



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 5491-5512

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Evaluasi Kegiatan Pelatihan Beauty Class dalam Meningkatkan Profesionalitas di Kalangan Karyawati Sales dan Marketing PT Adev Natural Indonesia

Tiara Rizkyta Al-Rasyid Bashir^{1✉}, Titin Supiani², Dwi Atmanto³

Universitas Negeri Jakarta

Email: tiararizkyta22@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Pertumbuhan industri kecantikan mendorong pentingnya penampilan profesional, terutama bagi karyawan di garis depan. PT Adev Natural Indonesia mengalami kesenjangan antara standar perusahaan dengan penampilan karyawan, terutama dalam hal tata rias wajah. Oleh karena itu, pelatihan *beauty class* dirancang untuk memperkuat citra profesional dan meningkatkan kualitas interaksi dengan klien. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kegiatan pelatihan *beauty class* dalam meningkatkan profesionalitas karyawati divisi *Sales* dan *Marketing* di PT Adev Natural Indonesia. Menggunakan pendekatan *mixed methods* dan Model Evaluasi CIPP (*Context, Input, Process, Product*), penelitian dilakukan pada Januari-Juli 2025. Fokus pelatihan adalah peningkatan keterampilan dan pengetahuan seputar penampilan profesional melalui lima materi utama: *basic skincare, daily makeup, grooming, hijab styling, dan bold makeup look*. Responden berjumlah 15 orang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan dan sikap profesional karyawati, terutama dalam aspek penampilan dan rasa percaya diri. Evaluasi *context* menunjukkan bahwa pelatihan cukup sesuai dengan kebutuhan, namun keterkaitan materi dengan tugas kerja perlu diperkuat. Pada aspek *input*, instruktur dinilai kompeten, tetapi fasilitas masih kurang memadai. Aspek *process* menunjukkan keterlibatan aktif peserta, meskipun terdapat kendala teknis dalam pelaksanaan. Pada aspek *product*, terjadi peningkatan signifikan dalam keterampilan rias wajah dan *grooming*. Dengan demikian, pelatihan ini efektif namun masih memerlukan perbaikan pada penyediaan fasilitas dan penyesuaian materi dengan kebutuhan kerja.

Kata Kunci: *Pelatihan, Beauty Class, Profesionalitas, Evaluasi CIPP*

Abstract

The growth of the beauty industry emphasizes the importance of a professional appearance, especially for frontline employees. PT Adev Natural Indonesia is experiencing a gap between the company's standards and the appearance of its employees, especially in terms of facial makeup. Therefore, the beauty class training is designed to strengthen the professional image and improve the quality of interactions with clients. This research aims to evaluate the beauty class training activities in enhancing the professionalism of female employees in the Sales and Marketing division at PT Adev Natural Indonesia. Using a mixed methods approach and the CIPP Evaluation Model (Context, Input, Process, Product), the research was conducted from January to July 2025. The focus of the training is to enhance skills and knowledge related to professional appearance through five main subjects: basic skincare, daily makeup, grooming, hijab styling, and bold makeup look. The respondents, totaling 15 individuals, were selected using purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires, semi-structured interviews, and documentation. The research results show that the training has a positive impact on the improvement of skills and professional attitudes of female employees, especially in aspects of appearance and self-confidence. Context evaluation shows that the training is quite aligned with needs, but the connection between the material and work tasks needs to be strengthened. In the input aspect, the instructor is deemed competent, but the facilities are still inadequate. The process aspect shows active participation from the participants, although there were technical difficulties during the implementation. In the product aspect, there was a significant improvement in makeup and grooming skills. Overall, this training is effective but still requires improvements in facility provision and adjustments of materials to meet work needs.

Keywords: *Training, Beauty Class, Professionalism, CIPP Evaluation*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk tidak hanya menawarkan produk atau jasa berkualitas, tetapi juga memperhatikan aspek non-teknis yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Perusahaan industri kecantikan di Indonesia sedang bersaing dalam menciptakan produk dan layanan yang inovatif guna menarik perhatian para konsumen. Di Indonesia, industri ini mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan jumlah perusahaan kosmetik meningkat dari 819 pada tahun 2021 menjadi 913 pada Juli 2022 (BPS, 2022). Salah satu pemain penting dalam industri ini adalah maklon kosmetika.

Maklon kosmetika merupakan salah satu bidang di industri kecantikan yang berfokus pada pengembangan ataupun pembuatan kosmetika. Berdasarkan data Kementerian Koordinator bidang Perekonomian Republik Indonesia, pertumbuhan 1 industri kosmetik di Indonesia yang mencapai 21,9%, yakni dari 913 perusahaan di tahun 2022 menjadi 1.010

perusahaan pada pertengahan 2023 (Airlangga Hartarto, 2023). Data ini menunjukkan tingginya minat dan permintaan terhadap produk kecantikan, serta perkembangan yang memberikan kesempatan emas untuk terjun langsung dalam industri yang berkembang pesat khususnya di maklon kosmetika. Pengembangan sumber daya manusia (SDM) menjadi sebuah konsep yang sangat krusial dalam dunia bisnis dan organisasi modern. Perubahan pesat dalam lingkungan ekonomi dan teknologi, serta persaingan global yang semakin ketat, maka pengembangan sumber daya manusia (SDM) menjadi kunci utama bagi keberhasilan suatu perusahaan atau institusi (Riono, 2021).

Situasi persaingan bisnis industri kecantikan yang semakin ketat membuat perusahaan berlomba-lomba membentuk strategi untuk dapat menjadi yang terdepan dan berkualitas dibanding para pesaingnya. Dalam dunia kerja yang semakin kompetitif, penampilan profesional menjadi salah satu aspek penting dalam mencerminkan citra diri dan perusahaan. Penampilan karyawan yang rapi, bersih, dan menarik tidak hanya memberikan kesan positif terhadap individu, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dalam industri jasa maupun non-jasa, penampilan seringkali menjadi penilaian pertama yang membentuk persepsi konsumen. Menurut Ambarawati (2021), keterampilan komunikasi nonverbal, termasuk penampilan profesional, menjadi elemen penting dalam menyampaikan pesan secara efektif dan membentuk persepsi positif terhadap individu. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan pengembangan aspek *grooming* dan tata rias sebagai bagian dari pengembangan sumber daya manusia.

Penampilan profesional tidak hanya mencakup pakaian yang dikenakan, tetapi juga mencerminkan sikap, etika, dan kepercayaan diri karyawan dalam berinteraksi dengan klien atau pelanggan. Dalam industri yang berorientasi pada layanan, seperti perhotelan, penjualan, dan pemasaran, penampilan karyawan sering kali menjadi tolak ukur utama dalam menentukan kualitas layanan. Kepuasan konsumen umumnya dapat diberikan oleh karyawan perusahaan yang memegang peran krusial di perusahaan, khususnya pada posisi yang berinteraksi langsung dengan konsumen seperti karyawan di bagian *sales* dan *marketing*, penampilan menjadi kunci utama. Hal ini disebabkan karena peran mereka tidak hanya menjual produk, tetapi juga membawa nama baik dan citra perusahaan. Karyawan dengan penampilan profesional akan lebih mudah membangun hubungan kepercayaan dengan konsumen. Sebaliknya, penampilan yang kurang rapi atau tidak sesuai standar dapat memberikan kesan kurang serius, tidak profesional, bahkan menurunkan kredibilitas perusahaan.

