

Pelaksanaan Pembelajaran Kewirausahaan untuk Pengembangan Usaha Jasa Penitipan Anak di SMK Negeri 13 Sarolangun

Imam Khomsun

Guru SMKN 4 Sarolangun

Correspondance email: imamsmk13srl@gmail.com

Abstrak: SMK Negeri 13 Sarolangun, SMK Bidang Kesehatan dan Pekerjaan Sosial telah memiliki ruangan tempat penitipan anak yang sangat representative untuk melaksanakan usaha penitipan anak. Satu Gedung dengan ukuran 15 x 9 meter yang terdiri dari satu ruangan areal bermain ber AC seluas 9 x 9 meter yang dilengkapi dengan alat bermain anak yang lengkap, satu ruang tidur seluas 6 x 4,5 meter, dan ruang menyusui seluas 6 x 4,5 meter. SDM yang tersedia untuk antara lain 2 Orang yang berlatar belakang Pendidikan D-IV kebidanan, 3 orang berlatar belakang Pendidikan S-1 Keperawatan. Namun SDM maupun infra struktur di sekolah sebenarnya juga sudah cukup memadai, belum termanfaatkan dengan baik. Pembelajaran kewirausahaan di sekolah belum dilaksanakan dengan maksimal. Proses pembelajaran masih hanya sebatas teori dan belum diimplementasikan pada kegiatan-kegiatan yang dapat mendorong terbentuknya karakter kewirausahaan pada peserta didik. Pembelajaran kewirausahaan belum terintegrasi dengan pembelajaran kejuruan. Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan di SMK harus diintegrasikan dengan mata pelajaran kejuruan. Internaslisasi nilai-nilai kewirausahaan dalam pembelajaran kejuruan menjadi sangat penting untuk menumbuhkan kesadaran peserta didik dan terbentuk karakter kewirausahaan dan pembiasaan nilai-nilai kewirausahaan ke dalam prilaku peserta didik sehari-hari melalui proses pembelajaran. Penumbuhan karakter kewirausahaan bagi peserta didik harus ditunjang dengan aktifitas yang nyata terkait dengan pengembangan unit usaha di sekolah. Unit usaha di sekolah adalah kegiatan usaha yang dilakukan di dalam sekolah dan bersifat bisnis dengan memanfaatkan dan memberdayakan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh sekolah dan dikelola secara professional. Aktifitas bisnis ini dilakukan secara berkesinambungan dan diharapkan dapat menghasilkan produk maupun jasa dan mendatangkan keuntungan, yakni dengan membuka Jasa Penitipan Anak (Daycare). Kegiatan daycare di SMK Negeri 13 Sarolangun dilakukan dalam bentuk Teaching Factory (TeFa). TeFa adalah sarana produksi yang dioperasikan berdasarkan prosedur dan standar bekerja yang sesungguhnya untuk menghasilkan produk/jasa sesuai dengan kondisi nyata di Industri dan Dunia Kerja (IDUKA). TeFa SMK di definisikan sebagai “suatu konsep pembelajaran di SMK berbasis produksi (barang/jasa) yang mengacu kepada standar dan prosedur yang berlaku di IDUKA serta dilaksanakan dalam suasana seperti di lingkungan IDUKA”, dalam pelaksanaannya menuntut kemitraan pihak IDUKA. Kegiatan ini dilaksanakan terintegrasi dengan pembelajaran, terutama mata pelajaran kewirausahaan dan kejuruan, khususnya Program Keahlian Layanan Kesehatan. Sebagai akibat diterapkannya pembelajaran berbasis produksi model TeFa, maka suasana SMK akan berubah bukan saja lingkungannya yang harus dikondisikan seperti di IDUKA, namun ekosistem dan atmosfer sekolah juga harus berubah seperti keadaan di IDUKA. Di luar kegiatan pembelajaran, sekolah akan disibukkan dengan kegiatan siswa yang melakukan kegiatan melakukan layanan jasa terhadap masyarakat yang merupakan prinsip dasar pembelajaran model TeFa. Untuk lebih memaksimalkan informasi kegiatan Daycare di SMK Negeri 13 Sarolangun Promosi dilakukan melalui mediasocial, seperti facebook, Instagram, youtube, dan lain-lain. Memilih pemanfaatan media social karena disamping jangkauannya lebih luas, sangat familier dengan calon pelanggan, dan berbiaya murah. Dengan demikian maka pelaksanaan pembelajaran Kewirausahaan dapat lebih efektif dengan melaksanakan kegiatan langsung yaitu pengembangan usaha jasa penitipan anak di SMKN 13 Sarolangun. Selain itu dalam pembelajaran juga dapat memberikan pengalaman bahwa pemanfaatan mediasocial sebagai media promosi memberikan pengalaman bagi siswa terutama terkait dengan cara promosi baik produk maupun jasa.

Kata Kunci: Pembelajaran, Kewirausahaan, Jasa Penitipan Anak, Mediasosial

Abstract.: SMKN 13 Sarolangun, Vocational School for Health and Social Work have had a very representative child care room to do child care business. One building with a size of 15 x 9 meters consisting of an air-conditioned play area with an area of 9 x 9 meters equipped with complete children's play equipment, one bedroom with an area of 6 x 4.5 meters, and a breastfeeding room with an area of 6 x 4.5 meters. HR available are 2 people with education background D-IV midwifery, 3 people with educational background S-1 Nursing. However Human resources and infrastructure at schools are actually adequate, not yet utilized well. Entrepreneurship learning at schools has not been implemented optimally. Learning process is still only a theory and has not been implemented in activities that can encourage the formation of entrepreneurial character in students. Learning

