

Pengembangan Manajemen Model *Teaching Factory* Salon Kecantikan dan SPA di Era Globalisasi

Anggi Reftiana^{1*}, Restika Indah², dan Rifatin Cholidia³

^{1,3} Universitas Lampung

Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No.1, Kota Bandar Lampung, Lampung 35141

³ Universitas Bandar Lampung

Jl. ZA. Pagar Alam No.26, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung 35142

*E-mail: anggireftiana25@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan dan merumuskan pengembangan manajemen salon kecantikan yang dikelola di SMK Negeri 8 Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 5 responden. Metode pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara dan studi dokumentasi. Berdasarkan hasil pada penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan model manajemen *teaching factory* di SMK Negeri 8 Bandar Lampung ditinjau dari perencanaan sudah dilakukan dengan baik seperti sistem administrasi, waktu, alat-alat dan bahan praktikum pada sanggar; pengorganisasian *teaching factory* yang tersusun dengan baik mulai dari ketua kompetensi keahlian, ketua salon, guru mata pelajaran, dan *toolman*; pelaksanaan sudah dilakukan dengan baik; pengawasan dilakukan terpadu oleh seluruh komponen sekolah. Hasil dari penerapan manajemen *teaching factory* memberikan bekal terjun di industri, kepercayaan dari DUDI, dan *output* nya terserap dengan baik oleh dunia industri.

Kata kunci: *teaching factory*, manajemen, pengembangan.

Abstract

The aim of this research is to describe and design the development of beauty salon management managed at SMK Negeri 8 Bandar Lampung. This research uses a qualitative descriptive approach using purposive sampling techniques. The sample in this study consisted of 5 respondents. The data collection method in this research is through interviews and documentation studies. Based on the research results, it can be concluded that the development of the teaching factory management model can be seen from (a) planning has been carried out well, such as organizing time, tools and practicum materials in the studio; (b) organizing a structured teaching factory starting from the head of skills competency, salon head, subject teachers and tool repairmen; (c) implementation has been carried out well; (d) supervision is carried out in an integrated manner by all school components. The results of implementing teaching factory management provide provisions for entering industry, trust from DUDI, and the output is well absorbed by the industrial world.

Keywords: *teaching factory, management, development.*

PENDAHULUAN

Membangun dan mengembangkan sumber daya manusia menjadi prioritas tujuan suatu negara, salah satunya melalui pendidikan yang utuh. Peningkatan sumber daya yang berkualitas merupakan tujuan utama dalam peningkatan taraf kualitas masyarakat Indonesia sepenuhnya (Firdaus & Fajriana, 2021). Meningkatnya kualitas ini dapat dilakukan salah satunya melalui proses

pendidikan (Pujiasih, 2020; Triwardhani, Trigartanti, Rachmawati, & Putra, 2020). Peningkatan kualitas ini dimulai dengan mempersiapkan peserta didik melalui ilmu pengetahuan, keterampilan dan sikap serta kecakapan profesi yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja dan masyarakat. Peranan SDM menjadi faktor dominan dalam suatu lembaga pendidikan.

Lembaga pendidikan yang berperan dan berhubungan dengan masalah tenaga kerja atau SDM yaitu sekolah kejuruan atau

dinamakan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). SMK adalah lembaga pendidikan yang berorientasi pada pembentukan kecakapan hidup (*life skill*), memberikan wawasan pendidikan tentang kewirausahaan, dan melatih peserta didik untuk menguasai keterampilan yang dibutuhkan oleh dunia kerja dan dunia industri.

Rendahnya kualitas lulusan SMK membuat produktivitas tenaga kerja terampil di industri menurun. Secara tidak langsung, ketidakpercayaan lulusan tenaga kerja di industri menyebabkan berkurangnya penyerapan lulusan tenaga kerja dan peningkatan jumlah pengangguran di Indonesia (Bafadal, 2018). Pengangguran lulusan SMK disebabkan oleh ketidaksesuaian antara kualitas lulusan SMK dengan kualitas yang dibutuhkan oleh dunia kerja. Pengangguran lulusan SMK disebabkan oleh ketidakseimbangan antara jumlah lulusan SMK dengan daya serap industri (Puspita & Kuat, 2020).

Berdasarkan data BPS (2023) sebanyak 2,2 juta lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Indonesia tidak melanjutkan sekolah, bekerja atau, mendapat pelatihan. Pentingnya meningkatkan kualitas dan kuantitas lulusan SMK, pendidikan industri merupakan pendidikan paling tepat yang berfokus pada pendekatan pembelajaran dan didukung oleh kurikulum yang sesuai. Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Kejuruan (VET) dalam proses pembelajaran harus mampu mengembangkan pendekatan yang memenuhi kebutuhan industri yang di wujudkan melalui wadah pembelajaran di sekolah.

