



**STRATEGI KEPEMIMPINAN
LEMBAGA PELATIHAN KERJA HIDEO GAKKOU INDONESIA
KABUPATEN BATANG**

TESIS

Oleh:

Abdul Kasda

NPM. 20510308

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN
PASCASARJANA (S2)
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
2024**



**STRATEGI KEPEMIMPINAN
LEMBAGA PELATIHAN KERJA HIDEO GAKKOU INDONESIA
KABUPATEN BATANG**

TESIS

**Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam
penyelesaian Program Magister Pendidikan**

Oleh:

Abdul Kasda

NPM. 20510308

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN
PASCASARJANA (S2)
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing I dan Pembimbing II dari mahasiswa Program Pascasarjana
Universitas PGRI Semarang,

Nama : Abdul Kasda

NPM : 20510308

Program Studi : Manajemen Pendidikan


Judul Tesis : Strategi Kepemimpinan Lembaga Pelatihan Kerja Hideo
Gakkou Indonesia Kabupaten Batang.

Dengan ini menyatakan bahwa tesis penelitian yang dibuat oleh mahasiswa
tersebut di atas telah selesai direvisi dan diperbaiki sesuai masukan Dewan
Penguji.

Semarang, Agustus 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Ngurah Ayu N.M., M.Pd.
NPP. 936901098



Dr. Endang Wuryandini, M.Pd.
NPP. 316401416

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS

Tesis berjudul “Strategi Kepemimpinan Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang”, yang ditulis oleh Abdul Kasda dipertahankan di hadapan sidang Panitia Penguji Tesis Program Studi Manajemen Pendidikan Pascasarjana Universitas PGRI Semarang,

Pada hari : Senin

Tanggal : 5 Agustus 2024

Ketua,

Prof. Dr. Harjito M. Hump
NPP. 9365011103



Sekretaris,

Dr. Noor Miyono M.Si
NPP. 126401367

Anggota:

1. Dr. Ngurah Ayu N.M., M.Pd.
NPP. 936901098

2. Dr. Endang Wuryandimi, M.Pd.
NPP. 136401416

3. Dr. I Made Sudana, M.Pd.
NPP. 215601578

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abdul Kasda

NPM : 20510308

Program Studi : Manajemen Pendidikan

Judul Tesis : Strategi Kepemimpinan Lembaga Pelatihan Kerja Hideo
Gakkou Indonesia Kabupaten Batang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya buat ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau fikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila pada kemudian hari terbukti atau dibuktikan tesis ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Semarang, Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Abdul Kasda
NPM. 20510308

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

1. "Bekerja keraslah, bermimpilah lebih besar dan jadilah yang terbaik."
2. "Hal paling indah di dunia ini adalah diberikan kesehatan dan keluarga yang bahagia saat usia makin bertambah."

Persembahan :

Kupersembahkan skripsi ini untuk :

1. Ayah dan Ibuku yang selalu mendoakanku
2. Ayah Ibu mertua yang selalu mendoakan
3. Istriku tercinta, yang selalu mendampingiku dan Mensupportku
4. Anakku tersayang, yang selalu memberikan kekuatan bagiku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan kasihnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan lancar. Tesis yang berjudul “Strategi Kepemimpinan Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang” disusun untuk memenuhi sebagian syarat melanjutkan dalam penyusunan tesis sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Magister Pendidikan.

Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari hambatan dan rintangan serta berbagai kesulitan. Namun, berkat bimbingan, bantuan, nasehat, dorongan serta saran-saran dari berbagai pihak, khususnya Pembimbing, segala hal tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, dengan tulus hati penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Sri Suciati., M.Hum, Rektor Universitas PGRI Semarang yang telah memberi berbagai sarana dan fasilitas dalam menyelesaikan proposal tesis ini.
2. Prof. Dr. Harjito, Direktur Program Pascasarjana Universitas PGRI Semarang yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk mengadakan penelitian.
3. Dr, Noor Miyono, M.Si, Ketua Program Studi Manajemen Pascasarjana Universitas PGRI Semarang, yang telah banyak memberikan bantuan, pengarahan, dan bimbingan dalam penyusunan proposal tesis ini.
4. Dr. Ngurah Ayu NM, M.Pd., sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan pada peneliti.

5. Dr. Endang Wuryandini, M.Pd. Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan pada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar pada Program Studi Manajemen Pendidikan Pascasarjana Universitas PGRI Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat dalam penyusunan tesis ini.
7. Kepala LPTK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang yang telah banyak membantu dalam proses penelitian.
8. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Akhirnya, penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi pendidik, khususnya pendidik anak usia dini.

Semarang, Juli 2024

Penulis

ABSTRAK

Abdul Kasda. NPM 20510308. Strategi Kepemimpinan Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang. Pembimbing I Dr. Ngurah Ayu NM, M.Pd. Pembimbing II Dr. Endang Wuryandini, M.Pd. Program Studi Manajemen Pendidikan. Program Pascasarjana. Universitas PGRI Semarang.

Rumusan masalah 1) bagaimanakah strategi bisnis LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang; 2) bagaimanakah strategi kompetensi siswa LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang; 3) bagaimanakah penyaluran dan penempatan kerja di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, bertempat di Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang. Teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Uji keabsahan menggunakan triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu. Analisis data menggunakan meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

Hasil penelitian meliputi (1) Strategi promosi LPK Hideo Gakkou Indonesia (a) bauran pemasaran (pemasaran kualitas produk, harga yang murah tapi berkualitas, tempat yang mudah terjangkau dan fasilitas AC bersih, promosi program inovatif) (b) Bauran promosi (Periklanan), (c) Komunikasi word of mouth (2) Strategi kompetensi siswa LPK Hideo Gakkou Indonesia meliputi penguatan pendidikan dan pelatihan, tes kemampuan belajar bahasa, kompetensi belajar, keaktifan warga belajar, Penguatan Ketrampilan Latihan Bahasa Jepang, Program Kerja Tokutei Ginou (3) Penyaluran dan penempatan kerja di LPK Hideo Gakkou Indonesia meliputi Proses pemberangkatan, pelatihan, dan pemagangan.

Kesimpulan strategi kepemimpinan lembaga pelatihan kerja hideo gakkou Indonesia Kabupaten Batang meliputi mengatur strategi promosi, strategi kompetensi siswa, penyaluran dan penempatan kerja di LPK Hideo Gakkou Indonesia. Saran untuk Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia yang saat ini masih perlu untuk diperbaiki yaitu diharapkan dapat membentuk tim khusus pada bidang pemasaran agar dalam strategi pemasaran dapat lebih terencana dan terkonsep dengan baik untuk membangun citra dan mendapatkan kepercayaan masyarakat. Implikasi: Strategi kepemimpinan merupakan alat untuk mewujudkan keberhasilan dan menciptakan masa depan yang lebih baik lembaga pelatihan. Dengan strategi, pemimpin lembaga pelatihan dapat mewujudkan visi dan misi dalam upaya untuk memajukan lembaga dan mengatasi berbagai kesenjangan dalam lembaga tersebut. Peran pimpinan lembaga sangat penting untuk meningkatkan faktor pendorong dan meminimalisir faktor penghambat.

Kata Kunci: Strategi Kepemimpinan, Lembaga Pelatihan Kerja

ABSTRACT

Abdul Kasda. NPM 20510308. Leadership Strategy of the Hideo Gakkou Indonesian Job Training Institute, Batang Regency. Supervisor I Dr. Ngurah Ayu NM, M.Pd. Supervisor II Dr. Endang Wuryandini, M.Pd. Education Management Study Program. Graduate program. PGRI University Semarang.

Problem formulation 1) what is the promotional strategy for LPK Hideo Gakkou Indonesia, Batang Regency; 2) what is the competency strategy for LPK Hideo Gakkou Indonesia students, Batang Regency; 3) how is the distribution and placement of work at LPK Hideo Gakkou Indonesia, Batang Regency.

This research uses a qualitative approach, taking place at the Hideo Gakkou Indonesia Job Training Institute, Batang Regency. Data collection techniques are observation, interviews and documentation. The validity test uses source triangulation, technique triangulation and time triangulation. Data analysis uses include data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawing.

The results of the research include (1) LPK Hideo Gakkou Indonesia's promotional strategy (a) marketing mix (marketing product quality, low but quality prices, easily accessible places and clean AC facilities, promotion of innovative programs) (b) Promotional mix (Advertising), (c) Word of mouth communication (2) LPK Hideo Gakkou Indonesia student competency strategies include strengthening education and training, language learning ability tests, learning competencies, active learning citizens, Strengthening Japanese Language Training Skills, Tokutei Ginou Work Program (3) Distribution and Work placement at LPK Hideo Gakkou Indonesia includes the departure process, training and apprenticeship.

Conclusion: The leadership strategy of the Indonesian Hideo Gakkou Job Training Institute in Batang Regency includes organizing promotional strategies, student competency strategies, distribution and job placement at LPK Hideo Gakkou Indonesia. Suggestions for the Hideo Gakkou Indonesia Job Training Institute (LPK), which currently still needs to be improved, are that they hope to form a special team in the marketing sector so that the marketing strategy can be better planned and conceptualized to build an image and gain public trust. Implications: Leadership strategies are a tool to realize success and create a better future for training institutions. With strategy, training institution leaders can realize their vision and mission in an effort to advance the institution and overcome various gaps within the institution. The role of institutional leaders is very important to increase driving factors and minimize inhibiting factors.

