



Peningkatan Kapabilitas Peserta Didik Vokasi Melalui *Teaching factory*: Inisiasi Inkubator Bisnis Produk Unggulan Siswa SMK

Iis Ismawati^{1*}, Riri Mardaweni², Sophia Fadhila Albany³, Irmawanti¹, Lisa Ayu Aryanti¹, Fransisca Debora³, Lilia Citra Ramadhanti³, Diah Kusumastuti³

¹Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Teknologi Bandung, Jl. Soekarno Hatta No. 378, Bandung, Indonesia, 041134

²Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Teknologi Bandung, Jl. Soekarno Hatta No. 378, Bandung, Indonesia, 041134

³Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Singaperbangsa Karawang, Jl. HS Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Karawang, Jawa Barat, Indonesia, 41361

*Email korespondensi: iis_ismawati@utb-univ.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received: 30 Sep 2025

Accepted: 28 Oct 2025

Published: 30 Nov 2025

Kata kunci:

Inkubator Bisnis;
Pemasaran Digital;
Teaching Factory;
Vokasi.

A B S T R A K

Background: *Teaching factory* (TeFa) di SMK MedikaCom Bandung telah berhasil mengembangkan berbagai produk unggulan, namun menghadapi kendala serius dalam aspek pemasaran dan standardisasi produk yang menghambat potensi komersialisasi. Keterbatasan ini meliputi belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi, lemahnya identitas merek, dan minimnya pemanfaatan pemasaran digital. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapabilitas siswa melalui serangkaian pelatihan yang komprehensif guna menginisiasi pembentukan inkubator bisnis. **Metode:** Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi pendekatan partisipatif melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan intensif yang mencakup empat pilar utama: (1) penyusunan SOP dan alur proses produksi; (2) desain kemasan dan branding menggunakan Canva; (3) pembuatan konten promosi; serta (4) pengelolaan *platform* penjualan di *marketplace*. **Hasil:** Hasil kegiatan ini berhasil menghasilkan purwarupa desain produk, draf SOP, serta akun penjualan yang siap diaktifkan. Selain itu, kegiatan ini secara keseluruhan, 80% peserta sangat setuju dan 33,33% setuju, bahwa pelatihan ini memberikan manfaat besar bagi mereka dalam pengembangan kegiatan TeFa selanjutnya. **Kesimpulan:** Kegiatan ini berhasil menjawab persoalan prioritas yang dihadapi sekolah. Sebagai tindak lanjut, terbentuk inisiasi unit inkubator bisnis yang dikelola siswa untuk memastikan keberlanjutan program secara mandiri.

A B S T R A C T

Keyword:

Business Incubator;
Digital marketing;
Teaching factory;
Vocational.

Background: The *Teaching factory* (TeFa) at SMK MedikaCom Bandung has successfully developed various superior products, but faces serious obstacles in marketing and product standardization that hamper its commercialization potential. These limitations include the absence of a production Standard Operating Procedure (SOP), a weak brand identity, and minimal use of digital marketing. This community service program aims to improve student capabilities through a series of comprehensive training to initiate the formation of a business incubator. **Method:** The implementation method used includes a participatory approach through socialization, training, and intensive mentoring that covers four main pillars: (1) preparation of SOPs and production process flows; (2) packaging and branding design using Canva; (3)

creation of promotional content; and (4) management of sales platforms in the marketplace. **Result:** The results of this activity successfully produced product design prototypes, draft SOPs, and sales accounts that are ready to be activated. In addition, overall, 80% of participants strongly agreed and 33.33% agreed that this training provided significant benefits for them in developing further TeFa activities. **Conclusion:** This activity successfully addressed the priority issues faced by the school. As a follow-up, a student-managed business incubator unit was established to ensure the program's independent sustainability.