Menurut Muhitasari & Purnami (2021) Salah satu unsur yang sangat menentukan dalam memberikan pelayanan yang bisa memuaskan pelanggan adalah dengan adanya Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas. Menurut Putri & Styaningrum (2019) Bekal keterampilan yang diperoleh oleh siswa saat di sekolah dapat mengembangkan dan meningkatkan SDM yang siap akan bekerja yang mengharuskan siswa untuk berbisnis. Program penerapan model *Teaching*

Factory (TEFA) dapat mendukung upaya pengembangan SDM yang inovatif dengan mewujudkan kreativitasnya pada era globalisasi yang diwujudkan melalui adanya pendidikan kewirausahaan.

Salah satu upaya yang dilakukan Direktorat Jendral PSMK untuk mencapai visi mewujudkan SMK yang dapat menghasilkan tamatan berjiwa wirausaha yang siap kerja, cerdas, kompetitif, dan memiliki jati diri bangsa, serta mampu mengembangkan keunggulan lokal dan dapat bersaing di pasar global ialah dengan membuat program *Teaching Factory* (Siswanto, 2021). *Teaching Factory* adalah suatu konsep pembelajaran dalam suasana sesungguhnya, sehingga dapat menjembatani kesenjangan kompetensi antara kebutuhan industri dan pengetahuan sekolah. Teknologi pembelajaran yang inovatif dan praktek produktif merupakan konsep metode pendidikan yang berorientasi pada manajemen pengelolaan siswa dalam pembelajaran agar selaras dengan kebutuhan dunia industri (Wahyuni & Tahrin, 2022).

Menurut Putri & Styaningrum (2019) Penerapan *soft skill* berbahasa yang dimiliki siswa sangat mempengaruhi proses berwirausaha dalam berinteraksi dan berkomunikasi dalam program kerjasama untuk mengurangi angka pengangguran siswa yang telah lulus sekolah. Sedangkan dalam penerapan *hard skill* siswa diharapkan memiliki karakter yang baik melalui program LDK (Latihan Dasar Kepemimpinan) yang dibekali cukup bagus. Program *Teaching Factory* pada sekolah kejuruan berjalan efektif jika dihadirkan di lingkungan sekolah agar siswa dapat mengikuti dan merasakan bagaimana proses pembelajaran dengan proses sebenarnya yang terjadi di dunia kerja, yang mana akan menimbulkan jiwa *entrepreneur* di lingkungan sekolah tersebut.

SMK Negeri 8 Bandar Lampung merupakan salah satu sekolah kejuruan yang berdiri berdasarkan surat keputusan Wali Kota Bandar Lampung Nomor 511/14.40/HK/2014. SMKN 8 Bandar Lampung menerapkan kurikulum K13 sebagai paradigma baru dengan

memiliki kompetensi keahlian desain komunikasi visual, pengembangan perangkat lunak dan game, teknik kimia industri, kimia analisis, akuntansi keuangan dan lembaga, manajemen perkantoran dan layanan bisnis, busana dan keahlian spa dan kecantikan.

SMK Negeri 8 Bandar Lampung kini telah menerapkan strategi pengembangan manajemen salon dengan menggunakan model TEFA. Sanggar Kecantikan merupakan bentuk usaha yang berhubungan dalam menawarkan jasa dan perawatan seperti *creambath*, *facial* dan lainnya layaknya sebuah salon kecantikan. Dalam kaitan *teaching factory*, sanggar kecantikan merupakan bentuk wadah untuk kegiatan produksi sebagai bentuk latihan berwirausaha bagi siswa sebelum terjun langsung ke dunia kerja yang melibatkan siswa tersebut terlibat langsung dalam kegiatan.

Dalam pelaksanaannya siswa akan dilatih dalam mengelola uang, waktu dan tenaga, dan siswa juga dilatih dalam pembekalan dan perhitungan untung dan rugi. Artinya sanggar kecantikan berperan sebagai bentuk usaha yang diharapkan dapat menghasilkan manfaat dalam bentuk peningkatan keterampilan siswa dan peningkatan pendapatan sekolah (*financial* dan *non financial*). Oleh karena itu, dibutuhkan pengelolaan manajemen TEFA yang baik dan menerapkan fungsi-fungsi manajemen agar kegiatan TEFA dapat berjalan mencapai tujuannya dalam menciptakan salon kecantikan sesuai dengan keahlian siswa jurusan kecantikan dan spa di SMKN 8 Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2016), metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Populasi subjek pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat SMK Negeri 8 Bandar Lampung yang terlibat dalam pengembangan

model manajemen salon Salon kecantikan dan spa. Sampel pada penelitian ini sebanyak 5 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa responden tersebut berkaitan langsung mengenai pengembangan manajemen model *teaching factory* salon kecantikan dan spa.