Imam Khomsun, *Pelaksanaan Pembelajaran Kewirausahaan untuk Pengembangan Usaha Jasa Penitipan Anak di SMK Negeri 13 Sarolangun*

entrepreneurship has not been integrated with vocational learning. Creative Product and Entrepreneurship Learning at Vocational High Schools must be integrated with vocational lessons. The internalization of entrepreneurial values at vocational learning becomes very important to raise the awareness of students and the formation of entrepreneurial character and habituation of entrepreneurial values into the daily behavior of students through the learning process. The growth of entrepreneurial character for students must be supported by activities related to the development of business units at schools. The business unit at school is an activity effort at schools and businesslike by utilizing all empowering resources owned by the school and managed professionally. This business activity can be done continually and expected to produce products and services which make benefits, namely by opening a Child Care Service (Daycare). Daycare activities at SMK Negeri 13 Sarolangun are done by Teaching Factory (TeFa). TeFa is a production facility which is operated based on real procedure and standard working to produce products/services in real conditions in Industry and Workplace (IDUKA). TeFa SMK is defined as "a learning concept in production at SMK based product (goods/services) which refers to standards and procedures that apply at IDUKA and implemented in an IDUKA environment", the implementation needs a partnership IDUKA. This activity is integrated with learning, especially entrepreneurship and vocational subjects, in particular the Healthcare Skills Programme. As a result, the implementation of production-based learning based on the TeFa model, the atmosphere of the Vocational School will change, not only the environment like in IDUKA, but the school's ecosystem and atmosphere must also change like the situation in IDUKA. Besides learning activities, schools will be busy with student's activities by doing services toward society that is the basic principle of learning the TeFa model. To maximize more information about Daycare activities at SMK Negeri 13 Sarolangun Promotion is done through social media, such as Facebook, Instagram, YouTube, and others. Choosing social media because its reach wider range, very familiar to potential customers, and low cost. Thus, the implementation of Entrepreneurship learning can be more effective by doing direct activities, the development of child care services at SMKN 13 Sarolangun. In addition, learning can also give experience that the use of Social media as a promotion media gives experiences for students, especially related to how to promote product and service.

Keywords: *Learning, Entrepreneurship of child care services, Social media*

PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 15, menyebutkan bahwa: pendidikan kejuruan merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu. Oleh karena itu pelaksanaan Pendidikan kejuruan harus diarahkan untuk mempersiapkan peserta didik memasuki lapangan pekerjaan, baik bekerja pada institusi formal maupun berwirausaha.

Pengembangan Pendidikan kejuruan juga mesti didasarkan atas kebutuhan dunia kerja, artinya fokus Pendidikan kejuruan harus ditekankan pada penguasaan pengetahuan, keterampilan, sikap dan nilai-nilai yang dibutuhkan oleh dunia kerja. Dengan demikian maka hubungan antara Pendidikan kejuruan (SMK) dan dunia kerja merupakan kunci keberhasilan Pendidikan kejuruan. Pendidikan kejuruan (SMK) yang baik adalah Pendidikan kejuruan yang responsive terhadap perkembangan zaman dan kemajuan teknologi.

Berangkat dari apa yang menjadi tujuan Pendidikan kejuruan atau lebih khusus SMK, maka ada beberapa hal yang mesti dilakukan terkait dengan pengelolaan sekolah dan pengelolaan pembelajaran di sekolah. Diantaranya adalah perlunya dilaksanakan dan dikembangkan pembelajaran kewirausahaan di SMK. Wirausahawan adalah orang yang mampu memanfaatkan peluang yang ada dalam mengembangkan usahanya. Dengan penerapan pembelajaran kewirausahaan ini, peserta didik di SMK diharapkan mempunyai kemampuan tersebut, yaitu melihat dan memanfaatkan kesempatan-kesempatan bisnis dan pengembangan inovasi dalam rangka menumbuhkan jiwa kewirausahaan di SMK.

Pembalajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan di SMK harus diintegrasikan dengan mata pelajaran kejuruan. Internaslisasi nilai-nilai kewirausahaan dalam pembelajaran kejuruan menjadi sangat penting untuk menumbuhkan kesadaran peserta didik dan terbentuk karakter kewirausahaan dan pembiasaan nilai-nilai kewirausahaan ke dalam perilaku peserta didik sehari-hari melalui proses pembelajaran. Penumbuhan karakter kewirausahaan bagi peserta didik harus ditunjang dengan aktifitas yang nyata terkait dengan pengembangan unit usaha di sekolah. Unit usaha di sekolah adalah kegiatan usaha yang dilakukan di dalam sekolah dan bersifat bisnis dengan memanfaatkan dan memberdayakan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh sekolah dan dikelola secara profesional. Aktifitas bisnis ini dilakukan secara berkesinambungan dan diharapkan dapat menghasilkan produk maupun jasa dan mendatangkan keuntungan. Kreatifitas menjadi salah satu kunci keberhasilan unit usaha di sekolah. Sumber daya sekolah tidak hanya sekedar apa yang dimiliki oleh sekolah, tetapi sumberdaya diluar sekolah seperti lingkungan sekitar dan perkembangan teknologi informasi juga harus dimanfaatkan dengan maksimal. Salah satu contoh sumberdaya di luar

sekolah seperti media sosial juga yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan publikasi dan promosi unit usaha yang sedang dikembangkan di sekolah.

Saat ini SMK Negeri 13 Sarolangun telah memiliki ruangan tempat penitipan anak yang sangat representative untuk melaksanakan usaha penitipan anak. Satu Gedung dengan ukuran 15 x 9 meter yang terdiri dari satu ruangan areal bermain ber AC seluas 9 x 9 meter yang dilengkapi dengan alat bermain anak yang lengkap, satu ruang tidur seluas 6 x 4,5 meter, dan ruang menyusui seluas 6 x 4,5 meter. SDM yang tersedia untuk antara lain 2 Orang yang berlatar belakang Pendidikan D-IV kebidanan, 3 orang berlatar belakang Pendidikan S-1 Keperawatan.

Menurut Slamet Suyanto, (2005: 6) dalam Astri, (2012: 8) yang dikutip Hamdiani (2016) berbagai penelitian di bidang neurologi terbukti bahwa 50% kecerdasan anak terbentuk dalam kurun waktu 4 tahun pertama. Setelah anak berusia 8 tahun perkembangan otaknya mencapai 80% dan pada usia 18 tahun mencapai 100%. Peran ibu atau orang tua dalam keluarga merupakan penting dalam upaya perkembangan anak. Bagi orang tua yang bekerja, upaya pemenuhan kebutuhan anak tidak dilakukan secara optimal. Untuk itu terdapat alternatif bagi orang tua atau ibu yang bekerja agar dapat tetap memberikan hak-hak anak dan sebagai upaya terhindar dari penelantaran pada anak. Penitipan Anak menjadi solusi bagi mereka yang berkarir. Untuk mendukung keberhasilan usaha yang akan dikembangkan diperlukan media promosi. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat dan terjangkau hampir di seluruh kalangan maka media sosial menjadi salah satu alternatif.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dalam penelitian ini penulis akan menjawab 2 (dua) rumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh pelaksanaan pembelajaran Kewirausahaan terhadap pengembangan usaha jasa penitipan anak di SMKN 13 Sarolangun dan bagaimana pengaruh pemanfaatan media social sebagai media promosi terhadap pembelajaran kewirausahaan di SMK Negeri 13 Sarolangun. Hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pelaksanaan pembelajaran Kewirausahaan terhadap pengembangan usaha jasa penitipan anak serta mengetahui pengaruh pemanfaatan media social sebagai media promosi terhadap pembelajaran kewirausahaan di SMK Negeri 13 Sarolangun.