© 2024 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

PENDAHULUAN

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah salah satu Lembaga pendidikan sekolah menengah yang bertujuan untuk menyiapkan tenaga kerja berkualitas dengan mengenali sumber potensial sesuai dengan kebutuhan industri. Menurut peraturan perundang-undangan pendidikan harus mengacu pada nilai agama, kebudayaan nasional yang dapat memenuhi permintaan zaman ([Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, 2003](#)). Namun, saat ini Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) untuk tamatan SMK masih tergolong tinggi mencapai 4,82% dan masih merupakan paling tinggi dibandingkan tamatan jenjang pendidikan lainnya yaitu sebesar 8,62% dan di posisi kedua yakni TPT tamatan SMA sebesar 6,73%. Sementara itu, TPT yang paling rendah adalah pendidikan SD ke bawah, yaitu sebesar 2,38% ([Revo M, 2024](#)). Dalam konteks ini, pendidikan vokasi memiliki peran fundamental dalam mencetak sumber daya manusia yang memiliki keterampilan praktis dan siap kerja, dirancang untuk memenuhi kebutuhan langsung Dunia Usaha dan Dunia *Industry* (DUDI) melalui pembelajaran kolaboratif *teaching factory* ([Riki Satia Muharam et al., 2025](#)). Oleh karena itu, SMK harus terus berupaya meningkatkan sistem pendidikan agar memenuhi aspek – aspek tersebut dengan menerapkan teknologi berbasis digital.

SMK MedikaCom Bandung merupakan sekolah vokasi yang memiliki beberapa program keahlian jurusan diantaranya Akuntansi, Kuliner, Teknik Pemesinan, Teknik Sepeda Motor, Farmasi Klinis dan Komunitas, Teknik Kendaraan Ringan, Rekayasa Perangkat Lunak, Teknik Komputer dan Jaringan dan Desain Komunikasi Visual yang memiliki jumlah siswa aktif sebanyak 884 siswa ([Profil SMK MedikaCom Bandung, 2024](#)) yang berlokasi di Jalan Rancabolang-Soekarno Hatta Bandung. Saat ini, SMK MedikaCom Bandung sebagai mitra juga merupakan penunjukkan SMK Pusat Keunggulan (SMK-PK) yang merupakan program pengembangan SMK sebagai sekolah penggerak dan pusat peningkatan kualitas dan kinerja SMK lainnya. Program SMK-PK menuntut sekolah untuk mampu menghasilkan lulusan yang kompeten pada kompeten keahlian untuk dapat terserap di dunia usaha, *industry*, dan dunia kerja (DUDIKA) ([Kemendikbud, 2023](#)) sehingga sekolah perlu melakukan penerapan kurikulum yang berbasis dunia kerja (demand driven curriculum), peningkatan kompetensi guru dan manajemen sekolah, penguatan kemitraan dengan industri dan adanya *teaching factory* (TeFa) sebagai sarana utama pembelajaran berbasis produksi. Konsep TeFa dirancang untuk membawa suasana industri ke dalam sekolah, sehingga siswa dapat memperoleh keterampilan praktis dan pengalaman dalam lingkungan kerja yang nyata ([Sueb & Churiyah, 2023; Zulbaidah & Giatman, 2024](#)).

TeFa merupakan model pembelajaran di SMK yang menyelaraskan proses pembelajaran dengan standar dan prosedur *industry* (Aryana et al., 2023). TeFa memiliki suatu konsep belajar yang dapat menjembatani kesenjangan kompetensi antara kebutuhan *industry* dengan sekolah yang cukup efektif karena siswa dapat belajar di kelas dengan tingkat eksperimen lebih tinggi (Gozali et al., 2018). Prinsip-prinsip TeFA di SMK mencakup perangkat pembelajaran yang didesain sesuai dengan kebutuhan Masyarakat, siswa terlibat secara langsung dalam proses belajar berbasis produksi sehingga kompetensi siswa berkembang sesuai dengan standard dan aturan kerja yang berlaku di DUDI (Sani, R. A., Dwiyono, G., & Santosa, 2020). Melalui TeFa, siswa mendapatkan pengalaman langsung yang menekankan keterampilan teknis dan karakter kewirausahaan (Sueb & Churiyah, 2023). Bagi SMK yang menjadi pusat keunggulan, TeFa adalah sarana strategis untuk menunjukkan keunggulan layanan pembelajaran berbasis *industry*, sekaligus untuk meningkatkan daya saing lulusan (Zulbaidah & Giatman, 2024). Dengan TeFa, SMK-PK tidak hanya menjadi Lembaga Pendidikan, tetapi juga sebagai pusat inovasi dan inkubasi produk/jasa yang berorientasi pada pasar. Inkubator bisnis dapat membentuk karakter kewirausahaan siswa dengan memfokuskan pengembangan proses kreativitas, keterampilan, kepercayaan diri, manajemen waktu, kepemimpinan, berpikir kritis dan analitis, komunikasi dan relasi secara baik (Rahmi, 2019). Inkubator bisnis berfungsi sebagai wadah untuk mengasah karakteristik dan nilai-nilai hakiki kewirausahaan, seperti kreativitas, inovasi, keberanian menghadapi risiko, dan orientasi pada hasil, yang menjadi modal dasar kesuksesan seorang wirausahawan (Suryana, 2013).

