantinya. Untuk dapat mencapai tujuan dari mata kuliah manajemen pembelajaran peserta didik diharapkan dapat memahami teori manajemen pembelajaran serta dapat mengaplikasikan marketing mix dalam pembuatan prototype usaha.

Agar tujuan pembelajaran tercapai maka pendidik harus merancang proses belajar peserta didik untuk lebih senang, aktif dan tuntas yang semuanya dikemas dalam bentuk model pembelajaran SAT (Senang, Aktif dan Tuntas). Model pembelajaran adalah kerangka konseptual yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan pembelajaran (Joyce & Weil, 1980). Kerangka konseptual tersebut dalam bentuk perangkat materi dan prosedur pembelajaran secara bersama-sama yang akan digunakan untuk meningkatkan hasil belajar peserta didik. Model pembelajaran menurut (Joyce & Weil, 1980) terdiri dari lima unsur, antara lain:

1. *Syntax*, yaitu langkah-langkah operasional pembelajaran,
2. *Social system*, adalah suasana dan norma yang berlaku dalam pembelajaran
3. *Principles of reaction*, menggambarkan bagaimana seharusnya guru memandang, memperlakukan, dan merespon siswa
4. *Support system*, segala sarana, bahan, alat, atau lingkungan belajar yang mendukung pembelajaran
5. *Instructional dan nurturant effects* adalah hasil belajar yang diperoleh langsung berdasarkan tujuan yang disasar (*instructional effects*) dan hasil belajar di luar yang disasar (*nurturant effects*).

Kelima unsur tersebut jika dikembangkan pendidik dengan baik akan menjadi sebuah kerangka konseptual yang memiliki prosedur yang secara sistematis akan mengorganisasikan pengalaman belajar peserta didik untuk mencapai tujuan pembelajaran yang sudah ditetapkan oleh pendidik.

Model pembelajaran dapat dijadikan pola pilihan, artinya pendidik dapat memilih model yang sesuai dan efisien untuk mencapai tujuan pembelajaran (Nurdyansyah & Fahyuni, 2016). Model pembelajaran yang akan dikembangkan terdiri dari tiga unsur yaitu senang, aktif dan tuntas. Unsur senang menurut (Asmani, 2009) adalah proses belajar yang membuat suasana belajar mengajar yang menyenangkan, sehingga peserta didik dapat memusatkan perhatiannya secara penuh pada belajar dan waktu curah peserta didik pada pembelajaran menjadi (*time on task*) tinggi. Sedangkan unsur belajar aktif dalam proses belajar diharapkan peserta didik dapat tumbuh dan berkembang segala potensi yang dimiliki sehingga pada akhirnya dapat mengoptimalkan hasil belajar (Uno & Mohamad, 2017). Unsur yang terakhir adalah unsur tuntas, dimana belajar tuntas menurut (Dense & Sorrell, 1995) merupakan suatu metode belajar mengajar yang melibatkan peserta didik untuk mencapai suatu tingkat penguasaan yang sudah ditentukan pada suatu unit pelajaran tertentu sebelum melanjutkan ke unit pelajaran berikutnya.

Tiga unsur dalam pengembangan model pembelajaran SAT merupakan unsur penting yang harus diperhatikan dalam proses pembelajaran, karena setiap unsur nantinya akan diaplikasikan secara bersama dan berkesinambungan. Tujuan dari pengembangan model SAT adalah dapat memusatkan perhatian peserta didik untuk lebih fokus dalam memahami materi dan meningkatkan hasil belajar peserta didik sesuai dengan tujuan pembelajaran. Pembelajaran pada dasarnya merupakan jalinan komunikasi yang harmonis antara peserta didik dengan lingkungannya, sehingga terjadi perubahan tingkah laku yang semakin hari semakin menuju ke

arah yang lebih baik (Wahyuni & Baroroh, 2012). Perubahan tersebut sangat dibutuhkan oleh pendidik agar peserta didik menurut (Wahyudi & Azizah, 2016) dapat mengembangkan pola pikir menjadi individu yang mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman yang sarat dengan tantangan semakin tinggi.