Keywords: Leadership Strategy, Job Training Institute.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PERSETUJUAN UJIAN TESIS	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi Kepemimpinan.....	10
B. Strategi Bisnis	18
C. Kompetensi Siswa	35

D. Penyaluran Kerja	40
E. Manajemen	46
F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
A. Pendekatan dan jenis Penelitian	54
B. Setting Penelitian	55
C. Desain / Langkah Penelitian.....	56
D. Instrument penelitian	59
E. Teknik Pengumpulan Data	60
F. Uji Keabsahan	63
G. Teknik Analisis Data.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Profil Lokasi Penelitian	71
B. Hasil Penelitian	77
C. Pembahasan	122
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	130
B. Saran	132
C. Implikasi.....	132
DAFTAR PUSTAKA	132
DAFTAR LAMPIRAN.....	136

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perkembangan Konsep Promosi	30
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	56
Tabel 3.2 Panduan Observasi.....	61
Table 3.3 Panduan Wawancara.....	62
Table 3.4. Panduan Wawancara.....	63
Tabel 4.1 Kepengurusan LPK Hideo Gakkou Indonesia.....	73
Tabel 4.2 Instruktur LPK Hideo Gakkou Indonesia	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Promosi.....	25
Gambar 3.1 Analisis Data.....	70
Gambar 4.1 Hubungan Kerja Pelatihan Pra-Pemberangkatan ke Jepang.....	121

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Transkrip Wawancara	137
Lampiran 2 Foto Kegiatan Penelitian	164
Lampiran 3 Surat Keterangan Telah Meneliti	168
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup Penulis	169

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sumber daya manusia sangat berperan dalam menentukan kemajuan suatu negara. Walaupun negara mempunyai sumber daya alam yang sangat melimpah ruah tapi kalau tidak didukung dengan sumber daya manusia yang berkualitas, negara tersebut tidak akan bisa maju. Maka banyak para ahli menyatakan bahwa sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor sentral dalam suatu organisasi atau dalam suatu lembaga. Apapun bentuk serta tujuan organisasi atau lembaga, dibuat berdasarkan berbagai visi untuk kepentingan manusia dan dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diurus oleh manusia pula. Jadi, manusia merupakan faktor strategis dalam semua kegiatan organisasi atau lembaga. Jika di perhatikan, terdapat banyak sekali sumberdaya dalam manajemen yang terlibat dalam organisasi atau lembaga pendidikan, antara lain ada yang berupa: manusia, sarana prasarana, biaya, teknologi, dan informasi. Namun demikian sumber daya yang paling penting dalam pendidikan adalah sumber daya manusia.

LPK (Lembaga Pelatihan Kerja) merupakan lembaga Pendidikan non formal yang diselenggarakan bagi masyarakat untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan. Lembaga ini mempunyai peranan penting dalam meningkatkan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia). Terdapat berbagai jenis LPK, salah satunya, yaitu LPK yang memberikan pembelajaran bahasa asing, seperti bahasa Jepang. Berdasarkan data *Japan*

Foundation tahun 2015, jumlah pembelajar bahasa Jepang di Indonesia meningkat hingga 22,2 %. Hal tersebut karena banyak tersedia lapangan pekerjaan yang menuntut kemampuan bahasa Jepang baik di dalam maupun luar negeri, khususnya di Jepang. Sehingga, banyak masyarakat tertarik untuk mempelajari bahasa Jepang.

LPK Hideo Gakkou Indonesia merupakan salah satu LPK yang mengadakan pembelajaran bahasa Jepang. LPK Hideo Gakkou Indonesia mencetak calon tenaga kerja magang ke Jepang. LPK ini bekerja sama dengan beberapa koperasi penyalur tenaga kerja, di antaranya koperasi di daerah Chiba, Saitama, Tokyo, Nagoya, Ehime, Gifu, Kumamoto, Hiroshima, Miyazaki, Kagoshima dan Fukuoka. Tenaga kerja asing yang sangat dibutuhkan, yaitu perawat lansia (*kaigoshi*). Mengingat, jumlah perawat lansia yang kurang memadai di Jepang. Oleh karena itu, banyak siswa lulusan SMA/SMK, diploma dan Sarjana Keperawatan tertarik untuk bekerja ke Jepang.

Pada tahun 2022, jumlah siswa di LPK Hideo Gakkou Indonesia, yaitu 117 orang. Dengan pembagian 66 orang calon tenaga kerja umum dan 51 orang calon tenaga kerja perawat lansia. Jumlah tersebut dapat dikatakan banyak apabila dibandingkan dengan jumlah siswa di LPK lainnya. Kebijakan bebas biaya belajar bagi perawat menjadi salah satu faktor meningkatnya minat siswa untuk bekerja ke Jepang melalui LPK ini. Hal tersebut karena biaya sudah ditanggung oleh pihak Jepang.

LPK Hideo Gakkou Indonesia konsisten dalam menetapkan target pembelajaran. Khusus bagi siswa perawat wajib untuk lulus tes JLPT (*Japanese Language Proficiency Test*) yang dalam bahasa Jepang, yaitu *Nihongo Kentei shiken* (日本語検定試験) level 4 (empat). Namun, siswa dapat mengikuti tes kemampuan bahasa Jepang yang lain, seperti *NAT-Test* dan *J-Test*. Mengingat, *JLPT* hanya dilaksanakan setahun dua kali di Indonesia. Berbeda halnya dengan *NAT-Test* yang diselenggarakan dua bulan sekali, dan *J-Test* yang diselenggarakan tiga bulan sekali. Oleh karena itu, pihak Jepang memberikan toleransi kepada siswa perawat untuk lulus *NAT-Test* dan *J-Test* yang juga diakui secara Internasional.

Pemimpin harus memiliki visi dan misi dalam upaya untuk memajukan usahanya. Pemimpin juga mempunyai tujuan usahanya untuk tumbuh dan berkembang pesat ditengah persaingan yang semakin ketat. Tujuan tersebut hanya akan dicapai apabila pemimpin mempunyai strategi yang baik. Dalam strategi kepemimpinan dirumuskan suatu target yang hendak dicapai dalam jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang. Untuk mencapai target, maka pemimpin Hideo Gakkou Indonesia perlu melakukan strategi.

Pentingnya strategi kepemimpinan karena sebagai proses mengarahkan dan mempengaruhi aktivitas yang berkaitan dengan tugas dari para anggota kelompok, maka paling tidak ada implikasi penting yaitu seorang pemimpin itu harus melibatkan bawahan atau pengikutnya. Kesediannya untuk menerima pengarahan dari pemimpin, anggota kelompok mampu menegaskan status pemimpin dan memungkinkan proses

kepemimpinan. Tanpa bawahan, semua sifat-sifat kepemimpinan seorang pemimpin itu tidak akan menjadi relevan. Kemudian kepemimpinan itu mencakup distribusi kekuasaan yang tidak sama di antara pemimpin dan anggota kelompok. Anggota kelompok itu bukan tanpa kuasa, justru mereka bisa membentuk kegiatan kelompok dengan berbagai cara, namun pemimpin masih lebih kuasa. Dan kepemimpinan juga sebagai bentuk kekuasaan untuk mempengaruhi pegawai untuk melakukan pengorbanan pribadi untuk mempengaruhi perilaku pengikut melalui sejumlah cara. Sesungguhnya para pemimpin itu telah mempengaruhi para pegawai untuk melakukan pengorbanan pribadi demi organisasi. Untuk alasan ini, diharapkan para pemimpin itu mempunyai kewajiban khusus untuk menjadikan strategi dalam mempertimbangkan etika dari keputusan mereka (Sutrisno, 2010: 218).

Strategi Kepemimpinan yaitu seorang di dalam kedudukan sebagai pemimpin yang efektif, pengaruh keadaan sekitar tetap tidak dapat dilepaskan sama sekali, baik pengaruh dari dalam, maupun pengaruh dari luar kelompok atau organisasinya. Atas pengaruh-pengaruh yang ada, maka dalam pembuatan kebijakan akan terdapat tiga sumber penting yaitu:

- 1) Bersumber dari pihak yang lebih berkuasa, termasuk di dalamnya aturan-aturan yang berada di luar kelompoknya akan tetapi tetap memberikan pengaruh terhadap kehidupan kelompoknya
- 2) Bersumber dari pihak bawahan, bagaimana juga bawahan sebagai pengikut, tetap memegang peran yang tidak kecil dalam menentukan pencapaian tujuan bersama

- 3) Bersumber dari dirinya selaku pemimpin, maka sebagai seorang pemimpin otonomi dipegangnya untuk menetapkan keputusan mengenai suatu kebijakanyang akan diambil.