Metode pengambilan data primer dilakukan dengan cara wawancara langsung terhadap kepala sekolah, kepala lab salon kecantikan, dan siswa jurusan kecantikan dan spa SMKN 8 Bandar Lampung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti selama di lapangan yaitu di SMK Negeri 8 Bandar Lampung sebagai objek pada penelitian ini dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan studi dokumentasi yang dilakukan pada informan penelitian yaitu Kepala Sekolah, Kepala Lab Jurusan Kecantikan dan Spa, Guru serta Siswa SMK Negeri 8 Bandar Lampung untuk menjawab penelitian tentang bagaimana pengembangan model manajemen salon kecantikan dan spa yang dikelola di SMKN 8 Bandar Lampung. Untuk menjawab tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan dan merumuskan pengembangan manajemen model TEFA salon kecantikan yang dikelola di SMK Negeri 8 Bandar Lampung.

HASIL

Pengembangan Manajemen Model *Teaching Factory* Salon Kecantikan dan Spa

Salon kecantikan dan spa SMK Negeri 8 Bandar Lampung telah berjalan selama dua tahun dengan nama Salon kecantikan dan spa. Salon kecantikan dan spa beroperasi setiap hari senin – sabtu mulai dari jam sampai dengan 14.00, namun khusus hari minggu Salon kecantikan dan spa libur. Sumber Daya Manusia sanggar dikelola oleh jurusan yang merupakan siswa/siswi jurusan kecantikan dan spa. Visi dari Salon adalah menjadi salon yang memberikan mutu dan pelayanan terbaik.

Sementara misinya adalah menjaga kualitas pelayanan dan menjaga kepuasan pelanggan.

Salon kecantikan dan spa mempunyai tujuan jangka pendek dan jangka panjang untuk menjaganya tetap bertahan dan berkembang. Tujuan jangka pendek Salon kecantikan dan spa adalah meningkatkan omzet per bulan dan meningkatkan pelayanan. Sedangkan tujuan jangka panjangnya yaitu punya lebih banyak cabang salon. pada proses pengembangan model manajemen Salon kecantikan dan spa diperlukan sebuah perencanaan yang jelas untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan melihat potensi serta menganalisis kebutuhan dan kemampuan Salon kecantikan dan spa yaitu:

- 1) Sarana dan Prasarana workshop *teaching factory* jurusan tata kecantikan dan spa. Pembelajaran pada Salon kecantikan dan spa terkait dengan sarana dan prasarana yang menunjang optimalisasi pencapaian tujuan pembelajaran tersebut.
- 2) Kebutuhan mesin, alat-alat dan bahan Salon kecantikan dan spa sudah terpenuhi. Hal ini dapat dilihat dari hasil dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti. Selain itu juga didukung dari dokumen yang didapat dari pihak sekolah, inventaris pada Salon kecantikan dan spa sudah tercatat dengan baik.
- 3) Dana workshop *teaching factory* dalam mengelola *teaching factory* ini tentunya membutuhkan dana untuk menunjang kebutuhan praktikum

Dengan perencanaan yang baik, hasil lebih optimal untuk meningkatkan pembelajaran di *teaching factory* ini. Perencanaan ini dapat dilihat dari kesiapan sarana dan prasarana yang ada pada sekolah, kebutuhan alat, kosmetik dan bahan yang ada di Salon kecantikan dan spa sampai dengan pendanaan yang digunakan untuk membiayai semua kebutuhan di dalam Salon kecantikan dan spa *teaching factory*.

Perencanaan pengelompokan program

kerja yang baik tentunya akan lebih maksimal dengan adanya susunan pengorganisasian. Hasil penelitian mengenai pengorganisasian program *teaching factory* di Salon kecantikan dan spa memberikan gambaran bahwa pengorganisasian program kerja Salon kecantikan dan spa *teaching factory* SMK Negeri 8 Bandar Lampung sudah tersusun secara sistematis koordinasi dan kerja sama antara pihak ketua kompetensi keahlian/kepala jurusan yang mengkoordinir terlaksananya pembelajaran tentunya bersama ketua salon, guru-guru kejuruan dan toolman di Salon kecantikan dan spa *teaching factory* Tata Kecantikan yang kemudian dilaporkan kepada sekolah

Pelaksanaan pembelajaran *teaching factory* di Salon kecantikan dan spa *teaching factory* SMK Negeri 8 Bandar Lampung dilakukan dengan membuat pengelompokan siswa berdasarkan kompetensi dan tingkatannya. Pengawasan manajemen sanggar *teaching factory* di SMK Negeri 8 Bandar Lampung dilakukan secara integritas dan terpadu oleh semua komponen sekolah.