PT Adev Natural Indonesia merupakan perusahaan yang fokus pada Jasa Maklon Kosmetik dan *Personal Care* terbaik di Indonesia. Dengan slogan "Menjadi Solusi Terbaik Kosmetik Legal". PT Adev Natural Indonesia yang selanjutnya disebut PT ANI, resmi berdiri pada tanggal 15 Januari 2007 di Bogor dengan Notaris Lisa Karwati, S.H. PT. Adev Natural Indonesia memiliki dua lokasi operasional. Lokasi pertama adalah pabrik yang terletak di Jl. KH.R. Abdullah Bin Nuh No.16A, Curug Mekar, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor. Lokasi kedua adalah kantor yang beralamat di Ruko Taman Yasmin Sektor VI No.132, Kelurahan Curug Mekar, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor. Kedua lokasi ini mendukung kegiatan operasional perusahaan dalam pengembangan dan produksi produk kosmetik. Perusahaan mempunyai karyawan sebanyak 120 orang yang terbagi dari 8 divisi dan 19 departemen. Produksi pertama dari PT Adev Natural Indonesia yaitu sabun transparan, saat ini PT Adev Natural Indonesia sudah memiliki lebih dari 100 produk yang terjamin kualitas dan mutunya serta memiliki izin badan izin pengawas obat dan makanan (BPOM).

PT Adev Natural Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan maklon produk kosmetik, tentu sangat memiliki kepentingan besar terhadap citra profesionalisme dari para karyawannya. Sebagai perusahaan yang menawarkan produk-produk perawatan tubuh, wajah, dan kecantikan, maka aspek visual dan penampilan menjadi sangat penting, khususnya bagi karyawan yang berada di garda terdepan perusahaan seperti divisi *sales* dan *marketing*. Berdasarkan observasi awal dan wawancara yang dilakukan dengan pihak HRD PT Adev Natural Indonesia, ditemukan bahwa sebagian karyawan belum sepenuhnya memahami pentingnya penampilan profesional dalam mendukung performa kerja khususnya dalam menjalankan tugas-tugas yang bersifat representatif. Hal ini tercermin dari kebiasaan beberapa karyawan yang masih tampil seadanya ketika melakukan pertemuan dengan klien atau saat mengikuti kegiatan promosi produk. Keterampilan merias wajah di kalangan karyawan PT Adev Natural Indonesia, khususnya yang bertugas sebagai *sales* dan *marketing*, masih belum optimal dan tergolong kurang memadai. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan perusahaan terhadap citra profesionalisme karyawan dan realitas di lapangan.

Hasil survei pendahuluan yang dilakukan kepada karyawan divisi *sales* dan *marketing* di PT Adev Natural Indonesia menunjukkan bahwa beberapa dari mereka merasa belum mendapatkan pelatihan yang memadai terkait *grooming* dan penampilan profesional. Beberapa karyawan mengaku masih bingung menentukan standar berpakaian yang sesuai dengan citra perusahaan, kurang memahami teknik merias wajah secara tepat, serta belum percaya diri saat bertemu dengan klien atau menghadiri kegiatan promosi perusahaan.

Kondisi ini semakin diperkuat melalui wawancara dengan HR-*Legal Supervisor*, Ibu Moudy yang menyatakan bahwa selama ini perusahaan lebih memfokuskan pelatihan pada aspek teknis seperti pelatihan penjualan dan product knowledge, sementara aspek penampilan belum menjadi perhatian utama. Padahal, menurutnya, karyawan di bidang *sales* dan *marketing* merupakan representasi langsung dari perusahaan di hadapan publik dan klien, sehingga aspek *personal grooming*, penataan hijab, dan penggunaan *makeup* yang sesuai sangat penting untuk meningkatkan citra dan kepercayaan pelanggan. Selain itu, *Supervisor Human Resources* (HR), Ibu Ghesani juga menyampaikan bahwa keterampilan merias wajah dikalangan karyawan PT Adev Natural Indonesia, khususnya yang bertugas sebagai *sales* dan *marketing*, masih belum optimal dan tergolong kurang memadai. Hal ini terlihat dari kurangnya kesadaran mengenai tata rias wajah yang sesuai untuk aktivitas kerja sehari-hari. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan karyawan dalam menata penampilan sesuai standar profesional. Oleh karena itu, pihak manajemen menyambut baik pelaksanaan pelatihan *beauty class* sebagai upaya untuk menyalurkan penampilan personal karyawan dengan nilai-nilai perusahaan.

Menanggapi permasalahan tersebut, PT Adev Natural Indonesia telah mengadakan kegiatan pelatihan "*Beauty Class*" sebanyak tiga kali pertemuan pada tanggal 04 Oktober 2024, 17 Oktober 2024, dan 08 November 2024 dengan durasi masing-masing 2 jam/pertemuan. Materi-materi yang dibahas dalam melakukan pelatihan *beauty class*, meliputi *basic grooming*, *basic makeup*, *bold makeup look*, dan *hijab styling*. Pelatihan ini dirancang secara bertahap untuk meningkatkan pengetahuan serta keterampilan karyawan dalam merias wajah sesuai konteks profesional. Setiap sesi disusun secara praktis dengan kombinasi penyampaian teori dan praktik langsung, sehingga peserta dapat memahami dan mengaplikasikan teknik riasan yang sesuai dengan lingkungan kerja. Kegiatan pelatihan *beauty class* diikuti oleh 15 karyawan dari divisi *sales* dan *marketing*, dengan rentan usia 25-30 tahun. Pelaksanaan kegiatan pelatihan *beauty class* dilakukan di Ruko Taman Yasmin Sektor VI No. 132, Kelurahan Curug Mekar, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini didukung oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang sedang menjalani program Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Adev Natural Indonesia. Mahasiswa berperan sebagai tim pendukung dalam proses perencanaan dan persiapan kegiatan pelatihan. Kegiatan ini menjadi sarana pembelajaran yang sangat berharga bagi mahasiswa sekaligus bentuk kontribusi terhadap kegiatan perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pinasti (2016) melalui skripsi yang berjudul "Evaluasi Program Kursus Tata Rias Wajah Level 1 di Lembaga Kursus dan

Pelatihan (LKP) Cahaya Kartika Bekasi”, menyatakan bahwa program kursus tersebut secara umum telah berjalan dengan cukup baik, terutama pada aspek proses dan produk, yang mencerminkan materi pelatihan secara sesuai dan adanya peningkatan keterampilan peserta. Meskipun demikian, aspek input masih menunjukkan beberapa kendala, seperti ketidaksesuaian alokasi waktu dan fasilitas yang belum optimal. Temuan ini menunjukkan pentingnya evaluasi menyeluruh terhadap program pelatihan, termasuk dari sisi perencanaan, pelaksanaan, hingga hasil yang dicapai, agar pelatihan dapat benar-benar memberikan dampak positif bagi peningkatan keterampilan dan profesionalitas peserta.