METODE

Penelitian pengembangan model pembelajaran SAT pada mata kuliah manajemen pemasaran akan menggunakan prosedur pengembangan ADDIE untuk merancang sistem pembelajaran. Desain penelitian ini dipilih dengan alasan ADDIE merupakan satu dari model desain pembelajaran yang sistematis dan bertumpu pada landasan teoritis desain pembelajaran (Widyastuti & Susiana, 2019). ADDIE adalah salah satu model yang paling umum digunakan dalam bidang desain instruksional panduan untuk menghasilkan desain yang efektif (Aldoobie, 2015). Prosedur pengembangan ADDIE (*Analisis, Design, Development, Implementation & Evaluation*) terdiri dari lima tahapan yaitu (1) menganalisis situasi belajar, (2) merancang tujuan dan prinsip untuk mengatasi masalah dalam situasi pembelajaran, (3) mengembangkan sumber daya untuk memenuhi spesifikasi, (4) menerapkan sumber belajar dalam situasi belajar (5) mengevaluasi bagaimana sumber daya ini memenuhi kebutuhan (M, Branch, 2009). Kelima tahapan tersebut akan menghasilkan perangkat pembelajaran yang berbentuk buku panduan model SAT, silabus, RPS, bahan ajar, LKS dan lembar praktikum.

Desain uji coba yang digunakan adalah uji coba empiris dengan model desain *one-group pretest-posttest design*, yang mana ada dua group dalam penelitian yaitu group kontrol dan group eksperimen. (Sugiono, 2010) menjelaskan bahwa ada kelompok yang diberi *pretest* sebelum di diberi perlakuan, selanjutnya hasil dari penilaian diobservasi dengan tujuan untuk dapat membandingkan keadaan sebelum dan sesudah diberi perlakuan. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah satu ahli materi manajemen pembelajaran dan satu ahli desain pembelajaran, sedangkan subjek uji coba adalah mahasiswa UNIPA Kampus Lamongan yang sedang menempuh mata kuliah manajemen pemasaran. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan empat tahapan yaitu tahap pertama yaitu tahap evaluasi data pada ahli materi yang menghasilkan tentang isi materi perkuliahan yang akan digunakan dalam pengembangan perangkat pembelajaran, tahap kedua adalah tahap evaluasi data pada ahli desain pembelajaran yang nantinya akan digunakan sebagai dasar pengembangan model pembelajaran SAT, tahap ketiga adalah tahap evaluasi data pada uji coba kelompok kecil yang berbentuk instrumen penilaian yang akan digunakan saat melaksanakan penelitian.

DISKUSI

Uji kelayakan model pembelajaran SAT pada mata kuliah manajemen pemasaran dilakukan uji validasi oleh validator materi dan validator desain pembelajaran. Validator desain pembelajaran dan materi perkuliahan dipilih untuk melakukan validasi dan penilaian terhadap model yang dikembangkan. Validasi dilakukan dengan menggunakan instrumen penilaian ahli materi dan model dengan 3 tahap. Validator isi adalah ahli materi manajemen pemasaran dan ahli model pembelajaran, validasi ini dilakukan untuk melihat apakah produk yang akan dikembangkan sudah layak untuk di terapkan. Pada validasi tahap I skor yang diperoleh adalah 70,85% sehingga dikategorikan perlu direvisi kembali, Pada validasi tahap II skor yang diperoleh mengalami peningkatan menjadi 91,75% sehingga dikategorikan layak tetapi ada yang harus direvisi kembali, Pada validasi tahap III skor yang diperoleh adalah 100,00% sehingga dikategorikan layak untuk ditrapkan dan tidak perlu direvisi kembali. Validator model adalah Doktor kurikulum dan teknologi pendidikan Universitas Negeri Surabaya, validasi ini dilakukan untuk melihat apakah produk yang akan dikembangkan sudah layak untuk di terapkan. Pada validasi tahap I skor yang