Beberapa jurusan pada sekolah mitra telah memiliki pengembangan produk hasil pembelajaran seperti:

1. Produk Jurusan Rekayasa Perangkat Lunak

Pengembangan hasil pembelajaran pembuatan *website*, pembuatan *Learning Management Sistem* (LMS), pembuatan sistem informasi manajemen sekolah (SIMS), *game 2D*, *game 3D*, *virtual reality*, *3D development* seperti (Gambar 1).



Gambar 1. Produk Jurusan Rekayasa Perangkat Lunak

2. Produk Jurusan Kuliner

Pengembangan hasil pembelajaran pembuatan beberapa jenis makanan seperti (Gambar 2).



Gambar 2. Produk Jurusan Kuliner

3. Produk Jurusan Farmasi

Pengembangan hasil pembelajaran pembuatan lipbalm dan lipscrub alami, lilin aromaterapi, deodorant spray dan minyak angin aromaterapi seperti (Gambar 3).



Gambar 3. Produk Jurusan Farmasi

Berdasarkan hasil dari diskusi terdapat beberapa keterbatasan yang disampaikan oleh mitra, antara lain rendahnya kapasitas siswa dalam menghasilkan produk yang sesuai standar pasar, belum adanya SOP produksi yang terdokumentasi dengan baik, lemahnya identitas dan promosi produk, serta kurangnya pemahaman dalam pemasaran digital. Kelemahan ini menjadi hambatan serius, mengingat pemasaran digital bukan lagi pilihan melainkan kebutuhan mutlak bagi sebuah usaha untuk dapat bertahan dan berkembang (Bisono et al., 2024; Lina Dwi Astutik et al., 2024). Selain itu, keterbatasan ini berdampak langsung pada optimalisasi TeFa sebagai model pembelajaran berbasis dunia kerja. Dalam rangka mendukung pengembangan kapasitas tersebut, pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dirancang untuk menjadi solusi yang aplikatif dan kontekstual. Melalui kolaborasi lintas ilmu tim dosen Teknik Informatika akan berperan dalam penguatan literasi digital, pembuatan media promosi, konten visual, desain katalog, serta pendampingan pembuatan akun media sosial dan *marketplace*. Di sisi lain, tim Teknik Industri akan fokus pada pelatihan penyusunan SOP produksi, efisiensi proses kerja, pengembangan identitas produk (branding), dan pendampingan pengelolaan inkubator mini bisnis.

MASALAH

Terdapat 2 (dua) aspek yang menjadi fokus permasalahan mitra, seperti: masalah pada aspek sosial kemasyarakatan dan asalah pada aspek pemasaran. Namun, permasalahan prioritas yang akan ditanggulangi pada pelaksanaan PkM ini diantaranya:

1. Belum optimalnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pemanfaatan TeFA sebagai ruang pembelajaran kolaboratif
2. Keterbatasan alat produksi yang menyesuaikan kebutuhan industri
3. Minimnya keterampilan teknis dalam menghasilkan produk unggulan

4. Minimnya keterampilan mitra dalam proses pembuatan standar operasional prosedur (SOP) dan dokumentasi proses pembuatan produk unggulan
5. Minimnya keterampilan mitra dalam mengidentifikasi identitas produk unggulannya (merek, logo, dan konten promosi)
6. Lemahnya kapasitas pemasaran produk unggulan siswa (penggunaan tools design, dan pendaftaran *marketplace*)

METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan pada PkM ini sesuai dengan kebutuhan mitra dengan tahapan, sebagai berikut:

Persiapan

Persiapan diawali dengan melakukan diskusi (FGD / *Focus Group Discussion*) bersama dengan mitra.