LANDASAN TEORI

Pembelajaran Kewirausahaan di SMK

Kewirausahaan merupakan ujung tombak dalam perekonomian sebuah negara. Selain sebagai sarana untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi jangka Panjang, kewirausahaan juga dapat meningkatkan kemakmuran ekonomi dan sosial melalui peningkatan pendapatan negara (Mustikawati, 2020; Kruger, 2003; Alfonso, & Cuevas, 2012). Dalam Wicaksono & Nuvriasari, 2012, Mustika wati juga mengemukakan bahwa berkat peran kewirausahaan yang sangat penting itulah, banyak negara mengupayakan warga negaranya untuk memiliki usaha sendiri dibandingkan bekerja di bawah pimpinan orang lain tidak terkecuali dengan negara Indonesia.

Pembelajaran kewirausahaan menjadi faktor penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan keinginan, jiwa dan perilaku berwirausaha dikalangan generasi muda. Pembelajaran tentang kewirausahaan saat ini sudah banyak digunakan sebagai mata pelajaran. Tujuannya tentu untuk menarik niat siswa dan memberikan teori tentang entrepreneurship. Pembelajaran kewirausahaan menjadi jembatan antara pengetahuan teoritis dan keterlibatan praktis di lapangan. (Mustikawati, 2020; Budy, 2017; Majdi, 2012).

Tujuan pembelajaran kewirausahaan tidak hanya diarahkan untuk menghasilkan pebisnis atau business entrepreneur tetapi mencakup seluruh profesi yang didasari oleh jiwa wirausaha atau entrepreneur. Pembelajaran kewirausahaan memberikan manfaat menumbuhkan sikap-sikap kewirausahaan dan memberikan keterampilan kewirausahaan. Selain itu komponen pembelajaran kewirausahaan terdiri dari tujuan, bahan ajar, evaluasi dan proses pembelajaran yang meliputi guru, metode pembelajaran, siswa, dan proses kegiatan belajar mengajar

Indrayati (2013;54) yang dikutip oleh Christianingrum (2017) juga mengemukakan bahwa berwirausaha adalah upaya-upaya yang berkaitan dengan penciptaan kegiatan usaha atau aktifitas bisnis atas dasar kemauan sendiri, dan/atau mendirikan usaha/bisnis dengan kemauan dan kemampuan sendiri. Sedangkan pembelajaran kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan suatu proses untuk menciptakan nilai yang berbeda, dengan mencurahkan waktu dan upaya yang diperlukan, juga memikul resiko-resiko finansial, menanggung dampak psikis dan sosial yang menyertainya, serta menerima imbalan berbentuk

moneter dan kepuasan pribadi. *Entrepreneur* harus senantiasa bekerja keras untuk meraih pertumbuhan, mencari kecenderungan dan terus berinovasi. Adapun Suherman (2010) dan Nana Supriatna (2012) dalam Christianingrum (2017) mengemukakan bahwa materi pembelajaran kewirausahaan dapat memotivasi untuk berwirausaha, metode pembelajaran yang dapat menumbuhkan minat wirausaha, Kemampuan guru yang dapat menumbuhkan minat wirausaha, serta pengalaman langsung yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha. Tujuan pembelajaran kewirausahaan hendaknya dapat memberikan bekal bagi peserta didik melalui 3 dimensi, yaitu aspek *managerial skill*, *production technical skill* dan *personality developmental skill* (aspek keahlian managerial, keahlian teknik produksi dan keahlian pengembangan kepribadian).

Pembelajaran kewirausahaan menurut Suherman (2010) dalam Pratiwi (2020) adalah proses pembentukan jiwa wirausaha siswa, sehingga menjadi individu yang kreatif, inovatif dan produktif melalui pemberian teori, praktik, dan implementasi. Untuk mencapai kegiatan pembelajaran kewirausahaan yang ideal, perlu adanya sebuah komponen pembelajaran, Djamarah & Zain, (1996), seperti yang dikutip oleh Pratiwi (2020) menyebutkan tujuh komponen pembelajaran, antara lain tujuan pembelajaran, materi pelajaran, kegiatan belajar mengajar, metode pembelajaran, alat atau media pembelajaran, sumber belajar, dan evaluasi. Sementara itu Hamalik (2015) dalam Pratiwi (2020) juga menyebutkan enam komponen pembelajaran, antara lain, tujuan pembelajaran, siswa, guru, perencanaan pembelajaran, strategi pembelajaran, media pembelajaran, dan evaluasi pembelajaran.

Pengembangan Jasa Penitipan Anak

Tempat penitipan anak (TPA) merupakan layanan alternatif yang dapat digunakan oleh orang tua yang bekerja sebagai lembaga yang dapat menggantikan sementara waktu selama orangtua bekerja dalam hal pengasuhan, perawatan, perlindungan dan juga pemberian bimbingan terhadap anak, terutama anak dengan rentang usia 0-6 tahun. Pada dasarnya, menitipkan anak di TPA akan sangat membantu, tidak hanya untuk orang tua, tetapi juga bagi anak itu sendiri. Dengan menitipkan anak di TPA, orang tua akan lebih memiliki waktu untuk melakukan kegiatan keseharian (bekerja) dengan perasaan yang aman bahwa anak tetap ada yang mengasuh, menjaga, dan merawat, dan bagi anak itu sendiri TPA dijadikan tempat untuk berinteraksi dan melatih kemandirian agar anak tidak selalu bergantung pada orangtua dalam kesehariannya. Melihat kebermanfaatannya dari TPA, menjadikan TPA sebagai lembaga favorit yang diminati keberadaannya oleh orangtua yang membutuhkannya. Penelitian ini menjabarkan indikator yang akan menjadi standar kualitas yang harus dimiliki sebuah TPA agar TPA tersebut dapat dikatakan berkualitas dan dijadikan tempat favorit oleh pengguna. Hasilnya terdapat 6 indikator yang menjadi standar kualitas di sebuah TPA ini; *rasio anak dan pengasuh, tenaga pengasuh, kurikulum kegiatan, lingkungan dan fasilitas, serta mitra dengan orangtua*. Ke-lima indikator ini kemudian dapat dijadikan pengelola TPA sebagai landasan ketika akan mengembangkan TPA agar lembaga dapat terus maju dan berkembang. Selain itu, indikator ini juga dapat dijadikan orangtua sebagai acuan/referensi ketika mereka akan memilih TPA.