Selain itu, penelitian oleh Wiguna, Fitriyyah, dan Sudrajat (2023) mengevaluasi program pelatihan di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Bina Warga Kampung Cipait, Kecamatan Padarincang, Kabupaten Serang, menggunakan model evaluasi CIPP (Context, Input, Process, Product). Dengan pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa program pelatihan memberikan manfaat signifikan bagi peserta, mencakup peningkatan keterampilan teknis, non-teknis, dan pengetahuan umum. Peserta memberikan tanggapan positif terhadap materi, metode pembelajaran, dan fasilitas yang disediakan. Namun, penelitian juga mengidentifikasi tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia, fasilitas yang terbatas, dan kebutuhan pengembangan kurikulum yang lebih terstruktur. Penelitian ini menekankan pentingnya kolaborasi dengan pihak terkait untuk meningkatkan efektivitas program pelatihan di PKBM.

Dari hasil penelitian di atas, menekankan bahwa pentingnya evaluasi komprehensif dalam program pelatihan agar manfaatnya dapat tercapai secara optimal. Namun, hingga kini, penelitian yang secara khusus mengevaluasi pelatihan *beauty class* untuk karyawan bidang *sales* dan *marketing*, terutama dalam konteks peningkatan penampilan profesional di dunia kerja, masih sangat terbatas. Padahal, dalam sektor industri kosmetik dan *personal care*, penampilan merupakan bagian penting dari representasi perusahaan, terutama dalam aktivitas pemasaran dan penjualan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pelatihan *beauty class* bagi karyawan *sales* dan *marketing* di PT Adev Natural Indonesia sebagai upaya strategis dalam membangun citra profesional, meningkatkan rasa percaya diri, dan menunjang kinerja melalui pendekatan evaluatif model CIPP serta metode campuran kuantitatif dan kualitatif.

Pelatihan *beauty class* tidak hanya memberikan manfaat individu bagi karyawan, tetapi juga berdampak positif pada citra perusahaan secara keseluruhan. Karyawan yang tampil profesional dan percaya diri dapat memberikan kesan positif terhadap pelanggan, rekan

kerja, dan mitra bisnis, serta meningkatkan citra perusahaan secara keseluruhan. Selain itu, pelatihan ini juga dapat menjadi sarana pengembangan diri dan pemberdayaan karyawan. Dengan mempelajari teknik dan keterampilan tata rias wajah yang tepat, karyawan dapat merasa lebih percaya diri dalam berpenampilan, dan menghargai diri mereka sendiri. Hal ini dapat meningkatkan motivasi, produktivitas, dan keterlibatan karyawan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini akan berfokus untuk mengevaluasi kegiatan pelatihan *beauty class* bagi karyawan *sales* dan *marketing* dalam mendukung penampilan profesional di PT Adev Natural Indonesia. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan tersebut berhasil mencapai tujuan, baik dari aspek pemahaman materi, peningkatan keterampilan, hingga dampaknya terhadap profesionalisme kerja karyawan (CIPP). Penelitian ini juga bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana karyawan memahami dan menerapkan pengetahuan serta keterampilan yang diperoleh dari pelatihan ke dalam aktivitas sehari-hari khususnya di tempat kerja.

Penelitian ini penting dilakukan mengingat kualitas sumber daya manusia yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga unggul dalam penampilan dan etika kerja. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan perusahaan dalam merancang program pengembangan karyawan di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods*, Penelitian ini menggunakan CIPP *Evaluation Model* (*Context, Input, Process, dan Product*) sebagai pendekatan evaluatif. Penelitian dilakukan di PT. Adev Natural Indonesia yang merupakan perusahaan maklon di bidang kosmetik. PT Adev Natural Indonesia beralamat di Ruko Taman Yasmin Sektor VI No. 132, Kelurahan Curug Mekar, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari hingga Juli 2025. Fokus penelitian dalam kegiatan pelatihan *beauty class* yaitu terdapat sejumlah bahan dan materi yang dirancang secara khusus untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta dalam mendukung penampilan profesional di dunia kerja. Materi pelatihan mencakup lima topik utama, yaitu *basic skincare, daily makeup, grooming, hijab styling, dan bold make up look*. Setiap topik disusun secara sistematis agar peserta mampu menerapkannya dalam aktivitas kerja sehari-hari, terutama dalam peran sebagai tenaga pemasaran dan penjualan.

Responden dalam penelitian ini adalah karyawan dari divisi *sales* dan *marketing* PT Adev Natural Indonesia yang mengikuti pelatihan *beauty class*. Jumlah responden sebanyak

15 orang dengan rentang usia 25–30 tahun. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu memilih responden yang memang mengikuti pelatihan secara aktif dan dapat memberikan informasi yang relevan terhadap efektivitas kegiatan.

Bahan kuesioner dan wawancara diperoleh dari kegiatan pelatihan langsung, dokumentasi hasil pelatihan, serta wawancara semi-terstruktur dengan peserta dan instruktur pelatihan. Hal ini mencakup perubahan penampilan, sikap, serta kemampuan peserta dalam menerapkan hasil pelatihan di tempat kerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Wawancara

a. *Context*

1. Latar Belakang

Berdasarkan hasil wawancara dengan para narasumber mengenai latar belakang pelaksanaan pelatihan, diketahui bahwa latar belakang menjadi salah satu unsur penting dalam perencanaan kegiatan pelatihan agar kegiatan yang diselenggarakan benar-benar menjawab kebutuhan peserta. Dengan memahami alasan mendasar penyelenggaraan pelatihan, maka pelatihan yang diberikan akan lebih tepat sasaran.

Pelatihan ini menjadi penting karena divisi tersebut adalah wajah perusahaan yang langsung berinteraksi dengan customer. *Supervisor Sales* menekankan bahwa ini adalah pelatihan pertama yang sangat dibutuhkan, sementara *Supervisor Marketing* menambahkan bahwa dibandingkan maklon lain, penampilan karyawan Adev masih belum seragam dan belum mencerminkan profesionalisme di industri kosmetik. Oleh karena itu, pelatihan ini dipandang sebagai solusi awal untuk meningkatkan citra profesional karyawan, khususnya saat berinteraksi dengan konsumen. Dari uraian para narasumber dapat disimpulkan bahwa pelatihan *beauty class* dilaksanakan sebagai respon atas kebutuhan akan peningkatan profesionalitas karyawan, khususnya dalam hal penampilan dan kepercayaan diri di lingkungan kerja.