Pelatihan

Pelatihan yang dilakukan diantaranya:

1. Pelatihan aplikasi desain dan *digital marketing* menggunakan Canva
2. Pelatihan pembuatan SOP produksi, layout kerja sederhana dan alur proses dari bahan baku sampai produk siap jual
3. Pelatihan membuat akun di *marketplace*, media sosial untuk promosi dan penjualan
4. Pelatihan pembuatan konten promosi produk (poster digital, video, katalog digital)

Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Pendekatan evaluasi yang digunakan bersifat komprehensif, menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif diimplementasikan melalui penyebaran kuesioner kepada seluruh peserta yang hadir pada awal kegiatan (*pre-test*) dan akhir kegiatan (*post-test*) dengan pertanyaan yang sama untuk melihat pengaruh dari kegiatan. Instrumen ini bertujuan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta terkait tiga pilar utama pelatihan: (1) Desain dan Pemasaran Digital, (2) Standardisasi Proses Produksi (SOP), serta (3) Pembuatan Konten dan Pengelolaan *marketplace*. Selain itu, evaluasi juga dilakukan dengan metode kualitatif melalui observasi partisipatif selama sesi praktik dan diskusi reflektif di akhir setiap sesi.

Keberlanjutan program

Untuk menjamin keberlanjutan program setelah periode pengabdian berakhir, dirancang dua strategi utama yang berfokus pada pelembagaan dan kemandirian. Pertama, dilakukan pelembagaan keterampilan melalui serah terima seluruh materi dan modul pelatihan kepada pihak mitra. Kedua, program ini menginisiasi pembentukan unit inkubator bisnis siswa sebagai wadah formal untuk mengelola produksi dan pemasaran produk-produk unggulan sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan Persiapan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini, dimulai dari persiapan program (Gambar 4) yang meliputi survei lapangan dan koordinasi awal bersama mitra yaitu yang melibatkan pimpinan sekolah beserta guru dari berbagai jurusan. Tujuan utama FGD ini adalah untuk sosialisasi program serta melakukan pemetaan awal terhadap potensi produk-produk unggulan yang telah dihasilkan siswa melalui kegiatan TeFa. Hasil dari tahap persiapan ini adalah sebuah rencana kerja yang terstruktur dan disepakati bersama, yang menjadi dasar untuk pelaksanaan tahap pelatihan dan pendampingan selanjutnya.



Gambar 4. Kegiatan Tahap Persiapan

Pelatihan SOP Produksi, Layout Kerja Sederhana dan Alur Proses dari Bahan Baku Sampai Produk Siap Jual

Pelatihan dilakukan pada Rabu, 27 Agustus 2025 yang secara langsung menjawab permasalahan mendasar yang teridentifikasi pada tahap analisis situasi, yaitu belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) yang terdokumentasi dengan baik, sehingga kualitas produk yang dihasilkan siswa cenderung tidak konsisten dan belum memenuhi standar pasar (Gambar 5). Tujuan utama dari sesi ini adalah untuk menanamkan pemahaman kepada siswa mengenai pentingnya prosedur kerja yang terstandar, penataan ruang kerja yang efisien, dan alur proses yang jelas, sebagai pilar utama dalam menghasilkan produk yang berkualitas secara konsisten dan efisien. Pelatihan ini sejalan dengan prinsip bahwa SOP merupakan alat panduan yang berguna untuk mengarahkan kegiatan operasional ke arah yang benar, sehingga kualitas dan konsistensi produk dapat terjaga sesuai harapan pasar (Astutik et al., 2024).