diperoleh adalah 55,33% sehingga dikategorikan perlu direvisi kembali, Pada validasi tahap II skor yang diperoleh adalah 94,90% sehingga dikategorikan layak tetapi ada yang harus direvisi kembali, Pada validasi tahap III skor yang diperoleh adalah 100,00% sehingga dikategorikan layak untuk ditrapkan dan tidak perlu direvisi kembali.

Hasil Uji Coba Terbatas

1. Kemenarikan model pembelajaran SAT

Berdasarkan hasil rekapitulasi rata-rata respon kemenarikan model pembelajaran SAT bagi mahasiswa, yang diperoleh dari angket kemenarikan diketahui pada tahap uji coba kelompok terbatas, mahasiswa memberikan respon dengan jumlah rata-rata skor 85,56% yang diperoleh dari angket yang sudah didistribusikan ke 10 peserta didik sehingga dapat dikategorikan menarik sekali dalam uji coba terbatas dan dapat dilanjutkan dengan uji coba luas.

2. Efektivitas model pembelajaran SAT

Hasil uji beda paired sample t test dengan bantuan software SPSS versi 22, diketahui tingkat efektivitas model pembelajaran SAT ditunjukkan pada tabel di bawah ini

Tabel: Hasil Statistik dengan Sampel Berpasangan pada Uji Coba Terbatas Paired Sample Statistics

Pair 1		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
T	PRETES	71,55	10	8,245	2,442
	POSTTE	79,65	10		
ST				2,621	,785

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa rata-rata dari nilai mahasiswa pada saat pretest adalah 71,55 sedangkan pada saat posttest rata-rata dari nilai mahasiswa adalah 79,65. Hal ini menunjukkan peningkatan hasil belajar mahasiswa sebelum dan sesudah menggunakan model pembelajaran SAT, karena adanya peningkatan hasil belajar menunjukkan bahwa model pembelajaran SAT efektif

3. Efisiensi model pembelajaran SAT

Pengukuran efisiensi dilakukan dengan perbandingan waktu yang digunakan dalam pembelajaran manajemen pemasaran KD pengembangan proposal prototype marketing mix. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari RPS jumlah waktu yang digunakan lebih sedikit dari waktu yang telah ditentukan di RPS, target waktu yang ditentukan di RPS adalah 12x45 menit atau 4x pertemuan, dengan menggunakan model pembelajaran blended learning dapat mempersingkat waktu pembelajaran menjadi 9x45 menit atau 3x pertemuan, sisa waktu yang tersedia 3x45 menit atau 1x pertemuan digunakan dosen untuk pengayaan.

Hasil Uji Coba Luas

1. Kemenarikan model pembelajaran SAT

Kemenarikan model pembelajaran SAT didapatkan dari angket yang didistribusikan kepada mahasiswa setelah uji coba luas, dari uji coba terbatas ini didapatkan hasil respon mahasiswa pada model pembelajaran SAT.

Berdasarkan hasil rekapitulasi rata-rata respon kemenarikan model pembelajaran SAT bagi mahasiswa, yang diperoleh dari angket kemenarikan diketahui pada tahap uji coba kelompok terbatas, mahasiswa memberikan respon dengan jumlah rata-rata skor 86,75% yang diperoleh dari angket yang sudah didistribusikan ke 25 peserta didik sehingga dapat dikategorikan menarik sekali.