2. Perumusan Tujuan

Berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber, dapat disimpulkan bahwa tujuan diselenggarakannya pelatihan *beauty class* adalah untuk memberikan serta mengembangkan keterampilan peserta dalam hal penampilan dan *grooming* yang mendukung profesionalitas kerja. Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk

meningkatkan rasa percaya diri peserta, khususnya dalam menjalankan tugas di bidang *Sales* dan *Marketing*. Secara keseluruhan, tujuan pelatihan telah selaras dengan visi dan misi perusahaan, yaitu mendukung pengembangan sumber daya manusia yang kompeten dan berpenampilan profesional.

3. Analisis Kebutuhan

Berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber, HRD mengakui bahwa tidak dilakukan analisis kebutuhan secara formal, namun pelatihan bersifat responsif terhadap kondisi di lapangan. Supervisor Sales menyebutkan bahwa usulan pelatihan sempat diajukan sebelumnya, namun baru terealisasi saat ada anak magang yang sesuai bidangnya. Supervisor Marketing menambahkan bahwa ia sering melakukan benchmarking ke maklon lain dan melihat adanya gap signifikan dalam penampilan antara karyawan Adev dan perusahaan lain. Hal ini mendukung perlunya pelatihan untuk menjawab tantangan kompetitif dan ekspektasi profesionalisme.

4. Kebijakan Pengembangan SDM Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber, dapat disimpulkan bahwa pelatihan *beauty class* yang telah diselenggarakan sudah selaras dengan kebijakan pengembangan SDM. HRD dan para Supervisor sepakat bahwa meskipun belum tertulis secara eksplisit dalam dokumen kebijakan, pelatihan ini sejalan dengan peningkatan kompetensi, kepercayaan diri, dan profesionalitas, khususnya bagi divisi yang berhadapan langsung dengan pihak eksternal.

b. *Input*

1. Materi

Berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber, dapat disimpulkan bahwa pemilihan materi dalam pelatihan *beauty class* disesuaikan dengan kebutuhan para peserta seperti *skincare* dasar, teknik *makeup*, *grooming*, dan hijab *styling*. HRD menyebutkan bahwa peserta masih banyak yang belum memahami dasar-dasar *skincare*, sementara *Supervisor Sales* menilai pelatihan berhasil membuat penampilan peserta menjadi lebih rapi dan menarik. *Supervisor Marketing* menambahkan bahwa teknik-teknik yang diajarkan sangat membantu, bahkan memperbaiki kesalahan dalam pengaplikasian *makeup* yang sebelumnya sering dilakukan oleh peserta. Sehingga, setiap pertemuan difokuskan pada keterampilan, yang membuat peserta mendapatkan pengalaman belajar secara terstruktur

dan tidak memberatkan. Selain itu, materi yang diberikan telah mencakup seluruh aspek yang dibutuhkan dan sesuai dengan pedoman pelatihan yang telah ditetapkan.

2. Media

Media yang digunakan berupa presentasi, demonstrasi langsung, dan praktik mandiri. Menurut HRD, peserta awalnya memerlukan bantuan namun tetap terbantu karena adanya ketersediaan produk. Supervisor Sales menilai media sangat efektif dan peserta diarahkan dengan sabar. Supervisor Marketing juga menyampaikan bahwa media pembelajaran membantu peserta mengingat kembali teknik yang benar dalam berpenampilan.

3. Metode

Berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber, dapat disimpulkan bahwa metode utama yang digunakan dalam kursus tata rias wajah adalah metode demonstrasi. Dalam metode ini, instruktur secara langsung memperagakan setiap langkah merias wajah secara bertahap, mulai dari persiapan kulit hingga tahapan akhir *makeup*. Penggunaan metode demonstrasi dinilai cukup efektif karena memudahkan peserta dalam memahami materi yang disampaikan, terutama dalam aspek teknis seperti penggunaan alat dan produk kosmetik.

Selain menyaksikan demonstrasi, peserta juga diberikan kesempatan untuk terlibat secara aktif dengan mempraktikkan langsung teknik yang telah dicontohkan oleh instruktur. Keterlibatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman, tetapi juga memperkuat keterampilan peserta melalui praktik langsung. Dengan demikian, metode demonstrasi tidak hanya memberikan penjelasan visual yang jelas, tetapi juga menciptakan suasana pelatihan yang interaktif dan aplikatif, yang sejalan dengan karakteristik pelatihan berbasis keterampilan seperti *beauty class*.

4. Alokasi Waktu

Berdasarkan penjelasan hasil wawancara di atas bersama narasumber, dapat disimpulkan bahwa alokasi waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan *beauty class* belum sepenuhnya sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan sejak awal kegiatan, karena pelatihan dilakukan saat jam kerja dan harus menyesuaikan dengan jadwal *Sales* dan *Marketing*. Ketidaksiharian ini berdampak pada efektivitas proses pembelajaran, terutama dalam hal manajemen waktu instruktur saat menyampaikan materi dan membimbing praktik peserta. Kondisi ini juga mempengaruhi pencapaian hasil pelatihan secara

keseluruhan, karena keterbatasan waktu dapat mengurangi kedalaman materi yang disampaikan maupun durasi praktik peserta.

Selain itu, ketidaktepatan waktu kedatangan atau kesiapan peserta turut menjadi faktor yang menghambat kelancaran jalannya pelatihan. Keterlambatan peserta dapat menyebabkan pergeseran jadwal atau pemendekan sesi, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap ketercapaian tujuan dari kegiatan pelatihan. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan waktu yang lebih ketat dan disiplin baik dari pihak penyelenggara maupun peserta agar kegiatan pelatihan dapat berjalan lebih optimal di masa mendatang.

5. Kompetensi Instruktur

Berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber, yang telah dijelaskan pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa instruktur tidak memberikan penjelasan materi secara menyeluruh di awal sebelum praktik dimulai. Penyampaian materi dilakukan secara bertahap dan sejalan dengan praktik yang sedang berlangsung, melalui penjelasan langkah demi langkah saat demonstrasi. Dengan kata lain, peserta tidak memperoleh pemahaman teori secara utuh di awal sesi, melainkan memahami materi melalui penjelasan langsung pada saat praktik berlangsung. HRD menyampaikan bahwa meskipun tidak ada modul formal, ada poin-poin materi yang disusun sebagai panduan. *Supervisor Marketing* menilai bahwa penyampaian instruktur terstruktur dan cukup profesional, walaupun tidak semua teori disampaikan secara rinci.

Meskipun demikian, instruktur dinilai cukup menguasai metode pembelajaran yang diterapkan. Hal ini ditunjukkan melalui kelancaran dalam menyampaikan langkah-langkah perawatan dan tata rias, serta kemampuan menjawab pertanyaan peserta secara responsif.