Strategi kepemimpinan merupakan kemampuan seseorang untuk mengantisipasi, memimpin, mempertahankan fleksibilitas, berpikir secara strategis, dan bekerja dengan orang lain untuk memulai perubahan yang akan menciptakan masa depan yang lebih baik bagi organisasi. Strategi kepemimpinan juga merupakan suatu proses memberikan arah dan inspirasi yang diperlukan untuk membuat dan melaksanakan visi organisasi, misi, dan strategi untuk mencapai tujuan organisasi. Kepemimpinan strategis harus melibatkan manajer di bagian atas, tengah, dan tingkat yang lebih rendah dari organisasi. Strategi pemimpin yang efektif antara lain memiliki keterampilan untuk :

- 1) Mengantisipasi dan meramalkan kejadian dalam lingkungan eksternal organisasi yang memiliki potensi untuk mempengaruhi kinerja organisasi
- 2) Mencari dan mempertahankan keunggulan kompetitif dengan membangun kompetensi inti dan memilih pasar yang tepat untuk bersaing,
- 3) Mengevaluasi implementasi strategi dan hasil secara sistematis, dan membuatpenyesuaian strategis
- 4) Membangun tim karyawan yang sangat efektif, efisien, dan termotivasi
- 5) Menentukan tujuan dan prioritas yang tepat untuk mencapainya
- 6) Menjadi komunikator yang efektif.

Salah satu strategi kepemimpinan yang selama ini digunakan di LPK Hideo Gakkou Indonesia adalah *strategi prospekto* yaitu strategi yang mengutamakan pada keberhasilan organisasi dalam berinovasi, selalu menciptakan produk baru, dan kesempatan pasar baru untuk sebuah perkembangan. Karakteristik dari strategi prospector adalah:

- 1) Adanya desentralisasi, dimanaditandai dengan adanya pedelegasian kewenangan.
- 2) Formulasi organisasi yang rendah, artinya hubungan kerja tidak terlalu diatur oleh prosedur-prosedur dan strandarisasi yang tinggi.
- 3) Fleksibelitas tinggi, seperti jam kerja yang fleksibel, penggunaan uang yang lebih fleksibel dan lain-lain.

Strategi juga merupakan tema yang memberikan kesatuan arah bagi pengambilan keputusan individual baik dalam organisasi maupun secara pribadi dan tujuan utama strategi itu adalah untuk menghasilkan sebuah keputusan dalam rangka membentuk dan mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga perusahaan dapat mencapai sukses (Robert, 2018: 88).

Kondisi LPK saat ini cukup bagus dimana LPK Hideo Gakkou Indonesia sudah terakreditasi dari Lembaga Akreditasi LPK. Selain itu manajemen, pengelolaan sumber daya manusia di LPK Hideo Gakkou Indonesia ini sudah bagus dalam perkembangannya. LPK Hideo Gakkou Indonesia akan paham mengenai ceruk pasarnya dan mengenalnya dengan baik, strategi pemimpin LPK Hideo Gakkou Indonesia bisa terus dekat

dengan para konsumennya sehingga akan bisa memberikan respon lebih cepat pada perubahan kebutuhan konsumen yang relative lebih cepat dari LPK yang mempunyai segmen lebih luas. Dengan kecepatannya merespon perubahan kebutuhan konsumen, dengan strategi ini cenderung mudah menciptakan loyalitas konsumen pada produk.

Oleh karena itu, perkembangan sebuah LPK sangat ditentukan oleh sikap dan strategi pemimpin juga. Bila strategi yang di buat oleh pemimpin baik, secara langsung akan memberikan perkemangan bagi karyawan, tidak hanya LPK nya saja yang berkembang.

Dari latar belakang permasalahan di atas dilakukan penelitian dengan mengambil judul “Strategi Kepemimpinan Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut maka focus penelitian ini adalah strategi kepemimpinan lembaga pelatihan kerja hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang, dengan sub fokus sebagai berikut:

1. Strategi bisnis LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang.
2. Strategi meningkatkan kompetensi siswa LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang.
3. Penyaluran kerja siswa LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang.

C. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi masalah dan merumuskan suatu pertanyaan penelitian yang kemudian akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data

1. Bagaimana strategi bisnis LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang?
2. Bagaimana strategi meningkatkan kompetensi siswa LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang?
3. Bagaimana penyaluran kerja siswa LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan penelitian tidak kehilangan arah dan hasil yang dicapai benar-benar bermanfaat dan sesuai dengan hasil yang diharapkan. Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, sebagai tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi bisnis dalam mengembangkan LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi kompetensi siswa dalam mengembangkan LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang.
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan penyaluran kerja siswa LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan kontribusi pada Manajemen Sumber Daya Manusia dalam organisasi.
- b. Memberikan informasi dalam pengembangan strategi, kepuasan kerja dan juga kinerja pegawai dalam organisasi.
- c. Memberikan deskripsi dan analisis secara kritis bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian dalam substansi yang sama secara lebih mendalam dengan cakupan yang lebih luas.
- d. Diharapkan dapat menjadi pegangan rujukan atau sebagai masukan bagi para pendidik, praktisi pendidikan, pengelola pendidikan yang memiliki kesamaan karakteristik.

2. Manfaat Praktis

- a. Para pemimpin organisasi dalam upaya memantapkan dan meningkatkan kepuasan kerja dan juga kinerja pegawai yang lebih baik
- b. Memberikan kontribusi praktis bagi LPK agar dapat berkembang menjadi organisasi yang tangguh dan memberikan kontribusi yang besar dalam mensukseskan pendidikan.
- c. Memberikan informasi kepada lembaga yang bersangkutan mengenai strategi dalam meningkatkan kinerja pegawai di LPK agar tujuan yang diharapkan dapat dicapai secara maksimal.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Kepemimpinan

1. Pengertian Strategi Kepemimpinan

Kepemimpinan atau bisa disebut dengan leadership merupakan satu hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan maupun organisasi. Menurut Gary Yukl kepemimpinan adalah suatu proses seseorang yang mempengaruhi orang lain untuk memahami dan mengikuti tentang apa yang perlu dilakukan dan bagaimana proses serta upaya untuk mencapai tujuan perusahaan (Wibowo, 2016:13). Pendapat lain dari Hasibuan kepemimpinan adalah cara seorang pemimpin mempengaruhi perilaku karyawan agar mampu bekerja sama secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan (Malayu, 2019:170).

Perilaku pemimpin juga turut berperan penting dalam mencapainya tujuan juga pengaruhnya terhadap karyawan. Kepemimpinan merupakan proses dimana pimpinan mempengaruhi perilaku karyawan untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan perusahaan yang sudah ditentukan. Keberhasilan perusahaan pun tergantung dengan kepemimpinan seorang pemimpin, karena pemimpin memiliki pengaruh terhadap perilaku atau kinerja para karyawannya. Pada dasarnya kepemimpinan adalah proses pimpinan dalam mempengaruhi, memotivasi, mendorong, dan memfasilitasi karyawan untuk berkontribusi agar mencapai tujuan perusahaan.

Jenis kepemimpinan yang muncul secara alami lewat orang lain yang mendukung dan menerima perilaku orang tersebut dalam suatu organisasi merupakan jenis kepemimpinan yang tidak ditentukan oleh posisi. Kepemimpinan ini muncul karena anggota kelompok atau organisasi melihat salah satu dari anggotanya yang memiliki pengaruh dan kompetensi yang lebih baik untuk posisi yang tepat sebelum pada jabatan yang saat ini dijabat. Hal tersebut muncul selama satu periode tertentu lewat komunikasi antar anggota kelompok atau organisasi. Maka kepemimpinan tersebut dikatakan kepemimpinan secara alami yang didasarkan dari perilaku dan kompetensi yang dimilikinya.

Kepemimpinan yang dimiliki suatu organisasi berdasarkan pada posisi yang sudah ditetapkan oleh perusahaan atau organisasi adalah kepemimpinan yang ditetapkan. Contoh kepemimpinan yang ditetapkan adalah direktur, kepala departemen, manager pabrik, administrator, dan lainnya.

Dalam teori identitas sosial tentang perspektif kepemimpinan menurut Hongg, kepemimpinan merupakan tingkatan seseorang yang sesuai pada identitas kelompok sebagai suatu kesatuan. Dimana ketika suatu organisasi atau kelompok semakin berkembang, bentuk dasar dari organisasi atau kelompok juga ikut berkembang. Maka akan muncul individu sebagai pemimpin dalam organisasi atau kelompok tersebut (Peter, 2013:8=9).

Strategi kepemimpinan adalah pemimpin yang memiliki metode atau rencana yang strategis bertujuan untuk membawa perubahan dalam perusahaan atau organisasi, mengimplementasikan strategi dengan kualitas kepemimpinan yang efektif, dan membuat karyawan memahami tujuan perusahaan serta tantangan yang akan dihadapi perusahaan (Nanang Fattah, 2015:114). Strategi kepemimpinan merupakan suatu masalah yang menarik, karena hal tersebut menyangkut dengan maju mundurnya perusahaan. Apabila seorang pemimpin tidak efektif dalam melaksanakan strateginya maka dapat berpengaruh pada kinerja karyawan, dimana hal tersebut juga berpengaruh pada kinerja perusahaan yang akan menghasilkan citra yang buruk dan tidak tercapainya tujuan perusahaan.

Sachin dan Bansidhar berpendapat bahwa kepemimpinan strategis merupakan kemampuan seorang pemimpin yang mempengaruhi karyawan untuk sukarela membuat keputusan yang meningkatkan kelangsungan hidup jangka panjang organisasi dengan mempertahankan stabilitas keuangan jangka pendek (Intan Widya, Jurnal, 2017:80).