Rizkita (2017) dalam Ahmad & Hikmah (2005) mengemukakan bahwa menjadi seorang ibu yang bekerja di luar rumah, secara alamiah akan tersita waktu- waktunya untuk pekerjaan yang dilakukannya. Aktifitas ibu yang bekerja di luar rumah, secara kuantitatif dapat mempengaruhi penurunan frekuensi terhadap interaksi antara seorang ibu dengan anaknya, walaupun ini belum tentu menurunkan perhatian seorang ibu terhadap anaknya.

Dengan demikian maka standar kualitas penitipan anak harus lebih diperhatikan. Tempat penitipan anak yang berkualitas dapat dilihat dari beberapa indikator yang membentuk kebutuhan dasar dari taman penitipan anak yang diuraikan oleh Ahmad, 2011:29 ; Verity dan Alison, 2010:48 ; Depsos, 2002 ; DeBord, 1987:1-5, yang dikutip oleh Rizkita (2017) diuraikan sebagai berikut :

a. Jumlah Anak

Rasio jumlah anak dan tenaga pengasuh akan menentukan kualitas pelayanan terhadap anak usia dini di tempat penitipan anak. Usia anak akan menentukan jumlah dari tenaga pengasuh yang kemudian akan mendampingi, karena penentuan jumlah dari tenaga pengasuh ini disesuaikan dengan tingkat pencapaian perkembangan bagi masing-masing usia anak yang diasuhnya.

0-<1 Tahun: 1 tenaga pengasuh: 4 anak

1-<2 Tahun: 1 tenaga pengasuh: 6 anak

2-<3Tahun: 1 tenaga pengasuh: 8 anak

4-<5 Tahun: 1 tenaga pengasuh: 12 anak

5-<6 Tahun: 1 tenaga pengasuh: 15 anak

Rasio tersebut dapat disesuaikan dengan karakteristik anak. Untuk anak dengan usia 0-1 tahun membutuhkan intensitas perhatian yang lebih tinggi dibandingkan dengan usia lainnya karena anak usia ini masih memiliki ketergantungan kepada orang dewasa yang ada disekitarnya. Hal ini dapat juga dilakukan untuk menjaga kualitas pelayanan di taman penitipan anak

b. Kualitas Tenaga Pengasuh

Tenaga pengasuh taman penitipan anak yang berkualitas seharusnya memiliki ilmu dasar tentang penanganan anak yang lebih mendalam, sehingga akan menunjukkan perilaku yang hangat, dapat memberikan perhatian, mampu menciptakan kondisi yang menyenangkan dan memahami karakteristik perkembangan anak sehingga pelayanan dan pengasuhan yang dilakukan dapat disesuaikan dengan kebutuhan anak yang dipegangnya.

c. Kurikulum yang Tepat

Beberapa ahli pendidikan dan perkembangan anak mengemukakan terdapat pola pertumbuhan yang cepat pada usia 0-9 tahun, sehingga orangtua dan tenaga pendidik yang memahami perkembangan anak akan merencanakan pendidikan yang tepat bagi anak usia tersebut. Kurikulum yang digunakan di taman penitipan anak adalah yang sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan bagi anak itu sendiri sehingga anak akan memiliki pengalaman belajar yang menyenangkan.

d. Lingkungan dan Fasilitas

Lingkungan yang aman, nyaman dan menyenangkan merupakan salah satu bagian penting dalam tempat penitipan anak yang berkualitas. Peralatan bermain yang menjadi salah satu media untuk anak sebaiknya diperhatikan kualitasnya sebaik mungkin (tidak berbahaya, jauh dari zat kimia, selalu bersih, dan aman) agar dapat di pergunakan oleh anak (Christya, 2009). Lingkungan atau fasilitas dari taman penitipan anak yang berkualitas akan menentukan pola bimbingan, stimulasi dan pendidikan yang akan diperoleh anak untuk mencapai perkembangan dan pertumbuhan yang optimal sesuai dengan kebutuhannya.

e. Mitra dengan Orangtua

Fungsi taman penitipan anak adalah membantu orangtua dalam memberikan pengasuhan, pelayanan dan pendidikan bagi anak, sehingga seluruh kegiatan yang dilakukan di tempat penitipan anak perlu dikomunikasikan kepada orangtua. Komunikasi orangtua dengan pengasuh di taman penitipan anak akan memudahkan anak dalam mencapai tingkat perkembangan dan pertumbuhan pada anak.

Pemanfaatan Media Sosial

Pengertian Media Sosial

Media sosial dipahami sebagai bentuk baru komunikasi di internet yang ditopang oleh berbagai aplikasi software, yang memungkinkan terjadinya interaksi diantara para pengguna. Media sosial memiliki beberapa kelebihan, terutama pada kemampuannya dalam komunikasi dua arah yang interaktif, dan memudahkan penggunaannya untuk mengakses berbagai macam informasi. Kondisi ini akan sangat mendukung komunikasi interaktif tanpa hambatan dan jarak. Didalamnya sangat dimungkinkan terjadi interaksi sosial baik antar individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok, bahkan individu dan kelompok dengan massal.

Kaplan Andreas M. & Haenlein Michael, 2010:59 dalam Suryani (2014) menyatakan bahwa Media Sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan fondasi ideologis dan teknologi dari web 2.0, yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran konten yang diciptakan oleh penggunaannya. Media sosial merupakan bentuk nyata dari media baru (new media) berbasis kemajuan teknologi komunikasi yang didukung oleh teknologi informasi dan komunikasi (Information and Communication Technology).

Jenis-jenis Media Sosial

Dalam buku yang berjudul *Media Sosial* (Nasrullah, 2015:39) yang dikutip oleh Puspitarini, Dinda Sekar (2019) ada enam kategori besar media sosial.

1. Social Networking

Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual.

2. Blog

Blog adalah memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.

3. Microblogging

Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya.

4. Media Sharing

Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online.

5. Social Bookmarking

Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online.

6. Wiki

Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna.