6. Fasilitas

Berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber, dapat disimpulkan bahwa fasilitas pelatihan *beauty class* di PT Adev Natural Indonesia secara umum sudah cukup memadai untuk menunjang kegiatan pembelajaran. Sarana seperti alat *makeup* dan bahan pelatihan disediakan oleh penyelenggara dan dapat digunakan oleh peserta selama kegiatan berlangsung. Ruangan pelatihan juga dinilai nyaman oleh sebagian peserta.

Namun, terdapat beberapa catatan penting dari narasumber terkait keterbatasan jumlah alat dan ruang. HRD menyampaikan bahwa ruangan belum optimal karena dilakukan secara lesehan. Beberapa peserta juga menyampaikan bahwa mereka harus menunggu giliran atau berbagi alat saat praktik berlangsung, yang menunjukkan perlunya penambahan jumlah fasilitas sesuai dengan jumlah peserta. Selain itu, ada masukan

mengenai pencahayaan ruangan yang dianggap masih kurang optimal, terutama ketika peserta melakukan detail *makeup* yang membutuhkan ketelitian.

Dengan demikian, meskipun secara keseluruhan fasilitas telah mendukung pelaksanaan pelatihan, beberapa aspek teknis seperti jumlah alat dan pencahayaan ruangan masih perlu ditingkatkan agar proses pembelajaran dapat berjalan lebih maksimal dan merata bagi seluruh peserta.

c. *Process*

1. Reaksi Peserta

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara, respon peserta terhadap pelaksanaan pelatihan *beauty class* secara umum sangat positif. Narasumber dari pihak HRD dan *supervisor* menyampaikan bahwa peserta menunjukkan antusiasme tinggi, baik dalam sesi teori maupun praktik. Peserta aktif bertanya dan mengikuti instruksi dengan serius, yang mencerminkan minat serta keterlibatan yang kuat dalam proses pembelajaran.

Dari sisi peserta, pelatihan dinilai menarik dan menyenangkan. Peserta merasa bahwa materi yang diberikan mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan mereka, khususnya dalam menunjang penampilan profesional di bidang *Sales* dan *Marketing*. Selain itu, kegiatan praktik dinilai memberikan pengalaman langsung yang bermanfaat dan meningkatkan kepercayaan diri dalam keterampilan tata rias.

Secara keseluruhan, respon positif ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya berhasil menciptakan suasana belajar yang kondusif, tetapi juga mampu memenuhi harapan peserta. Hal ini menjadi indikator bahwa pelatihan telah berjalan efektif dan sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai.

2. Kualitas Proses Pelaksanaan

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelaksanaan pelatihan *beauty class* dinilai cukup baik oleh berbagai pihak, baik dari segi manajemen pelatihan, penyampaian materi, hingga keterlibatan peserta. Pelatihan dilaksanakan secara terstruktur dan mengikuti rencana yang telah disusun, dengan materi yang relevan serta metode demonstrasi yang dianggap efektif.

Namun, beberapa masukan juga muncul terkait aspek teknis seperti pengelolaan waktu praktik, jumlah peralatan, dan kapasitas ruangan. Peserta menginginkan waktu praktik yang lebih panjang agar lebih leluasa dalam mencoba teknik yang diajarkan. Selain itu, terbatasnya alat mengharuskan peserta bergantian saat praktik, yang sedikit menghambat kelancaran proses pembelajaran.

Meskipun demikian, tidak ditemukan hambatan besar yang mengganggu pelaksanaan secara keseluruhan. Justru berbagai masukan tersebut dapat menjadi dasar untuk perbaikan teknis di pelatihan berikutnya yang mungkin tidak hanya diikuti oleh divisi *Sales* dan *Marketing* saja, tetapi kepada seluruh karyawan yang berkerja di Adev.

3. Ketepatan Metode

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa metode demonstrasi yang digunakan dalam pelatihan *beauty class* dinilai sangat tepat oleh seluruh narasumber, baik dari sisi penyelenggara maupun peserta. Metode ini memungkinkan peserta untuk memahami secara visual dan langsung proses tata rias yang diajarkan oleh instruktur. Langkah demi langkah ditunjukkan terlebih dahulu, kemudian peserta diberi kesempatan untuk mencoba secara mandiri.

Pendekatan ini dinilai sesuai dengan karakteristik materi pelatihan yang bersifat praktis, serta sangat efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta. Selain itu, metode demonstrasi juga memfasilitasi komunikasi dua arah antara instruktur dan peserta, karena setiap sesi praktik biasanya diikuti dengan tanya jawab atau klarifikasi langsung.

4. Interaksi Peserta

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan *beauty class* menunjukkan tingkat keaktifan yang baik selama kegiatan berlangsung. Mereka tidak hanya mengikuti instruksi, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam sesi praktik serta berani menyampaikan pertanyaan ketika mengalami kesulitan.

Selain itu, komunikasi dua arah antara peserta dan instruktur terjalin dengan baik. Peserta merasa nyaman untuk bertanya dan berdiskusi, sementara instruktur juga responsif dalam memberikan penjelasan tambahan saat dibutuhkan. Suasana kelas yang terbuka dan interaktif turut mendukung terciptanya proses pembelajaran yang lebih efektif dan menyenangkan.

5. Ketepatan Alokasi Waktu dengan Materi

Berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber, dapat disimpulkan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara alokasi waktu yang disediakan dengan jumlah serta kompleksitas materi yang disampaikan dalam pelatihan *beauty class*. Seluruh narasumber menyampaikan bahwa dalam beberapa sesi, materi yang disajikan cukup padat dan membutuhkan waktu yang lebih lama untuk benar-benar dipahami dan dipraktikkan secara optimal.

Kondisi ini menyebabkan peserta merasa terburu-buru saat mengikuti praktik, sehingga tidak semua langkah dapat dilakukan dengan sempurna. Beberapa peserta juga menyatakan bahwa mereka masih merasa bingung karena tidak sempat mengulang atau mengonsultasikan teknik tertentu akibat keterbatasan waktu. Dari sisi penyelenggara, instruktur pun harus menyesuaikan kecepatan mengajar dan menyampaikan materi agar sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

6. *Feedback*

Berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar peserta mampu memahami materi yang disampaikan oleh instruktur, khususnya karena metode yang digunakan bersifat demonstratif dan langsung dipraktikkan. Pemahaman peserta cenderung lebih kuat dalam aspek praktis dibandingkan dengan aspek teoritis. Hal ini ditunjukkan dengan pernyataan bahwa peserta merasa lebih mudah memahami materi setelah mencoba langsung, namun mengalami kesulitan ketika harus menjelaskan kembali materi secara verbal atau teoritis.