Irlandian dan Hitt menyebutkan terdapat enam komponen kepemimpinan strategis yang meningkatkan kinerja organisasi, yakni sebagai berikut: Menentukan visi misi dan tujuan perusahaan; Mengembangkan SDM; Mempertahankan kekuatan atau keunggulan perusahaan; Menekankan praktik etis; Membangun kontrol organisasi yang seimbang; Mempertahankan budaya organisasi yang efektif.

2. Jenis kepemimpinan

a. Kepemimpinan Transaksional

Pemimpin jenis ini memberikan reward pada karyawan berupa insentif gaji atau penambahan gaji, promosi jabatan, dan bonus untuk kinerja yang baik dengan melihat kinerja karyawan. Namun apabila kinerja buruk dapat mengukuh dengan pengurangan gaji, penurunan jabatan, hingga kehilangan pekerjaan. Kepemimpinan strategi seperti ini dapat memberikan hasil yang tidak selalu optimal.

b. Kepemimpinan Transformasional

Jenis kepemimpinan strategi ini merupakan adaptif dan mengontrol tindakan. Pemimpin jenis ini menggabungkan strategi dan kepemimpinannya dengan menggunakan visi organisasi untuk mengontrol tindakan dan perilaku karyawan. Strategi pemimpin seperti ini mempengaruhi orang lain agar berubah dengan fokus strategi untuk kebaikan organisasi. Kepemimpinan strategis ini membuat karyawan untuk meningkatkan kepercayaan diri, memegang tanggung jawab, dan mengidentifikasi tujuan organisasi.

c. Kepemimpinan Karismatik

Pemimpin jenis ini memiliki daya tarik atau pesona untuk membujuk orang lain. Individu merasa memiliki dorongan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu. Fokus pekerjaan kepemimpinan karismatik ini adalah perubahan status quo dan perubahan dalam organisasi tidak tentu.

Strategi bukan hanya salah satu faktor yang menjadi kegagalan atau tidak berkembangnya dalam suatu organisasi, banyak faktor lain seperti modal atau keuangan, struktur organisasi, sumber daya manusia yang rendah. Meskipun faktor-faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dan berkembangnya suatu organisasi, adapun faktor yang sangat vital dan berpengaruh tinggi terhadap suatu perusahaan yakni pemimpin. Apabila pemimpin tidak aktif dalam menghadapi suatu kondisi dan situasi. Maka seorang pemimpin mempunyai peran yang sangat penting dan tanggung jawab penuh dalam keberlangsungan suatu organisasi. Kepemimpinan yang tidak efektif akan berpengaruh terhadap organisasi dan kinerja anggotanya, juga keberhasilan organisasi atau perusahaan terletak pada peranan seorang pemimpin dan strategi kepemimpinannya.

Dari strategi kepemimpinan terdapat dua kata yakni strategi dan kepemimpinan. Strategi sendiri merupakan rencana pimpinan suatu perusahaan dalam jangka panjang untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan kepemimpinan merupakan proses dimana pimpinan mempengaruhi perilaku karyawan untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan perusahaan yang sudah ditentukan. Berikut penjelasan lebih lengkap dari strategi dan kepemimpinan.

3. Macam-macam Strategi Kepemimpinan

Terdapat macam-macam strategi dalam menyusun suatu strategi, dibedakan ke dalam tiga kelompok, yaitu: (Malaya, 2011: 110)

a. Startegi Korporasi

Menunjukkan keseluruhan arah strategi suatu perusahaan, yang mana perusahaan akan memilih strategi pertumbuhan, strategistabilitas, atau strategi pengurangan usaha dan menyesuaikan pilihan strategi dengan pengelolaan berbagai bidang yang terdapat dalam suatu perusahaan.

b. Strategi Bisnis

Startegi yang dibuat pada level unit bisnis, devisi atau *product level* dan menekan strategi untuk meningkatkan posisi bersaing antar produk atau jasa suatu perusahaan dalam suatu industri tertentu.

c. Strategi Fungsional

Strategi yang dibuat oleh suatu perusahaan dengan fungsi masing-masing perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan kompetensi yang lebih baik sehingga hal tersebut akan meningkatkan keunggulan bersaing.

4. Fungsi Strategi Kepemimpinan

Fungsi strategi merupakan upaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Terdapat enam fungsi strategi, sebagai berikut (Sofian, 2016: 7):

a. Menyampaikan visi yang ingin dicapai pada anggota organisasi.

- b. Menghubungkan keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungan.
- c. Memanfaatkan keberhasilan yang didapat dan mengamati peluang-peluang baru.
- d. Mengelola sumber daya yang lebih banyak dari sebelumnya.
- e. Mengarahkan aktivitas organisasi untuk ke depannya.
- f. Menanggapi situasi keadaan yang telah terjadi.

Dengan demikian, strategi merupakan hal yang sangat penting dibutuhkan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Suatu tujuan dalam organisasi atau perusahaan perlu suatu rencana agar dapat mencapai keberhasilan pada tujuan tersebut. Namun perencanaan strategis perlu pertimbangan yang harus dilakukan pemimpin maupun dengan anggota, sehingga organisasi atau perusahaan akan berjalan secara efektif dan efisien sesuai dengan strategi atau perencanaan kerja. Strategi tidak jauh dengan sosok pemimpin, pemimpin merupakan hal yang sangat penting dalam suatu organisasi atau perusahaan.

5. Jenis Gaya Kepemimpinan

Menurut Hasibuan, terdapat empat gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh pemimpin pada suatu perusahaan atau organisasi, yaitu:

- a. Kepemimpinan Otoriter

Kepemimpinan otoriter adalah pimpinan mempunyai wewenang atau kekuasaan untuk pengambilan keputusan dan menetapkan suatu aturan. Hal tersebut hanya ditetapkan oleh pemimpin tanpa pendapat,

saran atau ide dari anggotanya. Pimpinan menganut sistem manajemen tertutup yang mana memiliki kekurangan pada komunikasi.

b. Kepemimpinan Partisipatif

Kepemimpinan partisipatif adalah kepemimpinan yang dilakukan secara persuasif, menciptakan kerja sama yang kompak, serta menumbuhkan loyalitas antar anggota. Pemimpin mengajak anggota untuk ikut serta dalam pengambilan keputusan dengan menerima saran, ide, dan pendapat anggota. Kepemimpinan partisipatif ini juga membuat pimpinan akan membina anggota untuk menerima tanggung jawab yang lebih besar.

c. Kepemimpinan Delegatif

Kepemimpinan delegatif adalah pemimpin melimpahkan tanggung jawab kepada anggota. Pemimpin memberikan tanggung jawab anggotanya untuk pengambilan keputusan dengan bebas, namun tetap dalam pengawasan pemimpin.

d. Kepemimpinan Situasional

Kepemimpinan situasional adalah kepemimpinan yang dilihat dari perilaku, bukan pada kemampuan kepemimpinan yang ada sejak awal. Kepemimpinan ini menekankan pada faktor-faktor kontekstual seperti sifat pekerjaan, lingkungan, dan karakteristik anggota.

Pada cafe Cokelat Klasik gaya kepemimpinan yang digunakan yakni kepemimpinan otoriter, dimana semua kebijakan dilakukan oleh pemimpin, sekalipun pengambilan keputusan dilakukan oleh pemimpin

tanpa persetujuan dari karyawan. Kendala yang dirasakan terhadap kepemimpinan tersebut adalah keputusan atau kebijakan dari atasan yang kadang sepihak harus diterima dan di laksanakan oleh karyawan meskipun kebijakan tersebut memberatkan para karyawan.

Dilihat dari pembahasan mengenai strategi dan kepemimpinan yang artinya bahwa bagaimana seorang pemimpin memiliki dan menyusun taktik yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang sedang terjadi maupun memprediksikan permasalahan yang akan terjadi dalam perusahaan dan mendorong karyawan untuk bekerja sama demi tercapainya tujuan perusahaan.

B. Strategi Bisnis

1. Pengertian Strategi Bisnis

Menurut Sofjan Assauri, istilah “strategi” dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut pula dikomunikasikan. Strategi mengarahkan bagaimana bisnis tersebut dapat mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan. Tujuan penetapan strategi diarahkan pada upaya memenangkan persaingan (Jemsly & Martani, 2016:265)

Di dalam hal upaya pemenangan bisnis, strategi yang dijalankan suatu perusahaan agar dapat berhasil harus memenuhi kriteria:

- a. Strategi harus pas dan dapat sesuai dengan keadaan yang dihadapi
- b. Strategi dapat menghasilkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, dengan menekankan pada kinerja yang hebat atau luar biasa sepanjang masa
- c. Strategi dapat menghasilkan kinerja keuangan yang baik, sehingga akhirnya dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang ulung dan unggul

Kata bisnis masuk ke dalam perbendaharaan bahasa Indonesia dari bahasa Inggris, yang antara lain diartikan sebagai: buying and selling; commerce; trade yakni jual beli, perniagaan perdagangan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha.