Secara formal pengawasan manajemen dilakukan oleh satuan pendidikan yang memantau pelaksanaan manajemen di sekolah. Pelaksanaan pengawasan di sekolah dilakukan oleh wakil kepala sekolah, dari empat wakil kepala sekolah mengawasi sesuai dengan bidangnya, sebagai contoh wakil kepala sekolah bagian kurikulum bertanggung jawab atas pelaksanaan pembelajaran, wakil kepala sekolah bidang sarana dan prasarana bertanggung jawab terhadap sarana dan prasarana yang ada di sekolah.

Hal tersebut yang nantinya akan dilaporkan oleh enam wakil kepala sekolah kepada kepala sekolah yang nantinya akan dilakukan evaluasi terhadap program yang dilaksanakan. Sedangkan pengawasan pada sanggar secara langsung dilakukan oleh ketua kompetensi keahlian tata kecantikan yang akan memeriksa serta mengawal jalannya kegiatan di Salon kecantikan dan spa *teaching factory* di SMK Negeri 8 Bandar Lampung.

Berikut merupakan tabel matriks SWOT.

Melalui hasil pemaparan strategi alternatif yang dipaparkan pada gambar 1 di bawah, diperoleh beberapa strategi alternatif yang sesuai dengan kondisi dari Salon kecantikan dan spa dan dapat digunakan untuk membantu pengembangan Salon kecantikan dan spa yaitu :

Gambar 1. Strategi Alternatif Pengembangan Model Salon

<p>Internal</p> <p>Eksternal</p>	<p>Kekuatan (Strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> Selalu memberikan pelayanan terbaik (S1) Menjaga untuk selalu up to date (S2) Memiliki pengelolaan keuangan yang baik (S3) 	<p>Kelemahan (Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> Minimnya usaha dalam aspek pemasaran (W1) Kurang efektifnya jumlah karyawan (W2) Kurangnya kompetensi siswa piket (W3) Kurangnya tenaga kerja profesional (W4)
	<p>Peluang (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> Belum ada daya salon yang mendominasi di daerah sekitar sanggar kecantikan skapan (O1) Banyaknya variasi pelanggan yang berminat ke salon (O2) Daya tawar pemasok dan pelanggan yang tidak terlalu tinggi (O3) 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> Menambah program-program untuk menjaga loyalitas pelanggan seperti member, voucher, atau diskon (SO1) Memberi harga khusus yang lebih murah untuk pelajar (SO2)
<p>Ancaman (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> Persaingan yang sangat ketat (T1) Banyaknya pesaing baru (T2) Adanya produk pengganti (T3) 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> Memberikan promo-promo seperti harga khusus untuk pelajar, diskon, gratis potong rambut atau <i>creambath</i> untuk setiap berapa kali potong (ST1) Membuat dekorasi ruangan sanggar kecantikan skapan lebih bagus dan nyaman sehingga pelanggan lebih nyaman (ST2) 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> Merekrut siswa piket baru yang berkompeten dan ingin belajar (WT1) Menambah program-program yang menambah loyalitas dan kompetensi siswa (WT2) Memberi diskon atau gratis potong rambut, <i>creambath</i>, atau semir dan spa untuk setiap kedatangan 10 kali (WT2)

Sumber : diolah peneliti, 2024.

Berdasarkan gambar 1. Dapat dijelaskan bahwa: strategi SO merupakan strategi yang digunakan oleh suatu usaha untuk mengambil peluang yang ada dengan menggunakan kekuatan yang dimilikinya. Strategi SO dalam penelitian ini adalah menambah program-program untuk menjaga loyalitas pelanggan. Strategi WO strategi ini merupakan strategi yang meminimalisir kelemahan yang dimiliki perusahaan sembari mengambil peluang yang ada. Strategi WO dalam penelitian ini adalah yang pertama meningkatkan promosi seperti membuat brosur dan diskon untuk menggapai segmen customer pria.

Strategi ST berfokus pada penggunaan kekuatan yang dimiliki suatu usaha untuk

menangkal ancaman yang ada. Strategi ST dalam penelitian ini adalah yang pertama memberikan promo-promo seperti harga khusus untuk pelajar, diskon, atau gratis potong rambut atau *creambath* untuk setiap berapa kali potong. Strategi WT merupakan strategi defensif yang digunakan untuk meminimalisir kelemahan yang dimiliki oleh sebuah usaha sembari menghindari ancaman yang ada.

Berikut merupakan tabel analisis matriks *Business Model Canvas*. Melalui hasil pemaparan strategi alternatif yang dipaparkan pada gambar 2 di bawah, diperoleh beberapa strategi alternatif yang sesuai dengan kondisi dari Salon kecantikan dan spa dan dapat digunakan untuk membantu pengembangan model.