Pemanfaatan Media sosial Sebagai Media Promosi

Media Sosial mempunyai manfaat yang sangat banyak apabila menggunakannya dengan secara benar, Berikut ini manfaat dari media sosial dalam kehidupan sehari-hari yakni :

1. Sarana Untuk Bersosialisasi

Bersosialisasi dengan lawan jenis maupun sesama jenis bagi setiap orang sangatlah penting, karena bersosialisasi dapat menambah teman,

2. Mempertemukan Dengan Teman Lama

Media Sosial terkadang dapat menemukan teman lama, sama halnya dalam bersosialisasi yakni dapat mempertemukan teman baru maupun lama, baik teman dimasa kecil, teman bisnis yang tadinya sering chat kemudian lost contact atau mungkin mempertemukan saudara yang sudah lama tidak bertemu.

3. Menemukan Teman Baru

Bersosialisasi dapat menemukan teman baru, karena lingkungan baru yang membuat kita dapat bersosialisasi dengan baik, Teman ini bisa didapat ketika bersosialisasi dalam mengikuti sebuah organisasi, atau perkumpulan-perkumpulan lainnya.

4. Memberikan Informasi Yang Masih Hangat di Bicarakan

Di era yang modern saat ini, informasi yang terhangat biasanya tersebar di media sosial baik di facebook, twitter, instagram, maupun youtube. Informasi yang diperoleh biasanya berupa gosip, berita baru, maupun lowongan pekerjaan.

5. Ajang Meminta Bantuan Kepada Teman atau Rekan Sebayanya

Media Sosial sebagai tempat meminta bantuan kepada teman lainnya, seperti contohnya kehilangan dompet, kehilangan sepeda motor, atau kehilangan handphone, kita dapat meminta bantuan kepada teman kita untuk membantu dan menemukan dengan cara mengumumkan berita kehilangan tersebut.

6. Menambah Pengetahuan dan Wawasan

Media Sosial dapat menambah wawasan pengetahuan kita, contohnya yang tadinya tidak mengetahui informasi tentang cara membuat atau memasak sesuatu ketika membuka media sosial tutorial cara membuat sesuatu kita menjadi bisa. Dan menambah pengetahuan serta menambah wawasan kita.

7. Sarana Untuk Berbisnis

Banyak yang dilakukan seseorang di media sosial, contohnya sebagai ajang untuk berbisnis, apabila sudah mempunyai produk maka dapat dipasarkan di sosial media seperti instagram, facebook, Whatsapp untuk ajang mempromosikan produk tersebut agar peminatnya banyak.

METODE

Analisis Situasional

1. Analisis Lingkungan Mikro

Faktor lingkungan mikro adalah yang paling dekat dengan perusahaan dan memiliki dampak langsung pada operasi bisnis mereka. Sebelum memutuskan strategi perusahaan untuk diikuti, perusahaan harus melakukan analisis lengkap tentang lingkungan mikro mereka. Dalam analisis lingkungan mikro ini ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan untuk pengembangan usaha jasa penitipan anak antara lain: Sumber Daya Manusia (SDM), Persaingan, dan Pelanggan

2. Analisis Lingkungan Makro

Lingkungan makro, atau lingkungan eksternal, terdiri dari berbagai faktor dan kekuatan di luar perusahaan, yang memengaruhi operasi bisnis. Dan, perusahaan tidak memiliki kendali atas perubahan mereka. Setiap perubahan faktor-faktor tersebut dapat berdampak pada lingkungan kompetitif dan kondisi internal perusahaan. Analisis lingkungan makro ini dilakukan dengan memperhatikan beberapa factor antara lain:

- a. Faktor Politik
- b. Faktor Ekonomi
- c. Faktor Sosial Budaya

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal dan eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja.

Analisis Boston Consulting Group

Matriks Boston Consulting Group adalah bagan yang diciptakan oleh Bruce Henderson untuk Boston Consulting Group pada tahun 1970 untuk membantu perusahaan dengan menganalisis unit bisnis atau lini produk mereka. Matriks BCG membantu perusahaan mengalokasikan sumber daya dan digunakan sebagai alat analisis dalam merek pemasaran, manajemen produk, Manajemen strategis, dan analisis portofolio.



Potensi pengembangan usaha penitipan anak di Sarolangun adalah pangsa pasar (calon pelanggan) untuk jenis usaha ini cukup menjanjikan dan sampai saat ini belum dikembangkan secara maksimal. Namun kelangsungan usaha tersebut masih dipertanyakan apakah akan tumbuh lebih baik atau bahkan menurun. Berdasarkan matrik analisis BCG maka usaha jasa penitipan anak di SMK Negeri 13 Sarolangun berada pada posisi Question Marks.

Karena merupakan produk baru dengan tingkat pertumbuhan tinggi, tingkat pertumbuhan perlu dikapitalisasi sedemikian rupa sehingga tanda tanya berubah menjadi produk dengan pangsa pasar yang tinggi. Strategi akuisisi pelanggan baru adalah strategi terbaik untuk mengubah Question marks menjadi

Stars atau Cash Cow. Selanjutnya, riset pasar waktu ke waktu juga membantu dalam menentukan psikologi konsumen untuk produk serta kemungkinan masa depan produk dan keputusan sulit mungkin harus diambil jika produk mengalami profitabilitas negatif.

Perencanaan Strategi Pengembangan

Perencanaan strategi adalah proses yang akan digunakan dalam menetapkan tujuan sebuah organisasi dan menentukan cara untuk mencapainya. Dalam perencanaan strategi juga mempertimbangkan sumber daya organisasi yang ada dengan melakukan berbagai teknik analisis, termasuk di dalamnya adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan analisis BCG. Berdasarkan kedua analisis tersebut maka rencana strategis pengembangan Usaha Jasa Penitipan Anak di SMK Negeri 13 Sarolangun adalah sebagai berikut:

1. Pembentukan Tim Kerja

Tim Kerja dibuat untuk agar pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan ini mempunyai tugas dan tanggungjawab tertentu, sehingga seluruh program yang direncanakan dapat terlaksana dengan baik. Indikator ketercapaian kegiatan ini adalah terbentuknya Tim Kerja yang dibentuk oleh Sekolah dan di SK kan.

