

STRATEGI INOVASI PRODUK TEACHING FACTORY SMK BLUD

Oleh: Mochamad Bruri Triyono, Bayu Rahmat Setiadi, Eka Ary Wibawa, Galeh Nur Indriatno Putra Pratama

ABSTRAK

Fenomena SMK BLUD menunjukkan trend peningkatan cukup signifikan, di mana hampir setiap provinsi mendorong SMK Negeri untuk meningkatkan statusnya menjadi SMK BLUD. Salah satu andalan utama SMK BLUD yang dapat menghasilkan income generating adalah penjualan produk *teaching factory*-nya ke masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi inovasi produk *teaching factory* SMK BLUD agar memiliki daya saing di pasar. Penelitian ini menggunakan kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*mix-method*) dengan tipe *sequential explanatory*. Pendekatan kuantitatif menggunakan *cross-sectional survey* untuk mengetahui kondisi empiris inovasi produk *teaching factory* SMK BLUD. Pendekatan kualitatif digunakan untuk merumuskan formulasi strategi inovasi produk *teaching factory*. Penelitian dilaksanakan selama 7 (tujuh) bulan di 5 (lima) SMK BLUD yang menjadi sasaran penelitian. Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner, wawancara, dan FGD. Responden penelitian antara lain yaitu kepala sekolah, pengelola BLUD, guru produktif, siswa, dan tenaga kependidikan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni teknik deskriptif kuantitatif dan analisis data kualitatif. Teknik keabsahan data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini yakni teknik triangulasi, meliputi triangulasi sumber dan metode. Hasil yang dicapai yaitu inovasi produk masing-masing SMK BLUD berbeda-beda sesuai dengan bidang keahlian dan program keahlian SMK. Terdapat kesamaan pada fokus inovasi yaitu inovasi produk, inovasi proses produksi, dan inovasi *packaging*. Sebagian SMK BLUD sudah memiliki *brand* atau merek sendiri atas produk *teaching factory*-nya.

Kata Kunci: *inovasi, produk, teaching factory, SMK, BLUD*