Gambar 2. Matriks *Business Model Canvas* Pengembangan Model Salon

Business Model Canvas		Designer:	Desainnya:	Date:	Version:
		Restika Indah	Sanggar kecantikan skapan	15/06/2023	
<p>Key Partners</p> <ol style="list-style-type: none"> Brand produk kecantikan Brand produk perawatan spa Supplier dan salon 	<p>Key Activities</p> <ol style="list-style-type: none"> Pelayanan Premium Program loyalitas pelanggan 	<p>Value Propositions</p> <ol style="list-style-type: none"> Jaminan Hasil Perawatan Fasilitas Bersih dan Sehat Menggunakan produk BPOH dan Herbal Layanan Pakse & manicure Layanan Hair Treatment 	<p>Customer Relationships</p> <ol style="list-style-type: none"> Perawatan Prita Kerjasama dengan anjalis Menyediakan berbagai promo serta diskon untuk pita dan pelanggan lokal 	<p>Customer Segments</p> <ol style="list-style-type: none"> Perempuan dan laki-laki Generasi Z, pengguna media sosial 	
<p>Key Resources</p> <ol style="list-style-type: none"> Aset Manusia Finansial 			<p>Channels</p> <ol style="list-style-type: none"> Pameran Sekolah Penjualan Pemasaran Di Sosial Media dan Media Partner 		
<p>Cost Structure</p> <p>Biaya Variabel</p> <ul style="list-style-type: none"> Operasional Pemasaran Fee Siswa Piket (Gaji) <p>Biaya Tetap</p> <ul style="list-style-type: none"> Alat-Alat Salon dan listrik Bangunan 		<p>Revenue Streams</p> <ol style="list-style-type: none"> Penjualan produk - produk spa Penjualan produk-produk perawatan rambut 			

Sumber : diolah peneliti, 2024

Sebuah Model Bisnis adalah gambaran pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Model Bisnis diibaratkan cetak biru strategi yang diterapkan melalui struktur organisasi, proses, dan sistem sebagai berikut:

1) *Customer Segments* adalah kelompok orang atau organisasi yang dituju oleh perusahaan untuk dilayani. Berdasarkan tabel 10, dapat diketahui bahwa yang menjadi *customer segments* Salon kecantikan dan spa perempuan dan laki-laki segala usia dan juga generasi milenial/ Gen z yang aktif bersosial media. Pada kondisi saat ini *customer segments* yang mendominasi Salon kecantikan dan spa adalah generasi z berjenis kelamin laki laki untuk perawatan rambut dan jenis kelamin

- perempuan pada perawatan spa.
- 2) *Value propositions* adalah nilai (atau manfaat) yang ditawarkan oleh Salon kecantikan dan spa yaitu jaminan hasil perawatan yang memuaskan, fasilitas salon yang bersih dan sehat, menggunakan produk-produk Halal dan BPOM, layanan *padicure* dan *madicure* serta *hair treatment*.
 - 3) *Channels* adalah wadah untuk berkomunikasi dan menjangkau pelanggan untuk menyampaikan *value propositions* yang ditawarkan. *Channels* berfungsi dalam menjaga hubungan yang baik produsen dengan para pelanggannya. Pada blok ini Salon kecantikan dan spa *channels* nya antara lain pameran sekolah, penjualan offline, pemasaran melalui sosial media dan juga media partner.
 - 4) *Customer relationships*, peneliti menemukan bahwa salon kecantikan skapan ada pada kategori *Co-creation*. Dalam hubungan *Co-creation*, pola hubungan didasarkan pada interaksi dilakukan secara tradisional, artinya pelanggan dapat secara langsung dalam jenis hubungan ini, perusahaan melibatkan pelanggan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan itu sendiri. *Customer relationships* Salon kecantikan dan spa yaitu pembelian putus, kerjasama dengan SMK Negeri 8 Bandar Lampung dan Menyediakan berbagai diskon dan promo menarik bagi pelajar dan konsumen loyal.
 - 5) *Revenue streams* atau aliran pendapatan adalah pemasukan yang biasanya diukur dalam bentuk uang diterima perusahaan dari pelanggannya. *Revenue streams* Salon kecantikan dan spa antara lain penjualan produk produk spa dan juga produk produk perawatan rambut.
 - 6) *Key Resources* adalah sumber daya yang memungkinkan Salon kecantikan dan spa menjalankan *key activities* untuk menawarkan *value propositions* menjangkau pasar, menjaga hubungan dengan segmen pelanggan, sehingga mendapatkan *revenue streams*. Dari tabel

dias dapat diketahui bahwa SDM, keuangan serta aset berupa bangunan dan alat alat salon.