Dari sisi penyelenggara, pemahaman peserta dinilai cukup baik, tetapi masih perlu didorong untuk meningkatkan kemampuan kognitif dan komunikasi, terutama dalam menjelaskan ulang materi secara sistematis. Hal ini penting agar peserta tidak hanya terampil dalam praktik, tetapi juga memiliki kemampuan menjelaskan konsep yang mendasari setiap teknik yang diajarkan.

d. *Product*

1. Hasil Kegiatan

Pelatihan *beauty class* memberikan dampak positif terhadap ketiga ranah kemampuan peserta, yakni afektif, kognitif, dan psikomotor. Pada aspek afektif, peserta menunjukkan perubahan sikap yang lebih positif terhadap pentingnya penampilan profesional. Mereka menjadi lebih percaya diri dan lebih sadar terhadap etika berpakaian dan penampilan yang sesuai dengan peran mereka sebagai karyawati di bidang *Sales* dan *Marketing*.

Dari segi kognitif, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terkait konsep perawatan wajah, jenis-jenis *makeup*, serta teknik aplikasi yang sesuai dengan standar profesional. Mereka dapat menyebutkan tahapan-tahapan dalam merias wajah serta memahami fungsi dari setiap alat dan produk yang digunakan. Pada aspek psikomotorik, keterampilan peserta dalam melakukan *makeup* dasar hingga *makeup* untuk keperluan profesional mengalami peningkatan yang signifikan. Mereka tidak hanya mampu merias diri sendiri, tetapi juga bisa mengaplikasikan teknik tersebut pada orang lain dengan tingkat

ketelitian dan hasil yang baik. Akan tetapi HRD menyampaikan bahwa perubahan penampilan hanya bertahan 2-3 minggu dan belum konsisten di implementasikan sehari-hari di kantor.

Pembahasan

Evaluasi merupakan unsur penting dalam mengukur keberhasilan suatu kegiatan, terutama untuk mengetahui sejauh mana tujuan yang telah ditetapkan tercapai secara efektif. Evaluasi juga menjadi dasar pertimbangan untuk perbaikan dan pengambilan keputusan di masa depan. Penelitian ini menggunakan model evaluasi CIPP (*Context, Input, Process, Product*) untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan pelatihan *beauty class* di PT Adev Natural Indonesia, dengan fokus pada peningkatan profesionalitas karyawan divisi *Sales* dan *Marketing*.

Evaluasi dilakukan untuk memperoleh informasi yang objektif dan akurat terkait efektivitas kegiatan pelatihan, mulai dari konteks penyelenggaraan, masukan yang digunakan, proses pelaksanaan, hingga produk atau hasil yang dicapai. Penelitian ini tidak hanya bertujuan menilai keterlaksanaan kegiatan, namun juga dampaknya terhadap sikap, pengetahuan, dan keterampilan (afektif, kognitif, psikomotorik) peserta dalam konteks profesional kerja.

a. *Context*

Hasil penelitian pada aspek konteks menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan *beauty class* diselenggarakan sebagai respons terhadap kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan citra dan profesionalitas karyawan di bagian *Sales* dan *Marketing*, yang secara langsung berinteraksi dengan klien dan mitra bisnis. Berdasarkan wawancara dengan pihak HRD, pelatihan ini awalnya diinisiasi dari adanya mahasiswa magang dengan jurusan tata rias, yang kemudian berkontribusi dalam pelaksanaan pelatihan sebagai bagian dari pengembangan potensi mereka. Sementara itu, *Supervisor Sales* menyampaikan bahwa pelatihan ini merupakan inisiatif lama yang baru terealisasi, dan sangat penting mengingat karyawan di bidang penjualan adalah representasi utama perusahaan di mata klien. *Supervisor Marketing* juga mengonfirmasi bahwa dibandingkan maklon lain, penampilan karyawan Adev belum menunjukkan kesan profesional yang konsisten, sehingga pelatihan ini hadir sebagai solusi awal yang cukup efektif. Penampilan yang rapi dan profesional dianggap sebagai bentuk komunikasi non-verbal yang memengaruhi citra perusahaan dan kepercayaan pelanggan. Pelatihan ini dirancang untuk membekali peserta dengan

pemahaman tentang perawatan wajah, *makeup*, *grooming*, serta penampilan personal yang sesuai dengan standar profesional kerja.

Tujuan pelatihan disusun berdasarkan hasil analisis kebutuhan internal perusahaan, serta kesadaran bahwa penampilan merupakan bagian penting dari komunikasi nonverbal dalam dunia kerja. Selain itu, tujuan pelatihan ini disusun juga dengan pertimbangan praktis seperti memperkuat citra profesional, menanamkan dasar keterampilan *grooming*, serta memberikan ruang belajar bagi karyawan dan anak magang. Pelatihan ini juga selaras dengan visi dan misi perusahaan yang menekankan pelayanan terbaik dan kualitas produk, pelatihan ini menjadi bagian dari strategi penguatan sumber daya manusia, meskipun belum tertuang dalam dokumen kebijakan formal.

b. *Input*

Komponen input mencakup beberapa unsur penting seperti materi, media, metode, waktu, instruktur, dan fasilitas pendukung. Hasil wawancara dan kuesioner menunjukkan bahwa materi pelatihan telah disusun secara sistematis, dimulai dari pengenalan *skincare*, teknik dasar *makeup*, hingga teknik *grooming* dan hijab *styling* yang relevan dengan kebutuhan peserta kerja di dunia profesional.

Media pembelajaran utama yang digunakan bukanlah patung kepala (manekin), tetapi praktik langsung pada diri sendiri, yang dinilai lebih realistis dan efektif. Beberapa peserta menyampaikan bahwa praktik langsung pada wajah manusia memudahkan pemahaman terhadap bentuk wajah asli dan hasil *makeup* yang sebenarnya.

Metode yang digunakan adalah demonstrasi langsung, di mana instruktur mencontohkan terlebih dahulu, kemudian peserta mengikuti. Metode ini dinilai efektif karena memungkinkan peserta memahami teknik secara visual dan kinestetik. Penjelasan materi diberikan diawal secara teoritis namun singkat dan seiring dengan praktik. Meskipun tidak menggunakan modul formal, instruktur memiliki catatan poin penting yang dijadikan acuan agar materi tidak keluar jalur. Namun, waktu pelatihan yang dilakukan saat jam kerja menghadapi kendala karena padatnya aktivitas divisi *Sales* dan *Marketing*. Meskipun begitu, waktu pelatihan dianggap cukup oleh *supervisor* dan dapat mengikuti rundown yang telah ditentukan.

Fasilitas pelatihan seperti ruang praktik, alat-alat *makeup*, dan bahan kosmetik disediakan oleh perusahaan dan dinilai cukup, meskipun beberapa peserta menyatakan bahwa kenyamanan ruang pelatihan masih bisa ditingkatkan karena terdapat kekurangan

dalam aspek ruang yang sempit dan pencahayaan yang kurang, sehingga menyulitkan dalam mengecek hasil *makeup* secara detail.

c. *Process*

Pelaksanaan pelatihan berjalan dengan baik, ditandai oleh respon peserta yang positif dan keterlibatan aktif selama kegiatan. Peserta menunjukkan antusiasme, aktif bertanya, dan menunjukkan ketertarikan terhadap materi yang disampaikan. Interaksi dua arah antara instruktur dan peserta juga terjalin dengan baik.