Metode pelatihan dirancang secara interaktif, menggabungkan pemaparan materi, studi kasus, dan sesi praktik langsung. Tim pengabdi menjelaskan konsep dasar SOP sebagai dokumen instruksi kerja yang dibakukan untuk menjamin konsistensi kualitas, efisiensi biaya, dan keamanan produk. Pelatihan ini memberikan dampak signifikan terhadap cara pandang siswa dalam proses produksi. Sebelumnya, fokus utama siswa hanya sebatas pada cara membuat produk, namun setelah pelatihan, mereka mulai memahami pentingnya "memanufaktur" produk dengan standar yang jelas. Sesi praktik menunjukkan bahwa siswa mampu mengidentifikasi langkah-langkah kritis dalam proses produksi mereka dan menuangkannya ke dalam draf SOP sederhana. Kemampuan ini merupakan fondasi esensial bagi keberlanjutan inkubator bisnis, karena SOP yang terdokumentasi akan memudahkan proses pelatihan anggota baru, menjaga

kualitas produk tetap sama siapapun yang membuatnya, dan yang terpenting, memudahkan pelacakan kesalahan (error tracking) jika terjadi kegagalan produk.



Gambar 5. Kegiatan Pelatihan SOP Produksi, Layout Kerja Sederhana dan Alur Proses dari Bahan Baku Sampai Produk Siap Jual

Pelatihan Aplikasi Desain dan *Digital marketing* Menggunakan Canva

Pelatihan aplikasi desain dan *digital marketing* merupakan salah satu kegiatan inti dalam program pengabdian ini, yang dirancang secara spesifik untuk menjawab permasalahan lemahnya identitas produk dan minimnya kapasitas pemasaran digital yang dihadapi oleh siswa. Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 19 September 2025 ini bertujuan untuk membekali para siswa dan guru pendamping dengan keterampilan praktis dalam menciptakan konten promosi visual yang menarik dan profesional. Pelatihan ini menjadi fondasi penting karena konten visual yang menarik merupakan kunci utama dalam strategi pemasaran digital untuk membangun citra merek (brand image) dan kepercayaan konsumen, terutama pada *platform* seperti Instagram dan TikTok (Chaniago et al., 2025).

Metode pelaksanaan pelatihan menggunakan pendekatan partisipatif yang menggabungkan sesi pemaparan materi, diskusi interaktif, dan praktik langsung (hands-on practice). Pada sesi awal, tim pengabdi memberikan materi mengenai konsep dasar *digital marketing*, pentingnya branding (identitas merek), dan psikologi warna dalam desain untuk menarik minat konsumen. Selanjutnya, peserta diperkenalkan secara mendalam dengan aplikasi Canva sebagai tools atau perangkat yang mudah diakses dan ramah pengguna untuk mendesain berbagai media promosi. Materi praktik mencakup teknik pembuatan poster digital, brosur/katalog sederhana, dan konten untuk media sosial yang disesuaikan dengan karakteristik produk dari masing-masing jurusan di SMK MedikaCom.

Antusiasme peserta terlihat sangat tinggi selama kegiatan berlangsung. Pada sesi diskusi, banyak siswa yang aktif bertanya mengenai cara memilih font yang tepat, mengkombinasikan warna agar desain terlihat profesional, serta strategi untuk membuat konten yang relevan dengan target pasar anak muda. Dalam sesi praktik, para siswa yang dibagi ke dalam beberapa kelompok langsung mencoba membuat draf desain untuk produk unggulan jurusan mereka masing-masing, seperti produk kuliner dan farmasi (Gambar 6 dan Gambar 7). Tim pengabdi memberikan pendampingan secara intensif kepada setiap kelompok, memberikan umpan balik, dan membantu memecahkan kendala teknis yang dihadapi saat menggunakan fitur-fitur di Canva.



Gambar 6. Kegiatan Pelatihan Desain dan *Digital marketing* Menggunakan Canva

Untuk mengukur efektivitas dan dampak pelatihan secara kuantitatif, dilakukan evaluasi menggunakan *pre-test* dan *post-test* yang masing-masing terdiri dari 15 soal pilihan ganda. Tes ini diselenggarakan secara daring melalui *platform* wayground.com dan diikuti oleh 50 peserta. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan, di mana skor rata-rata peserta meningkat dari 79% pada saat *pre-test* menjadi 87% pada *post-test*. Peningkatan ini mengonfirmasi bahwa kegiatan pelatihan berhasil mencapai tujuannya dalam mentransfer pengetahuan dan keterampilan praktis. Kemampuan mendesain secara mandiri ini menjadi bekal dasar yang akan diaplikasikan lebih lanjut pada sesi pelatihan berikutnya, yaitu pembuatan konten promosi lanjutan dan pengelolaan akun di *marketplace*.