Menurut M. Manullang, dalam bukunya dijelaskan bahwa bisnis dapat didefinisikan sebagai segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. Dengan pengertian tersebut ada sejumlah unsur penting, dalam definisi tersebut, yaitu segala aktivitas, Institusi, Menghasilkan barang dan jasa dan Perlu untuk kehidupan Masyarakat

Jadi, dapat diartikan bahwa strategi bisnis yaitu strategi yang dirumuskan dan dijalankan untuk mencapai tujuan bisnis yang diharapkan oleh suatu pebisnis dalam menghasilkan barang atau jasa. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, sebuah organisasi bisnis sepatutnya menetapkan strategi yang digunakan sebagai arahan bagaimana organisasi

itu bertindak agar tujuan organisasi dapat dicapai. Tujuan bisnis, umumnya adalah untuk dapat berperan secara dominan dalam posisi persaingan perusahaan di pasar. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka pebisnis harus mampu meningkatkan keunggulan bersaingnya. Oleh karena itu, strategi bisnis merupakan keputusan untuk mengarahkan agar pebisnis dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi bersaingnya dengan terus berupaya melakukan perbaikan (Sofjan Assauri, 2013 :22).

2. Aktivitas-Aktivitas Bisnis

a. Produksi

Dalam pengertian luas, produksi berarti setiap aktivitas untuk memuaskan kebutuhan manusia. produksi itu dapat dibedakan menjadi:

- 1) Produksi primer, berarti aktivitas bisnis menarik sumber daya alam yang ada di lingkungannya, misalnya dalam pertambangan orang menarik biji besi dari dalam tanah.
- 2) Produksi sekunder, berarti sumber daya alam atau bahan mentah di proses atau diolah menjadi barang jadi. Misalnya biji besi diolah menjadi pipa/lempengan besi.
- 3) Produksi sekunder, didalamnya termasuk perusahaan yang memproduksi berbagai elemen yang di assemble menjadi barang-barang konsumsi atau barang-barang industri.
- 4) Produksi tertier, yang diproduksi umumnya berupa jasa-jasa. Seperti industri manufaktur dibantu oleh sejumlah jasa-jasa dan fasilitas.

b. Distribusi

Distribusi berarti pemindahan tempat barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

c. Konsumsi

Test terakhir dari keberhasilan produsen adalah permintaan kepada barang-barang dan jasa-jasa ini yang ditunjukkan oleh volume penjualan barang dan jasa. Namun seorang konsumen harus sadar bahwa barang yang dibutuhkannya dapat dibeli dipasar. Karena alasan ini produsen biasanya memberi usaha yang cukup untuk mempromosikan atau menciptakan suatu kesadaran akan produksi atau jasanya. Aktivitas promosi seperti ini boleh juga diarahkan pada konsumen potensial yang mungkin memiliki daya beli namun belum ada keinginan untuk membeli.

3. Unsur-unsur Pelaku Bisnis

Dalam menjalankan sebuah bisnis, hendaknya pelaku bisnis mempunyai 4 unsur sebagai berikut:

- a. SDM, yang berperan sebagai operator dan pengendali bisnis - SDA, termasuk tanah dengan segala sesuatu yang dihasilkannya
- b. Modal, meliputi keseluruhan alat dan perlengkapan
- c. Entrepreneurship, yang terutama mencakup aspek ketrampilan dan keberanian untuk mewujudkan suatu bisnis dalam rangka menghasilkan barang/jasa

4. Promosi LPK

Promosi pendidikan adalah usaha berbasis pemasaran jasa yang itu berbeda dari pemasaran berbasis barang. Ada beberapa perbedaan utama dalam pemasaran barang dan pemasaran pendidikan antara lain. Pemasaran /Promosi pendidikan adalah tentang mengelola hubungan melalui komunikasi yang efektif. Dalam dunia usaha dan industri sering dianggap tentang pengelolaan pertukaran antara produsen dan konsumen. Dalam dunia pendidikan, pemasaran adalah tentang mengelola hubungan antara penyedia jasa pendidikan dan klien mereka dalam hal ini siswa dan orang tua siswa.

Sedangkan promosi menurut Kotler yang dikutip oleh Muhaimin, dkk promosi merupakan, usaha/kegiatan yang menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui proses pertukaran (Muhaimin, 2010: 97) Menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Daryanto (2018: 74) dalam bukunya sari kuliah manajemen promosi, promosi merupakan, keseluruhan intern yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli baik pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Dalam konteks sekolah promosi didefinisikan sebagai suatu pengolahan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan misi-misi sekolah/ sekolah berdasarkan

pemuasan kebutuhan nyata baik itu untuk stakeholder ataupun masyarakat sosial pada umumnya (Muhaimin, 2010: 97)

Promosi juga diartikan sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Apabila strategi dikaitkan dengan promosi, maka strategi promosi diartikan sebagai pengambilan keputusan mengenai faktor-faktor promosi yang dapat dikendalikan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan. Tujuan utamanya merupakan agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Dalam hal ini dapat dibedakan secara jelas fungsi manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing. Perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada. Strategi promosi merupakan desain, implementasi, dan kontrol rencana untuk mempengaruhi pertukaran demi mencapai tujuan organisasi (J.Paul Peter, & Jerry C.Olson, 2013: 12)

Hubungan antara promosi dan perencanaan merupakan inti promosi strategis. Promosi strategis sebagai proses untuk mengembangkan dan memelihara kesesuaian strategis antara tujuan dan kemampuan lembaga, serta perubahan peluang promosi. Promosi strategis meliputi aktivitas untuk mengembangkan misi yang jelas, mendukung

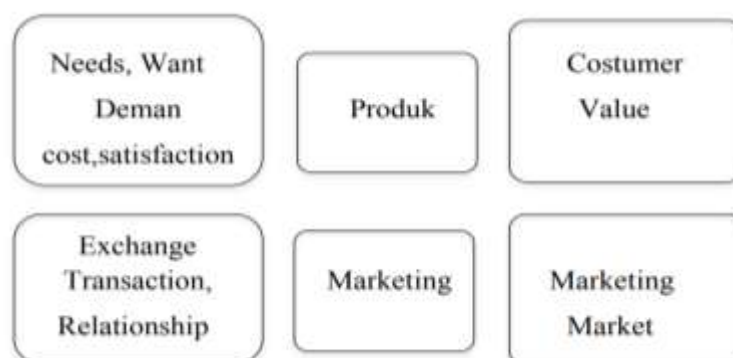
tujuan dan sasaran lembaga, strategi yang logis, serta pelaksanaan yang tepat.

Dalam praktiknya, banyak sekolah yang masih berfokus pada masalah promosi jangka pendek dan menggunakan pendekatan tradisional untuk menerapkan promosi pendidikan. Promosi pendidikan harus menggunakan konsep manajemen strategis yang berfokus pada masalah promosi jangka panjang dan pendekatan manajemen kontemporer dalam penerapan konsep promosi pendidikan. Promosi pendidikan harus membangun sudut pandang masa depan sekolahnya dengan baik, oleh karena itu, promosi pendidikan harus memiliki pola pikir yang berpandangan ke depan dan belakang, sehingga dapat mempersiapkan karyawan sekolah dan siswa untuk menyongsong masa depan sekolahnya. Setiap organisasi membutuhkan tujuan atau sasaran, kebijakan, program, serta keputusan strategi. Quinn menganalisis fungsi-fungsi strategi dan merumuskan formula 5P untuk strategi, antara lain plan (rencana) yang artinya menyertai kesinambungan tindakan organisasi yang diharapkan, ploy (cara) artinya mengambil posisi untuk memperdaya competitor, pattern (pola) artinya di mana strategi harus selaras dengan perilaku organisasi, position (posisi) di mana organisasi yang berorientasi pada dirinya sendiri akan menempati lokasi khusus dalam pasar atau bidangnya, perspective (sudut pandang) yaitu cara organisasi untuk melihat peran dan posisinya (Wijaya, 2012: 54)

Dari defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa berhasilnya suatu sekolah tidak lepas dari namanya promosi yang baik. Promosi yang baik tidak bisa lepas dengan menggunakan strategi promosi. Jika strategi promosi yang baik berjalan dengan optimal maka suatu sekolah akan mencapai kesuksesan. Begitupula dalam dunia pendidikan juga memerlukan strategi promosi yang baik, agar suatu lembaga pendidikan memikirkan dan memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik, akan membuat jumlah siswa meningkat disuatu lembaga pendidikannya dan merasa puas serta nyaman berada di lingkungan lembaga pendidikan tersebut.

5. Konsep Strategi Promosi Pendidikan

Selain unsur strategi di dalam promosi juga terdapat konsep strategi konsep strategi mempunyai peran penting dalam promosi. Dengan adanya konsep promosi maka suatu lembaga pendidikan mengerti apa keinginan dan kebutuhan para konsumen, sehingga suatu lembaga pendidikan dapat memunculkan suatu produk yang diinginkan oleh masyarakat (Umam, 2013: 35). Konsep promosi dapat dilihat yaitu :



Gambar 2.1. Konsep Promosi

Maksud dari gambar tersebut: sasaran dari promosi itu untuk menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai pimpinan, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif, serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Jadi pengguna konsep marketing memberikan dasar pemikiran yang logis dalam pencapaian tujuan, yaitu memuaskan konsumen dengan mengoptimalkan segala daya dan upaya yang dimiliki oleh lembaga.