2. Efektivitas model pembelajaran SAT

Hasil uji beda paired sample t test dengan bantuan software SPSS versi 22, diketahui tingkat efektivitas model pembelajaran SAT ditunjukkan pada tabel di bawah ini

Tabel: Hasil Statistik dengan Sampel Berpasangan pada Uji Coba Terbatas Paired Sample Statistics

Pair 1		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
	PRETES	73,43	25		
	T POSTTE	84,65	25	8,675	1,532
	ST			3,621	,683

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa rata-rata dari nilai mahasiswa pada saat pretest adalah 73,43 sedangkan pada saat posttest rata-rata dari nilai mahasiswa adalah 84,65. Hal ini menunjukkan peningkatan hasil belajar mahasiswa sebelum dan sesudah menggunakan model pembelajaran SAT, karena adanya peningkatan hasil belajar menunjukkan bahwa model pembelajaran SAT efektif

3. Efisiensi model pembelajaran SAT

Pengukuran efisiensi dilakukan dengan perbandingan waktu yang digunakan dalam pembelajaran manajemen pemasaran KD pengembangan proposal prototype marketing mix. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari RPS jumlah waktu yang digunakan lebih sedikit dari waktu yang telah ditentukan di RPS, target waktu yang ditentukan di RPS adalah 12x45 menit atau 4x pertemuan, dengan menggunakan model pembelajaran blended learning dapat mempersingkat waktu pembelajaran menjadi 9x45 menit atau 3x pertemuan, sisa waktu yang tersedia 3x45 menit atau 1x pertemuan digunakan dosen untuk pengayaan.

Pembahasan

Pembahasan pada penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hasil penelitian pengembangan model pembelajaran SAT pada KD pengembangan prototype proposal marketing mix untuk mahasiswa pendidikan ekonomi semester 4 UNIPA Kampus Lamongan, yang ditinjau dari tingkat kemenarikan, efektivitas dan efisiensi model pembelajaran. Hasil penelitian pengembangan yang telah dilakukan menghasilkan model pembelajaran yang lebih menarik, lebih efektif dan lebih efisien dari model sebelumnya yang digunakan (klasikal). Peneliti melakukan model prosedural yang di adaptasi dari Robert Maribe Branch dengan pendekatan ADDIE. Prosedur tersebut terdiri dari lima tahap, yaitu analisis, desain, development, implementation dan evaluation.

Kemenarikan model pembelajaran SAT dapat dilihat dari angket respon yang telah diberikan kepada mahasiswa pada saat uji coba produk. Hasil yang diperoleh dari angket tersebut diketahui bahwa model pembelajaran SAT mendapat respon positif dari sebagian besar mahasiswa. Hasil dari angket sebagian besar peserta didik termotivasi dalam pembelajaran pada saat pembelajaran menggunakan model pembelajaran SAT. Hal ini sesuai dengan pendapat (Shafique & Mahmood, 2010) yang menyatakan bahwa pengembangan model dianggap sebagai metode penelitian yang efektif dalam membantu pendidik mengembangkan system pembelajaran. Ditinjau dari tingkat efektivitas, model pembelajaran SAT merupakan model pembelajaran yang efektif digunakan dalam proses pembelajaran manajemen pemasaran pada semester 4 prodi pendidikan ekonomi UNIPA Kampus Lamongan. Hal ini ditunjukkan dengan semakin meningkatnya rata-rata hasil belajar yang diperoleh dibanding dengan sebelum menggunakan media yang dikembangkan serta dihitung didukung dengan hasil perhitungan uji beda (paired sample t test).

Pada saat uji coba lebih luas nilai rata-rata mahasiswa sebelum menggunakan model SAT adalah 73,43. Sedangkan, sesudah diberikan penjelasan materi dengan menggunakan model SAT nilai

rata-rata peserta didik adalah 84,65. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan hasil belajar yang diperoleh mahasiswa. Perbedaan yang nyata antara hasil belajar mahasiswa sebelum menggunakan model SAT dan hasil belajar mahasiswa setelah menggunakan model SAT, menunjukkan bahwa model SAT pada mata kuliah manajemen pemasaran KD pengembangan prototype proposal marketing mix efektif untuk mencapai tujuan pembelajaran. Sehingga dapat disimpulkan model pembelajaran SAT lebih efektif untuk meningkatkan hasil belajar peserta didik.