Gambar 7. Hasil Desain Produk TeFa Menggunakan Canva

Pelatihan Pembuatan Konten Promosi dan Pengelolaan *Platform* Penjualan Produk

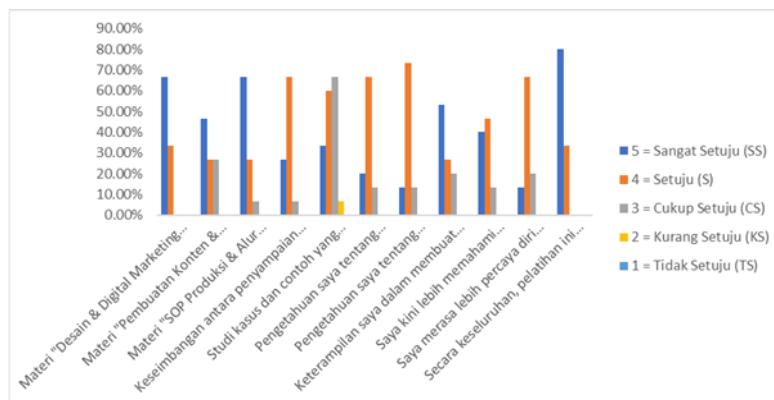
Tahap selanjutnya dari program pengabdian ini adalah membekali siswa dengan keterampilan praktis dalam pembuatan konten promosi dan pengelolaan *platform* penjualan yang diselenggarakan pada Selasa, 23 September 2025. Tujuan pelatihan ini adalah untuk mentransformasi kemampuan desain siswa menjadi konten promosi yang efektif dan siap dipublikasikan, serta memberikan panduan teknis untuk mengelola akun penjualan di *platform* digital seperti media sosial dan *marketplace*. Pengelolaan *platform* penjualan yang baik, didukung oleh konten yang kredibel dan informatif, merupakan kunci untuk membangun kepercayaan pelanggan (customer trust), yang terbukti menjadi faktor paling berpengaruh dalam mendorong niat beli, khususnya pada target pasar Gen Z (Nguyen et al., 2024).

Kegiatan pelatihan dimulai dengan pemaparan materi mengenai strategi pembuatan konten promosi yang menarik. Tim pengabdi menekankan pentingnya teknik *soft selling* dan *hard selling*, serta bagaimana mengaplikasikannya dalam konteks produk unggulan siswa. Peserta diajarkan mengenai tiga pilar utama konten, yaitu Edukasi (memberikan informasi bermanfaat terkait produk), Inspirasi (membangun koneksi emosional dengan audiens), dan Ajakan (Call to Action) (mengarahkan audiens untuk melakukan pembelian). Setelah sesi pembuatan konten, pelatihan

dilanjutkan dengan pengenalan dan praktik pengelolaan *platform* penjualan. Antusiasme peserta sangat tinggi, terutama saat sesi praktik pembuatan konten dan pendaftaran akun *marketplace*. Siswa secara aktif berdiskusi mengenai ide-ide konten kreatif untuk produk mereka dan langsung mempraktikkan teknik fotografi sederhana pada produk-produk yang telah mereka bawa.

Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Evaluasi program pelatihan dilakukan secara komprehensif untuk mengukur efektivitas dan dampak kegiatan terhadap peningkatan pengetahuan serta keterampilan praktis peserta. Metode evaluasi yang digunakan menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Secara kuantitatif, evaluasi dilakukan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 50 peserta di akhir rangkaian kegiatan. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan dan pemahaman peserta terhadap tiga pilar utama pelatihan: (1) Desain dan Pemasaran Digital, (2) Standardisasi Proses Produksi (SOP), serta (3) Pembuatan Konten dan Pengelolaan *Marketplace*. Pendekatan kualitatif juga digunakan melalui observasi partisipatif dan diskusi reflektif selama sesi pelatihan untuk menangkap dinamika, antusiasme, dan kendala yang dihadapi peserta.