2. Melakukan analisis strategi manajemen dan pemasaran

Analisis strategi dan pemasaran adalah analisis terhadap sumber daya yang dimiliki oleh sekolah selanjutnya digunakan untuk menentukan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dalam pengembangan usaha jasa penitipan anak di SMK Negeri 13 Sarolangun, termasuk cara pemasarannya. Indikator ketercapaian kegiatan ini adalah adanya rencana strategi dan model pemasaran yang diterapkan terkait dengan pengembangan Jasa Penitipan Anak di SMK Negeri 13 Sarolangun

3. Menentukan Bentuk Kegiatan

Bentuk kegiatan yang akan dilakukan adalah hasil analisis strategi manajemen dan pemasaran yang telah dilakukan sebelumnya. Indikator ketercapaiannya adalah adanya kegiatan yang telah dilaksanakan dan dilengkapi dengan dokumen bentuk kegiatan pengembangan

4. Menyusun Jadwal Kegiatan (Time Schedule)

Jadwal kegiatan diperlukan agar kegiatan dapat berjalan sesuai dengan waktu yang direncanakan, sekaligus menjadi bahan evaluasi dalam kegiatan. Indikator ketercapaian adalah dengan tersusunnya jadwal kegiatan pengembangan Jasa Penitipan Anak di SMK Negeri 13 Sarolangun

5. Melakukan survei kebutuhan pasar

Survei kebutuhan pasar dilakukan untuk melihat layanan yang diperlukan oleh calon pelanggan usaha jasa penitipan anak. Sasaran survei ini adalah kantor-kantor di sekitar SMK Negeri 13 Sarolangun yang mempunyai karyawan atau pegawai yang mempunyai anak balita. Ketercapaian program ini dapat diukur dengan adanya hasil survei dan didukung data dari responden.

6. Melakukan analisis kebutuhan sarana, prasarana dan anggaran biaya

Analisis sarana dan prasarana serta biaya adalah untuk melihat sarana dan prasarana apa saja yang perlu dipenuhi berdasarkan hasil survei kebutuhan pasar, serta menghitung berapa kebutuhan anggaran yang harus disiapkan agar kegiatan dapat berjalan.

7. Melakukan Promosi

Promosi dilakukan melalui media social, seperti facebook, Instagram, youtube, dan lain-lain. Memilih memanfaatkan media social karena disamping jangkauannya lebih luas, sangat familier dengan calon pelanggan, dan berbiaya murah.

8. Melaksanakan kegiatan usaha

9. Melakukan Evaluasi dan Monitoring

Formulasi Strategi Pengembangan

Formulasi Strategi merupakan tahapan dalam merumuskan dan menyusun strategi, serta langkah-langkah ke depan untuk membangun visi dan misi organisasi, dan merancang strategi dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik. Tahapan formulasi yang dilakukan antara lain:

1. Pengumpulan dan analisis keterangan strategis

Sebelum melakukan kegiatan usaha maka berbagai informasi terkait dengan peluang usaha perlu dilakukan. Menilai dan memprediksi kecenderungan yang akan terjadi baik dalam lingkungan eksternal maupun internal. Dalam kegiatan pengembangan usaha penitipan anak yang termasuk dalam tahapan ini antara lain; (1) Melakukan survei kebutuhan pasar, (2) Melaksanakan analisis strategi manajemen dan pemasaran.

2. Formulasi Strategis

Formulasi strategi dilakukan dengan memeriksa beberapa alternatif pengembangan usaha dan menciptakan visi strategis agar focus pada tujuan. Tahapan formulasi strategis ini akan memberikan gambaran atau alternatif usaha yang akan dikembangkan

3. Merencanakan proyek strategis

Tahapan ini adalah menyusun rencana kerja dengan pertimbangan skala prioritas serta tahapan dan jadwal yang tepat agar pekerjaan atau kegiatan terpantau. Kegiatan dalam tahapan ini antara lain: Membentuk Tim Kerja, Menentukan Bentuk Kegiatan, Menyusun Jadwal, serta melakukan evaluasi dan monitoring

4. Pelaksanaan

Peaksanakaan kegiatan adalah kegiatan layanan jasa yang dilakukan dengan mempertimbangkan dan memperhatikan kualitas layanan yang diberikan.

5. Pemantauan dan evaluasi

Dilakukan dengan membandingkan antara indicator ketercapaian kegiatan dan kegiatan yang telah dilaksanakan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi Dalam Implementasi Pengembangan

Pengembangan jasa penitipan anak yang dikembangkan di SMK Negeri 13 Sarolangun adalah dengan membuat salah satu unit kegiatan penitipan anak dengan nama “eDu ’13 Daycare”. eDu ’13 dipilih sebagai nama mempunyai makna bahwa kegiatan tersebut dititik beratkan pada proses pembelajaran.

Kegiatan daycare di SMK Negeri 13 Sarolangun dilakukan dalam bentuk *Teaching Factory (TeFa)*. TeFa adalah sarana produksi yang dioperasikan berdasarkan prosedur dan standar bekerja yang sesungguhnya untuk menghasilkan produk/jasa sesuai dengan kondisi nyata di Industri dan Dunia Kerja (IDUKA). TeFa SMK di definisikan sebagai “suatu konsep pembelajaran di SMK berbasis produksi (barang/jasa) yang mengacu kepada standar dan prosedur yang berlaku di IDUKA serta dilaksanakan dalam suasana seperti di lingkungan IDUKA”, dalam pelaksanaannya menuntut kemitraan pihak IDUKA. Kegiatan ini dilaksanakan terintegrasi dengan pembelajaran, terutama mata pelajaran kewirausahaan dan kejuruan, khususnya Program Keahlian Layanan Kesehatan. Sebagai akibat diterapkannya pembelajaran berbasis produksi model TeFa, maka suasana SMK akan berubah bukan saja lingkungannya yang harus dikondisikan seperti di IDUKA, namun ekosistem dan atmosfir sekolah juga harus berubah seperti keadaan di IDUKA.

Kemitraan Dengan IDUKA Dalam Implementasi Pengembangan

Hubungan kerjasama antara SMK dengan industri dalam pola pembelajaran Teaching Factory akan berdampak positif untuk meningkatkan kerjasama (partnership) secara sistematis dan terencana didasarkan pada posisi win-win solution. Penerapan pola pembelajaran Teaching Factory merupakan sinkronisasi dunia pendidikan kejuruan dengan dunia industri, sehingga terjadi check and balance terhadap proses pendidikan pada SMK untuk menjaga dan memelihara keselarasan (link and supermatch) dengan kebutuhan pasar kerja.