Adapun menurut David W (2016: 87) konsep marketing pendidikan memiliki tiga dasar yaitu:

- 1) Dimulai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai dasar tujuan bisnis
- 2) Mengembangkan pendekatan organisasi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- 3) Mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan memberikan kepuasan kepada konsumen

Dengan demikian, jika lembaga pendidikan mencoba melaksanakan kegiatan marketing yang berorientasi pada konsumen, maka seluruh personel staff, baik guru maupun tenaga administrasi harus menghayati betul apa misi mereka. Lembaga pendidikan mencoba melaksanakan kegiatan marketing yang berorientasi pada konsumen, maka seluruh personel staff, baik guru maupun tenaga administrasi harus menghayati betul apa misi mereka. Pendekatan marketing juga akan

menuntut mereka untuk terus berupaya memperbaiki diri dan jasa yang ditawarkannya dalam memberikan layanan yang bermutu. Dalam strategi promosi harus ada taktik-taktik untuk menyusun strategi, agar strategi bisa berhasil sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu taktik dalam strategi yaitu dengan cara menerapkan bauran promosi atau alat promosi.

Konsep Promosi dalam pendidikan juga berkembang dari tahun ke tahun. Dengan perkembangan konsep tersebut akan sangat berpengaruh kepada pelaksanaan promosi, termasuk dalam promosi di lembaga pendidikan. Perkembangan konsep tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Konsep Produksi

Konsep ini berpandangan bahwa perusahaan membuat produksi sebanyak-banyaknya. Dengan produksi misal ini akan diperoleh efisiensi dalam pemakaian input dan efisiensi dalam proses produksi. Jika hal ini diterapkan dalam pendidikan, bukan berarti lembaga pendidikan menghasilkan lulusan secara Misal dengan mengabaikan mutu, kemudian menurunkan uang sekolah, agar lebih banyak peminat masuk. Konsep produksi dalam pendidikan, harus tetap memegang teguh peningkatan mutu lulusannya, dan uang sekolah tidak terlalu tinggi.

2) Konsep Produk

Konsep ini berlaku sudah sejak lama, pada saat produsen berada pada posisi kuat. Produsen menghasilkan produk yang sangat

baik, menurut ukuran atau selera produsen sendiri, bukan menurut kehendak konsumen, konsumen demikian banyaknya, sehingga selera mereka pun sangat bervariasi. Selera konsumen tidak dapat diidentikkan dengan selera produsen. Inilah satu kesalahan yang terjadi pada konsep produk, yang menyamakan selera produsen dan konsumen. Akibatnya jika timbul pesaing baru yang kreatif dalam bidang produksi, maka pengusaha yang menganut konsep produk ini akan kalah dalam persaingan. Jika ini diterapkan dalam lembaga pendidikan, maka pimpinan lembaga tidak boleh berbuat sekehendaknya, walaupun dalam rangka ingin meningkatkan mutu. Pimpinan sekali-kali harus memonitor apa kehendak konsumen, apa keluhan-keluhan yang diungkapkan oleh para siswa diluar ataupun guru, tenaga administrasi dan sebagainya.

3) Konsep Penjualan

Pengusaha yang menganut konsep penjualan berpendapat bahwa yang penting, produsen menghasilkan produk, kemudian produk itu dijual ke pasar dengan menggunakan promosi secara besar-besaran. Produsen ini mempunyai keyakinan bahwa dengan jalan promosi, konsumen dipengaruhi, dirangsang, dimotivasi untuk membeli, maka mereka pasti akan membeli. Jika ini diterapkan pada lembaga pendidikan, maka ada kecenderungan lembaga menggunakan surat kabar, TV, memasang iklan, layaknya seperti iklan barang saja. Iklan ini bisa saja, asal ada bukti nyata yang menunjang kekuatan

iklannya. Iklan tanpa ada usaha perbaikan mutu lembaga pendidikan akan berakibat sebaliknya, menjadi boomerang bagi lembaga sendiri.

4) Konsep Marketing

Konsep marketing ini menyatakan bahwa produsen, jangan memperhatikan diri sendiri, jangan melihat selera sendiri, tapi lihatlah carilah apa dan bagaimana selera konsumen. Konsep ini lebih menekankan kepada “kepuasan konsumen”. Tujuan marketing ialah bagaimana usaha untuk memuaskan selera, memenuhi “needs and wants” dari konsumen. Istilah needs artinya kebutuhan yang didefinisikan sebagai rasa kekurangan pada diri seseorang yang harus dipenuhi sedangkan wants berarti keinginan yang didefinisikan sebagai suatu kebutuhan yang sudah dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti adaya beli, pendidikan, agama, keyakinan, family dan sebagainya. Lembaga pendidikan yang menganut konsep marketing ini, tahu persis apa yang harus dilakukan. Lembaga pendidikan , bisnisnya bukan hanya sekedar mengajar siswa atau mahasiswa tiap hari sesuai jadwal kemudian melaksanakan ujian, lulus, habis perkara. Tapi harus lebih jauh dari itu. Siswa atau mahasiswa harus merasa puas dengan layanan lembaga dalam banyak hal misalnya dalam suasana belajar mengajar, ruang kelas yang bersih, guru yang ramah-ramah dan lain sebagainya.

5) Konsep Kemasyarakatan

Konsep ini menyatakan bahwa dunia perusahaan harus bertanggungjawab pada masyarakat terhadap segala perilaku bisnisnya. Lembaga pendidikan harus bertanggungjawab terhadap uang masyarakat yang dipungut dan yang digunakan, sehingga betul-betul memberikan hasil maksimal buat kepentingan masyarakat (Alma Buchori, 2013: 46) Dari kelima konsep promosi tersebut juga dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:

Tabel 2.1 Perkembangan Konsep Promosi

Konsep	Fokus	Anggapan
Produksi	Penekanan biaya produksi dan peningkatan sediaan produk	Harga nurag dan distribusi instensif merupakan dasar pertimbangan utama pembelian
Produk	Inovasi Produk	Karakteristik, kinerja dan kualitas usaha-usaha penjualan dan promosi harus lebih aktif
Penjualan	Peningkatan Penjualan	Usaha-usaha Penjualan dan promosi harus lebih aktif
Promosi	Kepuasan Pelanggan	Pembelian akan dilakukan apabila pelanggan mendapatkan kepuasan dari pelayan
Kemasyarakatan	Kepuasan Pelanggan dan kesejahteraan Masyarakat	Pembelian akan dilakukan apabila pelanggan mendapatkan kepuasan dari pelayan

Pada perkembangannya, istilah promosi tidak hanya dipakai oleh organisasi atau lembaga profit saja, akan tetapi dipakai pula oleh lembaga non profit. Penggunaan istilah marketing saat ini sudah berkembang disegala sektor kegiatan manusia.

Kenyataan ini diungkapkan oleh Muhaimin (2020) bahwa dewasa ini tidak ada organisasi baik itu bisnis atau non bisnis yang dapat terlepas dari promosian, organisasi tersebut dapat memilih untuk mengerjakannya demi kebaikan organisasi atau meninggalkannya untuk kemundurannya. Sehingga pendidikan pun juga menggunakan istilah promosi untuk memasarkan jasa pendidikannya. Untuk membentuk citra baik terhadap lembaga, maka lembaga pendidikan mengembangkan berbagai upaya strategi yang dikenal strategi bauran promosi.

6) Kombinasi Promosi Pendidikan

Kombinasi Promosi (marketing mix) merupakan alat bagi pepromosi yang terdiri atas berbagai unsur suatu program promosi yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi promosi dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Kombinasi promosi pada produk barang yang kita kenal selama ini berbeda dengan Kombinasi promosi untuk produk jasa. Kombinasi promosi terdiri:

a) Produk

Produk ini merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen, yang

perlu diperhatikan dalam produk yaitu konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut the offer. Produk dalam konteks jasa pendidikan sekolah merupakan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek, dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu bertahan dan mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan yaitu lembaga yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan yang diinginkan.

b) Penentuan Harga

Strategi penentuan harga (pricing) sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Price merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk, dimana apabila mutu produk baik, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi sepanjang dirasa dalam batas kejangkauan pelanggan pendidikan.

c) Tempat

Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Tempat juga mempunyai peranan yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang dipersepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan.

d) Promosi:

Promosi merupakan pemilihan bauran promosi terdiri atas iklan, penjualan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut, surat pemberitahuan langsung.

e) Physical evidence

Perangkat yang digunakan untuk mendukung penampilan suatu produk, sehingga memperlihatkan secara jelas kualitas produk serta pelayanan. Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk di dalam sarana fisik antara lain lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan service yang diberikan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya.

f) Orang:

Dalam hubungannya dengan promosi jasa maka orang yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan.

g) Proses

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal hal rutin

C. Kompetensi Siswa

1. Kompetensi Siswa

Undang-undang Sisdiknas No. 20 Tahun 2003 telah mengatakan bahwa Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab” (Pasal 3 UU RI No 20/ 2003).

Mengacu pada pada isi Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003 pasal 3 mengenai tujuan pendidikan nasional dan penjelasan pasal 15 yang menyebutkan bahwa pendidikan kejuruan merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja di bidang tertentu.