- 7) *Key activities* pada pelayanan adalah untuk membantu mengatasi masalah yang dihadapi pelanggan, untuk memberikan solusi-solusi bagi mereka. Aktivitas pemasaran yang dilakukan Salon kecantikan dan spa antara lain pelayanan premium dan program loyalitas pelanggan.
- 8) *Key Partnerships* Salon kecantikan dan spa terdiri dari brand produk perawatan rambut, brand produk spa dan supplier alat alat salon.
- 9) *Cost Structures* yang dikeluarkan pada Salon kecantikan dan spa terdapat 2 bagian yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap berisi tentang biaya operasional, fee siswa piket dan biaya pemasaran. Biaya tetap berisi biaya alat dan bangunan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan penelitian dilakukan di SMK Negeri 8 Bandar Lampung dilakukan melalui pengembangan model manajemen *teaching factory* di Sanggar kecantikan skapan dalam upaya meningkatkan kompetensi keahlian serta pengembangan mutu pembelajaran di SMK Negeri 8 Bandar Lampung. Pada pengembangan model manajemen melalui proses POAC (*Planing, Organizating, Actuating and Controlling*). Perencanaan dalam *teching factory* di SMK Negeri 8 Bandar Lampung Secara umum perencanaan merupakan proses penentuan tujuan organisasi (perusahaan) dan kemudian menyajikan (mengartikulasikan) dengan jelas strategistrategi (program), taktik-taktik (tata cara pelaksanaan program) dan operasi (tindakan) yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan secara menyeluruh (Cucu, 2021).

Alptekin et al. (2021), memaparkan bahwa *teaching factory* memiliki tujuan ganda. Salah satunya adalah untuk memungkinkan siswa untuk mengembangkan skala kecil

produk industri serta jasa. Pembangunan melibatkan membuat *prototype* dan konsep dasar dari *teaching factory* dan kemajuan sampai saat ini disajikan sebagai berikut bagian informasi lebih lanjut tentang berbagai proyek yang sedang berlangsung. Oleh karena itu perencanaan dalam *teaching factory* di Sanggar kecantikan skapan diawali dengan membuat perencanaan program kerja yang disesuaikan dengan visi dan misi sekolah. Perencanaan program kerja ini merupakan tindak lanjut setelah penentuan visi sekolah. Perencanaan ini sangat penting agar visi sekolah dapat dicapai secara terencana dan tersistematis.

Organizing berasal dari kata organon dalam bahasa Yunani yang berarti alat, yaitu proses pengelompokan kegiatan kegiatan untuk mencapai tujuan-tujuan dan penugasan setiap 13 kelompok kepada seorang manajer (Kurniawati, 2021). Menurut Purwanto (2022), juga mengemukakan bahwa model pengelolaan TEFA SMK sesuai kebutuhan dunia usaha dan industri yang dirumuskan dan diuji coba bersama dengan kelompok model (guru, pengelola SMK, dan *stakeholders*/ dunia industri). Perencanaan pengelompokan program kerja yang baik tentunya akan lebih maksimal dengan adanya susunan pengorganisasian.

Hasil penelitian mengenai pengorganisasian program *teaching factory* di Sanggar kecantikan sekapan memberikan gambaran bahwa pengorganisasian program kerja Sanggar *teaching factory* SMK 8 Bandar Lampung sudah tersusun secara sistematis koordinasi dan kerja sama antara pihak ketua kompetensi keahlian/kepala jurusan yang mengkoordinir terlaksananya pembelajaran tentunya bersama ketua salon, guru-guru kejuruan dan *toolman* di Sanggar *teaching factory* Tata Kecantikan yang kemudian dilaporkan kepada sekolah. Meskipun masih perlu adanya perbaikan secara berkelanjutan mengenai pembagian tugas dan susunan administratif organisasi.

Pelaksanaan merupakan salah satu fungsi manajemen yang sangat penting, karena tanpa pelaksanaan terhadap apa yang telah direncanakan dan diorganisasikan tidak akan

pernah menjadi kenyataan (Nurrohma & Adistana, 2021). Pelaksanaan pembelajaran *teaching factory* di Sanggar kecantikan sekapan SMK Negeri 8 Bandar Lampung dilakukan dengan membuat pengelompokan siswa berdasarkan kompetensi dan tingkatannya. Hal ini sejalan dengan Hadlock et al. (2018), yang menjelaskan bahwa tujuan *teaching factory* adalah menyadarkan bahwa mengajar siswa seharusnya lebih dari sekedar apa yang terdapat dalam buku. Peserta didik tidak hanya mempraktikkan *soft skill* dalam pembelajaran, belajar untuk dapat bekerja secara tim, melatih kemampuan komunikasi secara interpersonal, tetapi mendapatkan pengalaman secara langsung dan latihan bekerja untuk memasuki dunia kerja nantinya. Dalam pelaksanaan *teaching factory* di Sanggar kecantikan sekapan SMK Negeri 8 Bandar Lampung, juga terdapat beberapa aspek yang melandasi pelaksanaannya yaitu : aspek Sumber daya manusia (SDM), aspek partnership, aspek sarana dan prasarana, dan aspek produk.