Saat ini SMK Negeri 13 Sarolangun telah membangun kemitraan dengan industry antara lain Rumah Sakit Lagit Golden Medika dan Rumah Sakit Umum Daerah Prof. DR. H. Chatib Quzwain Sarolangun dalam rangka melakukan pendampingan terhadap pelaksanaan pembelajaran Tefa. Pola pembelajaran Teaching Factory dirancang berbasis produksi barang/jasa dengan mengadopsi dan mengadaptasi standar mutu dan prosedur kerja industri, akan memberi pengalaman pembelajaran kompetensi tambahan terutama

soft skill seperti etos kerja disiplin, jujur, bertanggungjawab, kreatif- inovatif, karakter kewirausahaan, bekerjasama, berkompetisi secara cerdas dan sebagainya.

Aspek-aspek Fungsional Dalam Implementasi Pengembangan

Aspek fungsional adalah aspek yang berkaitan dengan menajerial dan perorganisasian seluruh komponen struktural maupun interaksi mulai perencanaan, penerapan, pengendalian maupun perbaikan agar diperoleh suatu kinerja yang optimal. Sesuai dengan perencanaan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka kegiatan pengelolaan eDU '13 Daycare di mulai dengan pembentukan TIM Kerja.

Kegiatan selanjutnya adalah koordinasi menentukan strategi manajemen dan pemasaran. Strategi manajemen dalam operasional kegiatan dilaksanakan dengan terintegrasi dengan pembelajaran berupa model pembelajaran TeFa, yang melibatkan peserta didik dalam kegiatan operasional tersebut. Promosi dan pemasaran dilakukan melalui media sosial, dengan sasaran para pegawai di kantor sekitar sekolah yang bekerja suami istri dan mempunyai anak balita.

Untuk memastikan kegiatan tersebut berjalan sesuai dengan rencana dan menjaga kualitas pelayanan maka monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala setiap pekan. Hasil monitoring dan evaluasi akan dijadikan bahan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan dijadikan sebagai bahan laporan kepada pengguna jasa terkait dengan perkembangan anak.

Operasional/produksi dan Pemasaran

Proses operasional atau layanan dimulai dengan proses penjajakan kepada calon penerima layanan. Secara umum calon penerima layanan jasa penitipan anak (daycare) ini menginginkan ada kegiatan edukasi bagi anak-anak untuk merangsang daya kreativitas dan imajinasi anak. Menindaklanjuti keinginan tersebut eDu '13 Daycare SMK Negeri 13 Sarolangun melengkapi sarana bermain seperti Puzzle, Balok, Kartu, dan Lego.

Aspek Digitalisasi Dalam Implementasi PPS

Aspek digitalisasi yang sudah diterapkan pada operasional eDu '13 Daycare masih sebatas cara promosi yang menggunakan mediasosial, selebihnya belum dilakukan digitalisasi. Untuk pengembangan kedepan direncanakan akan mengembangkan aplikasi yang dapat memudahkan orang tua memantau kegiatan anak melalui smartphone.

Capaian Strategi Pengembangan

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam implementasi program Pengembangan Sekolah (PPS) dilakukan dengan beberapa strategi. Capaian strategi dapat diukur dengan membandingkan indikator ketercapaian dari strategi tersebut dan capaian yang dihasilkan pada saat pelaksanaan implementasi.

Pelaksanaan implemementasi diawali dengan kegiatan pembentukan tim kerja. Tim Kerja dibuat untuk agar pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan ini mempunyai tugas dan tanggungjawab tertentu, sehingga seluruh program yang direncanakan dapat terlaksana dengan baik. Indikator ketercapaian kegiatan ini adalah terbentuknya Tim Kerja yang di bentuk oleh Sekolah dan di SK kan. Dalam implementasi tim kerja telah terbentuk dan diberikan Surat Keputusan Kepala Sekolah, strategi tersebut telah terlaksana.

Selanjutnya adalah melakukan analisis strategi manajemen dan pemasaran. Analisis strategi dan pemasaran adalah analisis terhadap sumber daya yang dimiliki oleh sekolah selanjutnya digunakan untuk menentukan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dalam pengembangan usaha jasa penitipan anak di SMK Negeri 13 Sarolangun, termasuk cara pemasarannya. Indikator ketercapaian kegiatan ini adalah adanya rencana strategi dan model pemasaran yang diterapkan terkait dengan pengembangan Jasa Penitipan Anak di SMK Negeri 13 Sarolangun. Dalam pelaksanaan analisis strategi manajemen dan pemasaran dilakukan dengan mempertimbangkan sumber daya yang ada, dan model pemasaran melalui promosi yang paling efektif. Hasil dari analisis strategi adalah dengan membentuk Tim Kerja yang sesuai dengan kapasitas SDM yang ada di sekolah. Terkait dengan kegiatan ini guru yang terlibat adalah guru mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan, serta guru kejuruan. Guru Mapel PKWU mengembangkan jasa penitipan anak terkait dengan promosi dan pemasaran, sedangkan guru mapel kejuruan terkait dengan operasional usaha jasa penitipan anak tersebut.

Hasil analisis tersebut digunakan untuk menentukan bentuk kegiatan yang akan dilakukan. Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah hasil analisis strategi manajemen dan pemasaran yang telah dilakukan sebelumnya. Indikator ketercapaiannya adalah adanya kegiatan yang telah dilaksanakan dan dilengkapi dengan dokumen bentuk kegiatan pengembangan. Pengelolaan jasa penitipan anak dilakukan terintegrasi dengan pembelajaran dengan model atau pendekatan *Teaching Factory (TeFa)*.

Strategi selanjutnya adalah Menyusun jadwal kegiatan. Jadwal kegiatan diperlukan agar kegiatan dapat berjalan sesuai dengan waktu yang direncanakan, sekaligus menjadi bahan evaluasi dalam kegiatan. Indikator ketercapaian adalah dengan tersusunnya jadwal kegiatan pengembangan Jasa Penitipan Anak di SMK Negeri 13 Sarolangun.

Survei kebutuhan pasar selanjutnya dilakukan untuk melihat layanan yang diperlukan oleh calon pelanggan usaha jasa penitipan anak. Sasaran survei ini adalah kantor-kantor di sekitar SMK Negeri 13 Sarolangun yang mempunyai karyawan atau pegawai yang mempunyai anak balita. Ketercapaian program ini dapat diukur dengan adanya hasil survei dan didukung data dari responden. Pelaksanaan strategi ini adalah dengan menyebarkan angket terkait dengan kebutuhan layanan yang diperlukan. Hasil angket yang diperoleh menyimpulkan bahwa:

1. Sebagian besar para ibu-ibu yang bekerja dan mempunyai balita menitipkan anaknya pada keluarga saat jam kerja.
2. Memilih tempat penitipan anak sebagai tempat bermain dan belajar yang kondusif.
3. Prioritas pilihan tempat penitipan anak adalah lokasi yang strategi, fasilitas lengkap dan tersedianya tenaga ahli.