Namun, ketidaktepatan dalam alokasi waktu kadang menjadi kendala, terutama ketika materi praktik membutuhkan waktu yang lebih panjang dari jadwal yang telah ditentukan. Beberapa bagian materi harus dipersingkat atau disampaikan sekilas karena waktu yang terbatas. Meski begitu, fleksibilitas instruktur dan kerja sama antar peserta membantu mengatasi kendala tersebut.

Metode demonstrasi terbukti sesuai dan mendukung pencapaian tujuan pembelajaran. Strategi penyampaian yang langsung dipraktikkan lebih mudah dipahami peserta dibandingkan teori verbal. *Feedback* peserta terhadap pelatihan juga umumnya positif, meskipun beberapa menyarankan adanya sesi tambahan untuk pendalaman materi tertentu.

d. *Product*

Pada aspek produk, pelatihan *beauty class* menghasilkan peningkatan yang nyata, meskipun belum sepenuhnya merata dan berkelanjutan dalam jangka panjang. Dari hasil wawancara, diketahui bahwa:

1. Afektif (Sikap)

Peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan kesadaran berpenampilan profesional. Namun, konsistensi sikap ini masih bersifat situasional. Beberapa peserta hanya menerapkan teknik *makeup* saat bertemu *customer* saja. Ini menunjukkan bahwa pelatihan memberikan pengaruh positif, namun belum membentuk kebiasaan jangka panjang yang kuat.

2. Kognitif (Pengetahuan)

Pengetahuan peserta mengenai *skincare*, teknik *makeup*, serta *grooming* meningkat secara signifikan. Banyak peserta yang sebelumnya belum memahami langkah-langkah perawatan wajah dan *makeup* dasar, kini mulai mengerti dan bisa membedakan teknik yang benar dan salah. Bahkan ada peserta yang menyatakan

bahwa mereka sebelumnya hanya mengandalkan tutorial di media sosial, yang ternyata tidak selalu tepat.

3. Psikomotorik (Keterampilan)

Peserta mampu mengaplikasikan teknik *makeup* dan *grooming* secara mandiri dan sesuai standar, serta dapat membantu rekan kerja dalam merias saat dibutuhkan. Pelatihan ini memberikan kontribusi positif terhadap performa kerja peserta dan memperkuat citra profesional perusahaan di mata konsumen maupun mitra bisnis. Meskipun praktik ini lebih intensif di awal-awal setelah pelatihan, sebagian peserta masih mempertahankan teknik yang dipelajari dalam rutinitas kerja sehari-hari.

Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan deskripsi dan pembahasan hasil penelitian yang telah peneliti uraikan di atas masih terdapat beberapa hal yang kurang dan masih belum sempurna, namun itu semua tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasan yang ada selama proses penelitian. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Sebagian besar instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data, khususnya kuesioner, disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup. Hal ini memungkinkan terbatasnya ruang bagi responden untuk mengungkapkan pendapat atau pengalaman yang lebih mendalam, sehingga dimungkinkan adanya aspek-aspek penting yang belum ter gali secara komprehensif.
2. Penelitian ini hanya melibatkan sejumlah kecil peserta dari satu divisi, yaitu karyawan *Sales* dan *Marketing* di PT Adev Natural Indonesia. Oleh karena itu, hasil temuan tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh karyawan perusahaan maupun ke perusahaan lain dengan konteks yang berbeda.
3. Keterbatasan pengetahuan dan pengalaman peneliti, yang mempengaruhi kedalaman analisis dan ruang lingkup penelitian.

SIMPULAN

Pelatihan *beauty class* yang dilaksanakan di lingkungan PT Adev Natural Indonesia merupakan salah satu bentuk kegiatan pengembangan keterampilan karyawan, khususnya di bidang perawatan wajah, tata rias, dan penampilan profesional. Kegiatan ini bertujuan untuk mendukung peningkatan profesionalitas kerja karyawan di mata customer, terutama yang berada di divisi *Sales* dan *Marketing*. Kegiatan ini dirancang secara aplikatif dengan pendekatan praktik langsung serta melibatkan instruktur dari internal dan peserta magang yang kompeten di bidang tata rias. Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan ini memberikan hasil yang cukup baik dalam beberapa aspek, meskipun masih ditemukan beberapa kelemahan di sisi lainnya.

Pada aspek *context* yang dimana pelatihan *beauty class* telah disusun sesuai dengan kebutuhan umum di lingkungan kerja untuk meningkatkan kualitas penampilan karyawan yang berinteraksi langsung dengan customer, serta peserta memahami tujuan dan arah pelatihan. Inisiatif pelaksanaan muncul dari kombinasi kebutuhan profesionalitas kerja dan kesempatan kolaborasi dengan peserta magang yang memiliki latar belakang kecantikan. Meskipun analisis kebutuhan tidak dilakukan secara formal, pelatihan ini dirasakan relevan oleh mayoritas peserta, terutama yang berasal dari bagian *Sales*. Namun, sebagian peserta masih menilai bahwa isi pelatihan belum sepenuhnya relevan dengan pekerjaan harian yang dijalankan, sehingga keterkaitan langsung antara materi dan praktik kerja perlu diperkuat. Selain itu, sebagian pihak juga masih menilai bahwa implementasi hasil pelatihan belum konsisten dalam jangka panjang karena penerapannya tergantung pada mood dan situasi kerja harian.

Pada aspek *input*, instruktur dinilai memiliki kompetensi yang memadai dan materi disampaikan dengan runtut. Metode utama berupa demonstrasi dan praktik langsung dinilai tepat dan efektif. Namun, pelaksanaan pelatihan belum sepenuhnya ditunjang oleh fasilitas dan alat praktik yang lengkap seperti ruang yang sempit, pencahayaan yang kurang mendukung, serta belum tersedianya alat dan produk makeup secara lengkap. Keterbatasan dalam penyediaan bahan dan ruang praktik turut memengaruhi kenyamanan peserta dalam mengikuti pelatihan, sehingga suasana pembelajaran kurang maksimal di beberapa sesi.

Aspek *process* menunjukkan hasil yang cukup baik, ditandai dengan keterlibatan aktif peserta, metode pengajaran yang interaktif, serta suasana pelatihan yang mendukung pembelajaran. Komunikasi dua arah terjadi, baik dalam bentuk tanya jawab

maupun diskusi ringan. Adanya sesi games juga membantu menjaga antusiasme peserta. Metode penyampaian yang langsung dipraktikkan membuat materi lebih mudah dicerna. Meskipun demikian, beberapa kendala teknis seperti ketidaksesuaian waktu pelaksanaan dengan jadwal yang dirancang sebelumnya perlu menjadi perhatian dalam pelatihan berikutnya.