Pengawasan dimaksudkan untuk memantau sejauh mana kegiatan berjalan. Istilah pengawasan (*controlling*) sering juga disebut pengendalian yang merupakan salah satu fungsi manajemen yang berupa mengadakan penilaian, bila perlu mengadakan koreksi sehingga apa yang dilakukan bawahan dapat diarahkan kejalan yang benar dengan maksud tercapainya tujuan yang sudah digariskan semula (Irham & Purnamawati, 2022). Pengawasan manajemen Sanggar kecantikan sekapan SMK Negeri 8 Bandar Lampung dilakukan secara integritas dan terpadu oleh semua komponen sekolah. Secara formal pengawasan manajemen dilakukan oleh satuan pendidikan yang memantau pelaksanaan manajemen di sekolah.

Dari hasil penelitian dan studi lapangan dapat disimpulkan bahwa evaluasi program di Sanggar kecantikan sekapan SMK Negeri 8 Bandar Lampung melibatkan semua pihak pengelola, baik kepala sekolah, guru, maupun siswa. Evaluasi digunakan untuk membuat perencanaan selanjutnya. Adanya evaluasi

yang merupakan kelanjutan dari siklus perencanaan dan pelaksanaan maka di tahun mendatang perencanaan akan menjadi lebih baik, demikian pula dengan pelaksanaannya. Kemudian diperkuat dengan "*the sum of the learning activities and experience that a student has under the auspices or direction of the school*" (Finch dan Crunkilton, 1979).

Bahwasanya keberhasilan sekolah juga dilihat dari jumlah kegiatan dan pengalaman belajar yang dimiliki siswa di bawah naungan atau arah sekolah. Tetapi pada *teaching factory* di sekolah ini, perlu adanya evaluasi kebijakan untuk mendapatkan dan memperoleh target yang di inginkan. Evaluasi kebijakan pada dasarnya adalah suatu proses untuk menilai seberapa jauh suatu kebijakan membuahkan hasil yaitu dengan membandingkan antara hasil yang diperoleh dengan tujuan atau target kebijakan yang ditentukan (Nuraeni, 2022).

Secara keseluruhan, strategi alternatif untuk pengembangan manajemen Sanggar kecantikan skapan merupakan combination strategy (strategi kombinasi), dimana peneliti menganjurkan strategi penetrasi pasar untuk mengatasi masalah atau kekurangan pada aspek pemasaran, dan menganjurkan beberapa strategi alternatif untuk mengatasi masalah atau kekurangan pada aspek sumber daya manusia. Dari kesimpulan yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan beberapa saran bagi Sanggar kecantikan skapan. Saran tersebut secara khusus diberikan untuk aspek pemasaran dan aspek sumber daya manusia. Saran tersebut diberikan hanya untuk dua aspek tersebut karena peneliti menganggap bahwa kedua aspek itu merupakan yang paling utama dan yang paling perlu untuk diperbaiki. Berikut pemaparannya:

Alternatif strategi untuk Aspek Pemasaran :

- 1) Meningkatkan usaha promosi dengan mengikuti perkembangan jaman, yaitu melakukan promosi melalui media sosial seperti instagram, facebook, path, twitter, dan yang lainnya.
- 2) Membuat event-event yang dapat

mendukung usaha promosi seperti diskon 20% untuk hari-hari besar seperti lebaran dan natal.

- 3) Membuat brosur promosi atau selebaran untuk menjangkau masyarakat yang tidak terlalu mengikuti perkembangan jaman, seperti ibu-ibu yang gaptek.
- 4) Membuat promo-promo seperti diskon 20% atau gratis treatment untuk kedatangan ke berapa kali untuk menjangkau target customer pria.
- 5) Memberikan promo seperti harga khusus yang lebih murah untuk pelajar.