Proses pembelajaran menuntut pendidik untuk memiliki teknik atau cara yang tepat agar peserta didik dapat belajar secara efektif dan efisien sesuai dengan tujuan yang diharapkan (Chrisandi & Koeswati, 2019). Selain itu proses pembelajaran dengan metode konvensional merupakan masalah yang sering terjadi dalam proses pembelajaran. Masalah tersebut nantinya akan berdampak pada rendahnya hasil belajar peserta didik. Untuk meningkatkan hasil belajar peserta didik maka pendidik harus memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi hasil belajar, karena hasil belajar menurut (Chrisandi & Koeswati, 2019) adalah kemampuan peserta didik dalam menangkap materi yang diperoleh dari proses pembelajaran. Pendapat tersebut juga didukung oleh pendapat (Susanto, 2013) yang menyatakan bahwa hasil belajar adalah perubahan yang terjadi pada peserta didik baik secara aspek kognitif, aspek afektif dan psikomotorik yang dialaminya melalui kegiatan belajar.

Efisiensi model pembelajaran SAT dilihat dari penggunaan waktu yang menjadi lebih cepat menyampaikan materi-materi pada KD pengembangan proposal prototype marketing mix. Hasil pada saat uji coba luas proses pembelajaran ekonomi pada KD pengembangan proposal prototype marketing mix berkurang menjadi 9x45 menit atau 3x pertemuan dari waktu yang telah ditentukan di silabus yakni 12x45 menit atau 4x pertemuan. Sesuai dengan pendapat dari (Ahmad, 2010) bahwa pembelajaran yang baik adalah proses pembelajaran yang menggunakan waktu yang cukup (efisien). Berdasarkan uji coba luas dapat diketahui tingkat efisiensi model pembelajaran SAT ini mempersingkat waktu pembelajaran dan pemahaman mahasiswa terhadap materi. Hal ini didukung dengan hasil wawancara terhadap validator model yaitu Doktor kurikulum dan teknologi pendidikan Universitas Negeri Surabaya sebagai berikut.

Pengembangan model pembelajaran SAT ini bagus, dapat digunakan untuk mempersingkat waktu pembelajaran, yang biasanya pendidik harus menjelaskan semua materi pembelajaran, sekarang dengan ada pengembangan model ada video dan peserta didik dapat memperhatikan dengan baik, dan mereka juga membaca materi dan latihan soal dengan antusias di quipper school" (DY,48 tahun).

Selain itu, tingkat efisiensi model pembelajaran SAT juga terlihat pada berkurangnya waktu dalam kegiatan proses pembelajaran. Bahwa waktu yang digunakan dalam setiap kegiatan proses pembelajaran lebih singkat dibandingkan dengan proses pembelajaran yang menggunakan model klasikal. Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan di atas menunjukkan bahwa model pembelajaran SAT lebih menarik, lebih efektif dan lebih efisien terhadap model pembelajaran sebelumnya (klasikal) dalam mencapai tujuan pembelajaran mahasiswa semester 4 prodi pendidikan ekonomi UNIPA Kampus Lamongan pada KD pengembangan proposal prototype marketing mix.

Selain itu, tingkat efisiensi model pembelajaran SAT juga terlihat pada berkurangnya waktu dalam kegiatan proses pembelajaran. Bahwa waktu yang digunakan dalam setiap kegiatan proses pembelajaran lebih singkat dibandingkan dengan proses pembelajaran yang menggunakan model klasikal. Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan di atas menunjukkan bahwa model pembelajaran SAT lebih menarik, lebih efektif dan lebih efisien terhadap model pembelajaran sebelumnya (klasikal) dalam mencapai tujuan pembelajaran mahasiswa semester 4 UNIPA Kampus Lamongan.