Standar Kompetensi Lulusan Kurikulum 2013 dalam Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang perubahan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan (SNP) menuntut adanya perubahan peraturanperaturan tentang standard kompetensi lulusan (SKL), standard isi (SI), standard proses, dan standard penilaian. Peraturan yang pertama adalah Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 54 tahun 2013 tentang standard kompetensi lulusan (SKL) Pendidikan Dasar dan Menengah. Dengan berlakunya

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 54 Tahun 2013, Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 23 Tahun 2006 tentang Standar Kompetensi Lulusan (SKL) untuk Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pada penjelasan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 35 disebutkan bahwa standar kompetensi lulusan merupakan kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan peserta didik yang harus dipenuhinya atau dicapainya dari suatu satuan pendidikan pada jenjang pendidikan dasar dan menengah. Standar Kompetensi Lulusan Pendidikan Dasar dan Menengah digunakan sebagai acuan utama pengembangan standar isi, standar proses, standar penilaian pendidikan, standar pendidik dan tenaga kependidikan, standar sarana dan prasarana, standar pengelolaan, dan standar pembiayaan. Adapun pengertian Standar Kompetensi Lulusan adalah kriteria mengenai kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan. Ruang Lingkup Standar Kompetensi Lulusan terdiri atas kriteria kualifikasi kemampuan peserta didik yang diharapkan dapat dicapai setelah menyelesaikan masa belajarnya di satuan pendidikan pada jenjang pendidikan dasar dan menengah.

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai definisi kompetensi di atas, dapat disimpulkan bahwa kompetensi adalah kemampuan kompleks yang dimiliki seseorang yang mencakup penguasaan ilmu pengetahuan,

keterampilan, sikap, dan nilai-nilai yang diwujudkan dalam pemikiran dan tindakan. Berdasarkan definisi dalam Permendikbud No.34 Tahun 2018 disebutkan bahwa standar kompetensi lulusan SMK/MAK/LPK dirumuskan secara menyeluruh dalam satu kemampuan utuh dengan mengintegrasikan dimensi sikap, pengetahuan, dan keterampilan berdasarkan gradasi kompetensi pada masing-masing program pendidikan sehingga dalam penelitian ini kompetensi personal, pengetahuan dasar, dan keterampilan kerja juga mengacu pada hal tersebut yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Kompetensi Personal

Kompetensi berasal dari bahasa Inggris “Competence” yang berarti kecakapan dan kemampuan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kompetensi adalah kewenangan (kekuasaan) untuk menentukan (memustuskan) sesuatu. Sedangkan pengertian personal atau personality atau kepribadian menurut Theodore M. Newcomb kepribadian ialah suatu kelompok sikap yang dimiliki seseorang sebagai latar belakang dari perilakunya. Hal ini berarti bahwa kepribadian itu bertujuan untuk menunjukkan kelompok dari tingkah-tingkah seorang individu untuk dapat berbuat, mengetahui, berfikir dan merasakan dengan secara khusus jika ia berhubungan dengan orang lain atau juga pada saat ia menghadapi suatu masalah/keadaan.

Menurut Koentjaraningrat (2018: 87) kepribadian ialah beberapa ciri watak yang dipelihara seseorang secara lahir, konsisten dan konsekuen. Setiap manusia melakukan proses sosialisasi. Proses sosialisasi berlangsung selama manusia masih hidup didunia ini, kepribadian seseorang individu dapat terbentuk dalam bertingkah laku sehingga individu memiliki identitas khusus yang berbeda dengan orang lain. Dapat diambil kesimpulannya adalah kompetensi yang berkaitan dengan perilaku pribadi seseorang yang dapat dibentuk dan menggambarkan latar belakang dan tingkah lakunya.

Kompetensi personal dalam penelitian ini digambarkan sebagai kompetensi perilaku pribadi seseorang dalam hal ini lulusan LPK dalam bekerja sebagai konsultan pengawas lapangan dan kompetensi personal ini mengacu pada dimensi kompetensi sikap pada standar kompetensi lulusan menurut Permendikbud No.54 Tahun 2013.

2) Pengetahuan

Dasar Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan pengetahuan berarti segala sesuatu yang diketahui, kepandaian, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran). Selain itu Pudjawidjana mengartikan pengetahuan sebagai suatu reaksi yang ada pada manusia dengan segala rangsangan yang terjadi pada alat indranya untuk melakukan pengindraan jauh pada objek tertentu. Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan merupakan sesuatu yang didapatkan dari hasil daya tahu yang nantinya dapat berbentuk

sebuah informasi. Proses dari daya tahu tersebut seperti melihat, mendengar, merasakan, dan berfikir yang menjadi dasar manusia dan bersikap dan bertindak.

Dalam penelitian ini pengetahuan dasar maksudnya adalah sesuatu yang didapatkan dari hasil daya tahu berbentuk sebuah informasi yang digunakan sebagai dasar untuk bekerja sebagai konsultan pengawas lapangan. Hal ini lebih dapat dijelaskan lagi didasarkan pada dimensi pengetahuan dalam Permendikbud No.54 Tahun 2013 sehingga kompetensi pengetahuan dasar lulusan yaitu memiliki pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif dalam bidang kerjanya yaitu sebagai konsultan pengawas lapangan.

3) Keterampilan Kerja

Menurut Muzni Ramanto, Soemarjadi, Wikdati Zahri (2018:2) kata keterampilan identik dengan kata kecekatan. Orang yang dikatakan terampil adalah orang yang dalam mengerjakan atau menyelesaikan pekerjaannya secara cepat dan benar. Akan tetapi, apabila orang tersebut mengerjakan atau menyelesaikan pekerjaannya dengan cepat akan tetapi hasilnya tidak sesuai atau salah maka orang tersebut bukanlah orang yang disebut dengan terampil. Begitu pun sebaliknya, jika orang tersebut menyelesaikan pekerjaannya dengan benar tetapi lambat dalam menyelesaikannya, maka orang tersebut juga tidak dapat dikatakan terampil.

Sedangkan Gordon (2017) menjelaskan bahwa keterampilan adalah kemampuan seseorang dalam mengoperasikan pekerjaan secara lebih mudah dan tepat. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas, dapat kita ambil kesimpulan bahwa keterampilan merupakan suatu bentuk kemampuan yang mempergunakan pikiran dan perbuatan dalam menyelesaikan atau mengerjakan sesuatu dengan efektif dan efisien.

Dalam penelitian ini kompetensi keterampilan kerja merupakan keterampilan-keterampilan yang digunakan dalam bekerja sebagai konsultan pengawas lapangan di Industri Jasa Kontruksi. Pavlova (2009: 9) mendefinisikan delapan kompetensi kerja sebagai berikut :

- a) Keterampilan berkomunikasi yang berperan dalam menumbuhkan produktifitas dan relasi yang harmonis antara tenaga kerja dan pelanggan;
- b) Keterampilan bekerja dalam kelompok yang berperan meningkatkan relasi dan hasil kerja;
- c) Keterampilan pemecahan masalah yang berperan meningkatkan hasil kerja;
- d) Keterampilan inisiatif dan berusaha yang meningkatkan inovasi hasil kerja;
- e) Keterampilan perencanaan dan organisasi yang berperan dalam perencanaan strategis jangka panjang maupun jangka pendek;
- f) Keterampilan belajar yang berperan dalam proses peningkatan dan pengembangan diri tenaga kerja maupun perusahaan ke depan

- g) Keterampilan teknologi yang berperan dalam efektifitas pelaksanaan kerja

D. Penyaluran Kerja

Pendidikan merupakan proses penyaluran nilai-nilai spiritual, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, pengetahuan, serta keterampilan kepada peserta didik. Pendidikan memberikan bekal kepada peserta didik agar dapat mengembangkan potensi dirinya. Jenjang pendidikan formal terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Pendidikan menengah merupakan lanjutan dari pendidikan dasar yang terdiri atas pendidikan menengah umum dan pendidikan menengah kejuruan. (Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional).

Pendidikan kejuruan dan ketrampilan merupakan pendidikan yang menyiapkan siswanya untuk mendapatkan pekerjaan setelah lulus. Sudira (2012: 12) menyatakan bahwa “pendidikan kejuruan adalah sebuah pendidikan untuk kerja dimana seseorang akan mendapatkan pekerjaan yang cocok yang dibutuhkan dimasyarakat pada umumnya”. Pendidikan kejuruan berorientasi pada dunia kerja. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Coates (1984: 3) bahwa “Vocational Education is a derivative enterprise – derivative of our expectations about work and the value of formal preparation for the world of work”. Pendidikan Kejuruan adalah turunan dari perusahaan

– turunan dari harapan kita tentang pekerjaan dan nilai persiapan resmi untuk dunia kerja.

Nasution (2014: 14) menjelaskan tujuan pendidikan ketrampilan diantaranya: (1) mempersiapkan anak untuk suatu pekerjaan, (2) memberikan keterampilan dasar, (3) membuka kesempatan memperbaiki nasib, (4) menyediakan tenaga pembangunan, (5) membantu memecahkan masalah-masalah sosial, (6) mentransmisi kebudayaan, dan (7) membentuk manusia sosial. Wardiman sebagaimana dikutip oleh Marifa (2018: 15-16) menyatakan bahwa “pendidikan kejuruan merupakan bagian sistem pendidikan yang menyiapkan seseorang untuk bekerja pada suatu kelompok pekerjaan maupun bidang pekerjaan.” Pendidikan kejuruan menyiapkan calon-calon tenaga kerja yang memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan dunia kerja.

Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan bahwa pendidikan pelatihan kerja, dalam hal ini LPK adalah pendidikan yang mempersiapkan siswa untuk dapat bekerja. Siswa mendapatkan gambaran mengenai suasana dan nilai-nilai yang ada di dunia kerja melalui pendidikan di LPK. LPK menyediakan lulusan yang dapat menjadi tenaga kerja yang memiliki keterampilan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan dunia kerja. Keterampilan tersebut merupakan bekal agar mereka dapat bersaing di dunia kerja dan terus mengembangkan karirnya. LPK memberikan pengalaman untuk bekerja dan mengembangkan kemampuan siswa untuk dapat bekerja dalam bidang tertentu sesuai dengan minat dan bakatnya.