Alternatif strategi untuk Aspek Sumber Daya Manusia :

- 1) Memberikan training rutin kepada siswa kelas X untuk mempersiapkan jadwal piket menjaga sanggar kecantikan skapan saat memasuki kelas XI.
- 2) Meningkatkan pengawasan karyawan baik siswa piket baru maupun siswa piket lama.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pada penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan model manajemen *teaching factory* di SMK Negeri 8 Bandar Lampung ditinjau dari perencanaan sudah dilakukan dengan baik seperti peng administrasian waktu, alat-alat dan bahan pratikum pada sanggar; pengorganisasian *teaching factory* yang tersusun dengan baik mulai dari ketua kompetensi keahlian, ketua salon, guru mata pelajaran, dan toolman; pelaksanaan sudah dilakukan dengan baik; pengawasan dilakukan terpadu oleh seluruh komponen sekolah. hasil dari penerapan manajemen *teaching factory* memberikan bekal terjun di industri, kepercayaan dari DUDI, dan outputnya terserap dengan baik oleh dunia industri.

REFERENCES

Alptekin, S.E. et al. 2021. *Teaching factory*.

- Proceedings of the 2021 american society for engineering education annual conference & exposition*. San Luis Obispo, 3563.
- Bafadal, I. (2018). *Manajemen Perlengkapan Sekolah. Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Bumi Aksara
- Cucu Sutianah. (2021). Peningkatan Kompetensi Kerja Berbasis Integrasi Soft Skills, Hard Skills Dan Entrepreneur Skills Program Keahlian Kuliner Melalui Penerapan Teaching Factory Smk. *INTELEKTIVA : JURNAL EKONOMI, SOSIAL DAN HUMANIORA*, 2(8). Retrieved from <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/596>
- Firdaus, S., Mulyawan, F. D., & Fajriana, M. (2021). Pengaruh Teaching Factory Terhadap Kreatifitas, Kompetensi, serta Inovasi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *Inovasi Kurikulum*, 18(1). <https://doi.org/10.17509/jik.v18i1.42672>.
- Hadlock, H. et al. 2018. From practice to entrepreneurship: rethinking the learning factory approach. *Proceeding of the 2018 iaic ijme international conference*, ISBN 978-1- 60643-379-9
- Irham, I., Harnawati, H., & Purnamawati, P. (2022). Kontribusi Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Sikap Keterampilan Berwirausaha Peserta Didik. *Academia: Jurnal Inovasi Riset Akademik*, 2(1), 35–40. <https://doi.org/10.51878/academia.v2i1.1119>.
- Kurniawati, E. (2021). *Manajemen sumber daya manusia*. Penerbit NEM.
- Muhitasari, R., & Purnami, A. S. (2021). Manajemen Pembelajaran Teaching Factory dalam Mewujudkan Jiwa Kewirausahaan pada Siswa. *Media Manajemen Pendidikan*, 4(2), 194–202. <https://doi.org/10.30738/mmp.v4i2.8206>.
- Nuraeni, Y. A. (2022). Peran Pendidikan Dalam Pembentukan Jiwa Wirausaha: Pendidikan Kewirausahaan. *Jurnal Ilmu Pendidikan (ILPEN)*, 1(2), 38–53. <https://doi.org/10.3709/ilpen.v1i2.18>
- Nurrohma, R. I., & Adistana, G. A. Y. P. (2021). Penerapan Model Pembelajaran Problem Based Learning dengan Media E-Learning Melalui Aplikasi Edmodo pada Mekanika Teknik. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(4), 1199–1209. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i4.544>.
- Pujiasih, E. (2020). Membangun Generasi Emas Dengan Variasi Pembelajaran Online Di Masa Pandemi Covid-19. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 5(1), 42–48. <https://doi.org/10.51169/ideguru.v5i1.136>.
- Purwanto, A. (2022). The Role of Leadership, Teaching Factory (TEFA) Program, Competence of Creative Products and Entrepreneurship On Entrepreneurial Interest of the Vocational School Students. *International Journal Of Social And Management Studies (IJOSMAS)*,. <https://doi.org/https://ssrn.com/abstract=4075412>
- Puspita, D. A., Muchlas, M., & Kuart, T. (2020). The Implementation of Teaching Factory to Improve Student Interest in Entrepreneurship at Multimedia Competencies. *Journal of Technology and Humanities*, 1(2). <https://doi.org/10.53797/jthkkss.v1i2.5.2020>.
- Putri, Y. E., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2019). Peningkatan Kualitas Hard Skill Dan Soft Skill Melalui Pengembangan Program Teaching Factory (Tefa) Di Smk Model Pgr 1 Mejayan. *PROMOSI : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2). <https://doi.org/10.24127/pro.v7i2.2511>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Triwardhani, I. J., Trigartanti, W., Rachmawati, I., & Putra, R. P. (2020). Strategi Guru dalam membangun komunikasi dengan Orang Tua Siswa di Sekolah. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 99. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23620>
- Wahyuni, H., Ahyani, N., & Tahrun. (2022). Implementasi Manajemen Model Teaching Factory di SMK. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 2781–2792. Retrieved from <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3321>.