Pada aspek *product*, pelatihan ini menunjukkan dampak positif terhadap aspek afektif, kognitif, dan psikomotorik peserta. Sebagian besar peserta mengalami peningkatan rasa percaya diri, pengetahuan tentang urutan *skincare* dan teknik *makeup*, serta keterampilan merias diri secara mandiri. Namun, perubahan tersebut tidak seluruhnya bersifat berkelanjutan. Dalam praktiknya, implementasi hasil pelatihan cenderung bersifat situasional dan belum menjadi kebiasaan yang konsisten, terutama pada karyawan yang tidak bertemu *customer* setiap hari.

Secara keseluruhan, pelatihan *beauty class* memberikan kontribusi yang berarti dalam meningkatkan profesionalitas karyawan, terutama dari sisi penampilan, sikap kerja, dan kepercayaan diri saat berinteraksi dengan pihak eksternal. Meskipun masih ditemukan beberapa keterbatasan dalam hal fasilitas dan keberlanjutan implementasi hasil pelatihan, kegiatan ini layak untuk dilanjutkan dan dikembangkan lebih luas kepada divisi lain yang memiliki peran representatif. Perbaikan pada aspek sarana, jadwal yang lebih fleksibel, serta pendalaman materi dapat menjadi fokus dalam pelaksanaan pelatihan selanjutnya agar hasilnya lebih optimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarawati, A. (2021). Urgensi Keterampilan Komunikasi Nonverbal Guru Pada Era Society 5.0. In Online) Terakreditasi Nasional. SK: Vol. XII (Issue 2). Cetak.
- Aria Mulyapradana, Ary Dwi Anjarini, Luthfiatul Khamidah, & Aria Elshifa. (2022a). Implementasi Manajemen Penampilan Diri Melalui Pelatihan Beauty Class Bagi Calon Tenaga Administrasi Perkantoran. PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 47–51. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i1.805>
- Aria Mulyapradana, Ary Dwi Anjarini, Luthfiatul Khamidah, & Aria Elshifa. (2022). Implementasi Manajemen Penampilan Diri Melalui Pelatihan Beauty Class Bagi Calon Tenaga Administrasi Perkantoran. PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 47–51. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i1.805>
- Darsono, H. (2001). Buku panduan: Penampilan pegawai Bank Indonesia. Jakarta: Tidak diterbitkan oleh penerbit yang tercatat.

- Elmanda, V., Efrida Purba, A., Putri Ayu Sanjaya, Y., & Julianingsih, D. (n.d.). Efektivitas Program Magang Siswa SMK di Kota Serang Dengan Menggunakan Metode CIPP di Era Adaptasi New Normal Pandemi Covid-19. In Universitas Budi Luhur.
- Farida Idayati, M., Henricus Yoki Camar Praskadinata, M., Fara Dina, S., Abdurohim, M., Nurrohmi Ambar Tasriastuti, M., Freddy Triono, M., Efa Irdhayanti, Mp., Tati Sumarti Bisri, M., Siti Nurdiah, M., Edi Harapan, Ms., & Teman, Mp. H. (n.d.). Pengembangan Sumber Daya Manusia Yang Berkelanjutan (Strategi untuk Meningkatkan Keterampilan dan Kompetensi dalam Organisasi) Penerbit Cv. Eureka Media Aksara.
- Furqon Wiguna, A., Fitriyyah, S., & Sudrajat, I. (n.d.). Evaluasi Program Pelatihan Di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Bina Warga Kampung Cipait Kecamatan Padarincang Kabupaten Serang.
- Gustiana, R., Hidayat, T., & Fauzi, A. (2022). Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (suatu kajian literatur review ilmu manajemen sumber daya manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 657–666.
- Hartono, T., & Siagian, M. (2020). Pengaruh disiplin kerja dan pelatihan terhadap kinerja karyawan di PT BPR Sejahtera Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI Unsrat)*, 7(1), 220–237.
- Hasibuan, M. S. P. (2008). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara. Ilmu Komunikasi, F., Kuliah Psikologi Komunikasi Abellia Nathany, M., Rayisha
- Ki Sarino Mangunsaskoro Direktorat Pascasarjana UST, R., Kualitas Pendidikan Tinggi, P., dan Menengah, D., & Balai latihan Kerja Kab Boyolali, S. (n.d.). *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Jogjakart*, 28 April 2018.
- Mangkunegara, A. A. P. (2005). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mustika¹, A., Achmadi², M., Desafitri, L., Tinggi, S., & Trisakti, P. (2017). Penampilan Pramusaji Dan Citra Restoran Di Kabupaten Bogor (Cisarua- Cipayung). In *Jurnal Ilmiah Pariwisata (Vol. 22, Issue 3)*.
- Nasution, S. (2003). *Berbagai pendekatan dalam proses belajar dan mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ningsih, A. S. (2022). Pengaruh penampilan dalam hubungan kerja. *Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang*.
- Pinasti, A. (2016). *Evaluasi program kursus tata rias wajah level 1 di Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Cahaya Kartika Bekasi*.
- Prihatiningtyas, D. (2018). *Pengaruh pelatihan tata rias wajah (make up) terhadap*

keterampilan rias wajah sehari-hari pada karyawan toko serba ada (department store).

Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian 2023. (n.d.).

Rahmat Hakim, B. (2014). Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan. www.aswajapressindo.co.id

Raja, Y. G., & Putri, A. R. (2024). Pengaruh bahasa tubuh dalam meningkatkan kredibilitas dan efektivitas komunikasi: Perspektif psikologi komunikator.

Rini Septiowati, al I., & Tantangan Perubahan dan Meraih Kesuksesan Bersama, M. (n.d.). Pengembangan Sumber Daya Manusia. www.dewanggapublishing.com Syahputra, Y., & Nainggolan, N. P. (n.d.). Pengaruh Pelatihan Dan Penempatan Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt Vasan Mandiri Indonesia.

Riono, S. (2021). Pengembangan sumber daya manusia. Yogyakarta: Penerbit Lakeisha.

Sri Wulandari, A., Ernandi, D., Citra Sugiant, A., & Lasha, V. (n.d.). Jurnal Pengembangan dan Penelitian Pendidikan Peran Evaluasi Pembelajaran Bernilai Edukatif Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan Dasar. <https://journalpedia.com/1/index.php/jppp>

Supriyatin. (2013). Manajemen sumber daya manusia (MSDM). Jakarta: Mitra Kreatif. Sumber Daya Manusia Nyoman Marayasa, P. I., Nyoman Marayasa Endang Sugiarti

Wirawan. (2009). Evaluasi kinerja sumber daya manusia. Jakarta: Salemba Empat.

Wulandari, A. S., & rekan. (2024). Peran evaluasi pembelajaran bernilai edukatif dalam meningkatkan kualitas pendidikan dasar. Jurnal Pengembangan dan Penelitian Pendidikan, 6(3), 121–129.