Gambar 8. Hasil Evaluasi Kegiatan

Hasil evaluasi kuantitatif dari kuesioner menunjukkan tingkat penerimaan dan kepuasan yang tinggi dari para peserta. Berdasarkan data yang disajikan pada (Gambar 8), dapat dilihat bahwa untuk seluruh aspek yang dievaluasi, mayoritas responden memberikan penilaian "sangat setuju (SS)" dan "setuju (S)". Secara keseluruhan, 80% peserta sangat setuju dan 20% setuju, bahwa pelatihan ini memberikan manfaat besar bagi mereka dalam pengembangan kegiatan TeFa selanjutnya. Meskipun hasil evaluasi secara umum sangat positif, beberapa masukan konstruktif juga berhasil diidentifikasi untuk perbaikan di masa mendatang. Dari sesi diskusi dan isian kuesioner terbuka, beberapa peserta menyarankan agar durasi untuk sesi praktik, khususnya pada materi pengelolaan *marketplace*, dapat diperpanjang. Hal ini menunjukkan tingginya minat peserta untuk mendalami aspek teknis penjualan *online*.

Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program pengabdian ini dirancang dengan berfokus pada dua aspek utama: pelembagaan keterampilan di tingkat sekolah dan pembentukan unit usaha mandiri oleh siswa. Untuk memastikan keterampilan yang telah diajarkan tidak berhenti setelah pelatihan selesai, seluruh materi, termasuk modul SOP, desain, dan pengelolaan *marketplace*, diserahkan kepada