SIMPULAN

Pengembangan model pembelajaran SAT pada mata kuliah manajemen pememasaran di UNIPA Kampus Lamongan bertujuan untuk meningkatkan hasil belajar peserta didik agar tujuan pembelajaran tercapai. Hasil penelitian dari pengembangan model pembelajaran dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Proses pengembangan model pembelajaran SAT menghasilkan produk dalam bentuk buku panduan dalam mengaplikasikan model pembelajaran SAT, pengembangan silabus dan RPS, Bahan ajar dan LKS, serta lembar praktikum manajemen pemasaran.
2. Hasil penelitian terhadap tingkat keefektifan model pembelajaran SAT dinyatakan efektif saat diaplikasikan dalam proses pembelajaran yang ditunjukkan dari hasil belajar peserta didik (*pretest* dan *posttest*) rata-rata nilai peserta didik diatas standart ketuntasan, ini artinya meningkatnya hasil belajar peserta didik sudah menyatakan bahwa tujuan pembelajaran telah tercapai dengan baik.
3. Hasil penelitian pengembangan model pembelajaran SAT dinyatakan efisien untuk diaplikasikan dalam proses pembelajaran yang ditunjukkan dari hasil pembeda antara kelas kontrol dan kelas eksperimen yang menyatakan bahwa mayoritas peserta didik yang menempuh mata kuliah manajemen pemasaran menyatakan bahwa sudah memahami materi pembelajaran.

REFERENSI

- Ahmad, R. (2010). *Pengolahan Pengajaran*. Bandung: Rineka Cipta.
- Aldoobie, N. (2015). ADDIE Model. *American International Journal of Contemporary Research*, 5, 68–72.
- Asmani, J. M. (2009). *Manajemen Strategis Pendidikan Anak Usia Dini*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Chrisandi, N. C., & Koeswati, H. D. (2019). Improvement of Students' Learning Outcome in Primary Schools Using Examples Non-Examples Learning Model. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 52(2), 75–80.
- Dense, D., & Sorrell, J. (1995). *Mastery learning in public schools. Paper prepared for PSY 702: Conditions of learning*. Valdosta, GA: Valdosta State University.
- Joyce, B., & Weil, M. (1980). *Model of teaching*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- M, Branch, R. (2009). *Instructional Design-The ADDIE Approach*. New York: Springer.
- Nurdyansyah, & Fahyuni, E. F. (2016). Inovasi Model. In *Nizmania Learning Center*.
- Putri, R. B. (2017). *Manajemen Pemasaran*. dENPASAR: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Shafique, F., & Mahmood, K. (2010). Model Development as a research tool: An example of PAK-NISEA. *Library Philosophy and Practice*, 2010(SEPTEMBER), 1–12.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Alfabeta, ed.). Bandung.
- Susanto, A. (2013). *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar* (K. P. Group, ed.). Jakarta.
- Uno, H. B., & Mohamad, N. (2017). *Belajar dengan pendekatan PAILKEM: pembelajaran aktif, inovatif, kreatif, efektif, menarik*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Wahyudi, D., & Azizah, H. (2016). Strategi Pembelajaran Menyenangkan Dengan Konsep

Learning Revolution. *Attarbiyah*, 26, 1. <https://doi.org/10.18326/tarbiyah.v26i0.1-28>

Wahyuni, D., & Baroroh, K. (2012). PENERAPAN METODE PEMBELAJARAN SIMULASI UNTUK MENINGKATKAN AKTIVITAS DAN PRESTASI BELAJAR EKONOMIKA MIKRO Daru Wahyuni Kiromim Baroroh. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 9(April), 102–122. Retrieved from <https://journal.uny.ac.id/index.php/jep/article/view/4155/3598>

Widyastuti, E., & Susiana. (2019). Using the ADDIE model to develop learning material for actuarial mathematics. *Journal of Physics: Conference Series*, 1188(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1188/1/012052>