Strategi selanjutnya adalah melakukan analisis kebutuhan sarana, prasarana dan anggaran biaya. Analisis sarana dan prasarana serta biaya adalah untuk melihat sarana dan prasarana apa saja yang perlu dipenuhi berdasarkan hasil survei kebutuhan pasar, serta menghitung berapa kebutuhan anggaran yang harus disiapkan agar kegiatan dapat berjalan. Strategi ini menghasilkan Rencana Anggaran Biaya (RAB) serta hitungan untung rugi dari pengembangan jasa penitipan anak ini.

Untuk strategi promosi dilakukan melalui media social, seperti facebook, Instagram, youtube, dan lain-lain. Memilih memanfaatkan media social karena disamping jangkauannya lebih luas, sangat familier dengan calon pelanggan, dan berbiaya murah.

Evaluasi Strategi Pengembangan

1. Evaluasi Faktor Penghambat

Yang menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan implementasi program pengembangan sekolah (PPS) antara lain adalah alokasi waktu yang singkat (kurang lebih 1 bulan) sehingga kegiatan implementasi tidak dapat dilaksanakan dengan maksimal. Selain itu dengan masih adanya pembatasan aktifitas, kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pihak luar tidak dapat dimaksimalkan. Faktor penghambat yang lain adalah bersamaan dengan program pelaksanaan SMK Pusat Keunggulan, sehingga pelaksanaan implementasi ini kurang fokus karena dalam waktu yang bersamaan harus melaksanakan kegiatan lain.

2. Evaluasi Faktor Pendorong

Faktor pendukung dalam implementasi pengembangan PPS di SMK Negeri 13 Sarolangun salah satunya adalah semangat warga sekolah untuk turut berpartisipasi dalam kegiatan ini. Selain itu dengan dukungan fasilitas yang lengkap untuk pelaksanaan PPS ini, seperti tersedianya ruangan dan fasilitas lainnya lebih memudahkan untuk merealisasikan Program Pengembangan Sekolah. Sumber Daya Manusia (SDM) yang cukup, dan sesuai dengan disiplin ilmu juga menjadi factor pendorong terrealisasinya imlementasi Program Pengembangan Sekolah di SMK Negeri 13 Sarolangun.

Rekomendasi Implementasi Strategi Pengembangan

1. Pelaksanaan Pembelajaran di SMK

Seperti yang diharapkan bahwa SMK harus dapat menyiapkan peserta didik untuk siap bekerja, berwirausaha dan melanjutkan, pembelajaran di SMK harus dapat dilakukan dengan pembelajaran sesuai dengan standar industri dan berdasarkan pada kondisi yang nyata. Pembelajaran dengan kondisi nyata

akan dapat memberikan pengalaman belajar yang baik kepada peserta didik untuk menyiapkan diri siap bekerja pada industri.

2. Pemanfaatan Aspek Digitalisasi

Dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat maka SMK saat ini harus dapat beradaptasi dengan memaksimalkan pemanfaatan aspek digitalisasi dalam pembelajaran dan pengelolaan. Aspek digitalisasi ini juga akan berdampak pada peningkatan efektifitas dan efisiensi dalam hal pelayanan SMK baik pembelajaran maupun pengelolaan.

3. Sinkronisasi Kebijakan Pusat dan Daerah

Ketidaksinkronannya antara kebijakan pusat dan daerah terkadang dapat menghambat SMK untuk berkembang. Untuk itu perlu dilakukan sinkronisasi kebijakan antara pusat dan daerah sehingga antara program pusat dan program daerah dalam pengelolaan SMK dapat berjalan seiring dan saling melengkapi.

4. Keterlibatan Seluruh Pihak

Peran serta seluruh pihak baik pemangku kebijakan maupun pihak terkait sangat diperlukan dalam pengembangan SMK saat ini. Terlaksananya program kemitraan antara SMK dengan IDUKA perlu didukung dan didorong oleh pemangku kebijakan baik di pusat maupun di daerah.

SIMPULAN

Dari hasil implementasi Program Pengembangan Sekolah (PPS) SMK Negeri 13 Sarolangun dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pembelajaran kewirausahaan yang terintegrasi dengan pembelajaran kejuruan memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha jasa penitipan anak di SMKN 13 Sarolangun.
2. Mediasosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi produk dan jasa dalam rangka meningkatkan jumlah pelanggan.
3. Mediasosial dapat dimanfaatkan untuk sosialisasi usaha jasa penitipan anak yang dikembangkan oleh SMK Negeri 13 Sarolangun.
4. Mediasosial dapat dimanfaatkan dalam pembelajaran kewirausahaan di SMK Negeri 13 Sarolangun sebagai media promosi dan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Cristianingrum (2017). *Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha*. Integrated Journal of Business and Economics (IJBE) Volume 1 No 1 Tahun 2018. 45-55
- Hamdiani, Yulinda (2016). *Layanan Anak Usia Dini/Pra sekolah dengan Full Day Care di Taman Penitipan Anak*. Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Volume 2 No. 2 Tahun 2016
- Mustikawati, Amelia (2020). *Studi Tentang Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa di Era Revolusi 4.0*. Socia Jurnal Ilmu-ilmu Sosial Universitas Pendidikan Indonesia, Volume 17, No. 1 Tahun 2020. 31-37
- Pratiwi, Aisyah Dyah Ayu Arum (2020). *Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Keikutsertaan dalam Prakerin Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Manajemen dan Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, Volume 4 No. 1 Mei 2020. 55-66
- Puspitarini, Dinda Sekar (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*. Jurnal Common. Volume 3 Nomor 1 Tahun 2019
- Rizkita Diantifani (2017). *Pengaruh Standar Kualitas Taman Penitipan Anak (TPA) Terhadap Motivasi dan Kepuasan Orang Tua (Pengguna) untuk Memilih Pelayanan TPA yang Tepat*. Jurnal Pendidikan Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia. Volume 1 No. 1 Tahun 2017. 1-16
- Suryani, Ita (2014). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter*

Imam Khomsun, *Pelaksanaan Pembelajaran Kewirausahaan untuk Pengembangan Usaha Jasa Penitipan Anak di SMK Negeri 13 Sarolangun*
Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). Jurnal Komunikasi. Volume 8
Nomor 2 Tahun 2014