pihak sekolah untuk diintegrasikan ke dalam kurikulum atau kegiatan ekstrakurikuler *Teaching factory* (TeFa). Guru-guru yang telah ikut serta dalam pelatihan diharapkan dapat berperan sebagai fasilitator internal untuk membimbing siswa angkatan berikutnya. Sebagai tindak lanjut paling konkret, program ini berhasil menginisiasi terbentuknya unit inkubator bisnis siswa yang akan mengelola produksi dan pemasaran produk-produk unggulan sekolah. Tim pengabdi bersama pihak sekolah telah menyusun struktur organisasi sederhana untuk unit ini, di mana siswa yang paling aktif selama pelatihan akan menjadi pionir penggeraknya.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMK MedikaCom Bandung melalui inisiasi inkubator bisnis berbasis *Teaching factory* (TeFa) menunjukkan ketercapaian target yang cukup optimal serta relevan dengan kebutuhan mitra. Kegiatan ini berhasil menjawab persoalan prioritas yang dihadapi sekolah, antara lain keterbatasan standar operasional prosedur (SOP) produksi, lemahnya identitas dan promosi produk, rendahnya keterampilan pemasaran digital, serta minimnya pemahaman siswa terhadap proses manajemen produksi yang sesuai dengan kebutuhan industri. Melalui serangkaian tahapan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan berkelanjutan, siswa memperoleh peningkatan signifikan dalam kemampuan teknis maupun nonteknis, khususnya dalam menyusun SOP, merancang alur produksi yang efisien, mengembangkan identitas merek, memanfaatkan aplikasi desain, serta mengelola *platform* penjualan digital seperti *marketplace* dan media sosial. Dampak konkret dari program ini adalah terbentuknya unit inkubator bisnis siswa sebagai wahana pembelajaran kewirausahaan yang aplikatif dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat hubungan sekolah dengan dunia usaha, dunia industri, dan masyarakat (DUDIKA). Keberhasilan program ini mengafirmasi bahwa implementasi *teaching factory* yang terintegrasi dengan pendidikan kewirausahaan secara signifikan dapat meningkatkan keterampilan praktis siswa, menumbuhkan minat berwirausaha, dan mempersiapkan lulusan yang siap bersaing di dunia industri. Ke depan, direkomendasikan agar program serupa diperluas dengan melibatkan mitra industri secara lebih intensif, mengintegrasikan kegiatan inkubasi dalam kurikulum resmi sekolah, serta memperkuat sistem monitoring dan evaluasi berkelanjutan. Langkah tersebut diharapkan dapat menjamin keberlanjutan program, memperkuat kapasitas kewirausahaan peserta didik dalam menciptakan peluang usaha mandiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada pihak yang telah mendanai pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Tahun 2025 serta kepada mitra SMK MedikaCom Bandung, tim dosen dari Universitas Teknologi Bandung dan Universitas Singaperbangsa Karawang yang telah berkolaborasi lintas disiplin dalam pelaksanaan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryana, P. B. P., Widiartini, N. K., & Mertasari, N. M. S. (2023). Evaluasi Pelaksanaan *Teaching factory*. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 13(2), 122–138. <https://doi.org/10.23887/jpepi.v13i2.2657>
- Bisono, F., Juniani, A. I., Kurniawan, B. W., Setiawan, T. A., Sidi, P., Purnomo, A., Rachman, F., Ardliana, T., & Negeri, P. P. (2024). CAD-Based 3D Printing Education To Enhance The Competence Of Vocational Students of SMK Babat. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa, Dan Masyarakat*, 5(1), 94–100. <https://doi.org/10.24198/sawala.v5i1.5115251152>
- Chaniago, H., Bandung, P. N., & Hadiyat, Y. (2025). *PEMASARAN DIGITAL UNTUK UMKM (Strategi Murah dan Praktis Meningkatkan Penjualan di Instagram , WhatsApp , dan TikTok)* (Issue September). Oke Terbitkan Indonesia.
- Gozali, G., Dardiri, A., & Soekopitojo, S. (2018). Penerapan *Teaching factory* Jasa Boga untuk Meningkatkan Kompetensi Entrepreneur Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *JSHP (Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan)*, 2(1), 46. <https://doi.org/10.32487/jshp.v2i1.264>
- Kemendikbud. (2023). Buku Saku SMK Pusat Keunggulan. In *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan*,. <http://smkpk.ditpsmk.net/>
- Lina Dwi Astutik, Alimul Haqim, Ratih Pratiwi, & Endang Sarwiningsih Setyawulan. (2024). Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pada Ukm Produksi Peningkatan Penjualan Chatime Di Kota Semarang. *Jurnal Inovasi Kewirausahaan*, 1(3), 34–40. <https://doi.org/10.37817/jurnalinovasikewirausahaan.v1i3.3797>
- Profil SMK MedikaCom Bandung. (2024). Profil SMK MedikaCom Bandung. In <https://medikacom.sch.id/sambutan>.
- Rahmi, V. A. (2019). Inkubator ““Entrepreneur Passion”” Sebagai Wahana Generator Semangat dan Ketrampilan Berwirausaha Pelajar Menengah. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.30587/jre.v2i1.790>
- Revo M. (2024). Lulusan SMK Paling Banyak Nganggur, Pemerintah Kudu Piye? *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240508113817-128-536658/lulusan-smk-paling-banyak-anganggur-pemerintah-kudu-piye>
- Riki Satia Muhamar, Ufa Anita Afrilia, & Sudarma, S. (2025). Revitalisasi Pendidikan Vokasi Berbasis Kebutuhan Industri 4.0: Implikasi Kebijakan Pendidikan di Daerah Sub-Urban. *DIAJAR: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(3), 425–436. <https://doi.org/10.54259/diajar.v4i3.4440>
- Sani, R. A., Dwiyono, G., & Santosa, H. (2020). *Teaching factory*. CV Ridwan Abdullah Sani.
- Sueb, S., & Churiyah, M. (2023). Strategi Perencanaan Bisnis *Teaching factory* Dalam Meningkatkan Kemampuan Entrepreneurship Siswa Melalui SWOT (Studi Kasus SMK Darut Taqwa Purwosari Kab. Pasuruan). *JUBIMA : Jurnal Bintang Manajemen*, 1(2), 33–53.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses (Edisi 4)* (S. Empat (ed.)).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pub. L. No. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 4301 (2003).
- Zulbaidah, & Giatman, M. (2024). Implementasi Pembelajaran *Teaching factory* Lahirkan Wirausaha Tata Busana SMK Negeri 6 Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 7207–7213.