Bursa Kerja Khusus (BKK) adalah lembaga yang mempunyai peran dalam mempertemukan antara pencari kerja dengan pengguna tenaga kerja. Bursa Kerja Khusus melakukan kegiatan memberikan pelayanan informasi pasar kerja, memberikan penyuluhan dan bimbingan jabatan, memberikan pelayanan penyaluran dan penempatan kerja, menjalin kerjasama dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DU/DI), penelusuran lulusan/alumni, serta pelaporan penempatan tenaga kerja. Penjelasan lebih lanjut mengenai peran BKK adalah sebagai berikut:

1) Pelayanan Informasi Pasar Kerja (IPK)

Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 039 tahun 2016 tentang Penempatan Tenaga Kerja menyatakan bahwa “Informasi Pasar Kerja yang selanjutnya disingkat IPK adalah keterangan mengenai Karakteristik kebutuhan dan persediaan tenaga kerja, baik dalam dan luar negeri.” Selanjutnya, Bab IV pasal 15 menjelaskan bahwa informasi pasar kerja yang dimaksud meliputi (1) informasi pencari kerja, (2) informasi lowongan pekerjaan, dan (3) informasi penempatan tenaga kerja. Hal yang cukup penting dalam informasi yang dimaksud mencakup informasi mengenai kebutuhan dan persediaan tenaga kerja, syarat dan kualifikasi yang dibutuhkan, tempat bekerja serta kondisi lain sehingga dapat membantu pencari kerja untuk mengetahui konsekuensi yang harus dijalani saat memilih pekerjaan tersebut.

Informasi Pasar Kerja (IPK) merupakan kumpulan data mengenai kebutuhan persediaan dan tenaga kerja, serta informasi lain tentang

pekerjaan yang tersedia. Informasi pasar kerja dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan dan mendapatkan pekerjaan. Peran BKK dalam memberikan Pelayanan Informasi Pasar Kerja mencakup (1) Informasi Pencari Kerja, (2) Informasi Lowongan Pekerjaan, dan (3) Informasi Penempatan Tenaga Kerja.

2) Bimbingan Karir

Manrihu (2018) menyatakan Bimbingan karier adalah suatu perangkat, lebih tepatnya suatu program yang sistematis, proses-proses, teknik-teknik, atau layanan-layanan yang dimaksudkan untuk membantu individu memahami dan berbuat atas dasar pengenalan diri dan pengenalan kesempatan dalam pekerjaan, pendidikan, dan mengembangkan keterampilan- keterampilan mengambil keputusan sehingga yang bersangkutan dapat menciptakan dan mengelola perkembangan kariernya.

Manrihu (2018: 25-26) mengemukakan prinsip-prinsip dalam bimbingan karier, diantaranya:

- a) Mengingat tujuan utama pendidikan dalam menyiapkan setiap individu untuk suatu karier yang sesuai preferensi individu;
- b) pendidikan karier harus menjadi bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari persiapan kerja;
- c) pendidikan karier mengambil bagian dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan membuka kesempatan berkarier bagi siswa, dan;

d) Lembaga – Lembaga pendidikan harus berupaya memenuhi tujuan tersebut.

Keberlangsungan bimbingan jabatan dalam dunia pendidikan yang mempersiapkan lulusanya masuk ke dunia kerja sangat diperlukan untuk membantu siswa/calon tenaga kerja memilih pekerjaan yang sesuai. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa bimbingan jabatan adalah bantuan layanan yang diberikan kepada pencari kerja.

Bimbingan jabatan memungkinkan calon tenaga kerja untuk mengetahui dan mengenali potensi diri serta gambaran mengenai dunia kerja. Bimbingan jabatan dilaksanakan untuk membantu pencari kerja mengenali serta mengembangkan potensi diri dalam rangka pemilihan, perencanaan dan persiapan untuk masuk ke dunia kerja yang sesuai dengan minat, bakat serta keterampilan yang dimiliki. Informasi mengenai uraian pekerjaan menjadi penting dalam proses bimbingan jabatan. Selain dijelaskan mengenai rincian pekerjaan masing-masing tenaga kerja, perlu juga dijelaskan mengenai informasi tentang kualifikasi (persyaratan) yang harus dipenuhi oleh tenaga kerja yang akan memangku jabatan tertentu.

3) Pelayanan Perantara Kerja

Bursa Kerja Khusus memiliki peran dalam pelayanan perantara kerja. Mekanisme pelayanan perantara kerja atau biasa disebut dengan antar kerja yaitu sistem yang meliputi pelayanan informasi pasar kerja,

penyuluhan dan bimbingan jabatan, dan perantara kerja. Antar kerja dikategorikan menjadi antar kerja lokal (AKL), antar kerja daerah (AKAD) serta mekanisme antar kerja antar negara (AKAN). AKAL adalah sistem penempatan tenaga kerja dalam 1 daerah kabupaten/kota atau lebih dari 1 daerah kabupaten/kota dalam 1 daerah provinsi. AKAD adalah sistem penempatan tenaga kerja antar daerah provinsi dan AKAN adalah sistem penempatan tenaga kerja di luar negeri.

Sistem antar kerja meliputi pelayanan informasi pasar kerja, penyuluhan dan bimbingan jabatan, serta penempatan kerja. Penempatan tenaga kerja dilaksanakan oleh Lembaga Penempatan Tenaga Kerja (LPTK). LPTK menghimpun informasi lowongan pekerjaan dari dunia kerja, serta informasi pencari kerja dan kompetensi yang dimiliki. Lembaga Penempatan Tenaga Kerja kemudian mencocokkan data pencari kerja dengan data lowongan pekerjaan.

Peraturan Menteri Ketenagakerjaan RI nomor 039 tahun 2016 tentang Penempatan Tenaga Kerja menjelaskan bahwa tugas pelayanan perantara kerja meliputi: (1) pelayanan kepada Pencari Kerja; (2) pelayanan kepada Pemberi Kerja; (3) pencarian lowongan pekerjaan; (4) pencocokan antara Pencari Kerja dengan lowongan pekerjaan; (5) Penempatan Tenaga Kerja di dalam dan luar hubungan kerja; (5) Tindak lanjut Penempatan Tenaga Kerja; dan (6) Pelaporan Penempatan Tenaga Kerja secara berkala. Bursa Kerja Khusus melaksanakan tugas-tugas pelayanan perantara kerja sebagai berikut:

- a) Melaksanakan pencarian lowongan pekerjaan Bursa Kerja Khusus berperan untuk memastikan ketersediaan informasi lowongan pekerjaan. Selain menunggu informasi yang masuk, BKK juga perlu untuk aktif untuk mencari informasi lowongan. BKK perlu menjalin komunikasi dengan instansi pemerintah yang membidangi ketenagakerjaan, serta mencari lowongan kerja dari perusahaan/ DU/DI.
- b) Pencocokan antara pencari kerja dengan lowongan pekerjaan. Tujuan BKK adalah memfasilitasi pencari kerja untuk mendapatkan pekerjaan sesuai dengan minat, bakat dan keterampilannya. BKK perlu melakukan pencocokan informasi antara pencari kerja dengan lowongan pekerjaan yang tersedia. Pencocokan dilakukan terhadap informasi mengenai lowongan pekerjaan dan persyaratan yang diperlukan terhadap suatu pekerjaan, dengan informasi pencari kerja.
- c) Rekrutmen Tenaga Kerja Ada beberapa tahapan yang harus dilalui sebelum seseorang dapat bekerja. Tahapan tersebut dikenal sebagai proses rekrutmen tenaga kerja. Rekrutmen merupakan bagian penting dalam manajemen sumber daya manusia di suatu instansi/perusahaan. Rekrutmen dapat dikatakan sebagai proses mencari, menemukan, dan menarik para pelamar sesuai kriteria dalam jumlah yang mencukupi untuk mengisi kebutuhan tenaga kerja saat ini dan yang akan datang.

E. Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Menurut (Farida 2017) manajemen adalah seni dan ilmu dalam perencanaan, pengoordinasian/organisasian, pengarahan dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut (Hasibuan 2020) manajemen merupakan ilmu dan seni mengatur suatu proses pemanfaatan sumber daya dan sumber lainnya secara efektif dan efisien. Menurut (Robbins dan Coulter) dalam (Kristina and Widyaningrum 2019) manajemen adalah proses mengkoordinasi dan mengintegrasikan kegiatan – kegiatan kerja agar diselesaikan secara efektif dan efisien.

Menurut (Kristina and Widyaningrum 2019) manajemen yaitu koordinasi semua sumber daya melalui proses perencanaan, pengorganisasian, penetapan tenaga kerja, pengarahan dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. (Edison, 2016:57) menjelaskan bahwa manajemen adalah proses unik yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian tindakan untuk mengidentifikasi dan mencapai tujuan melalui penggunaan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Dari penjelasan menurut para ahli diatas, maka dapat diuraikan manajemen merupakan suatu proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dalam sebuah organisasi agar tujuan yang ditentukan dapat diwujudkan.

2. Fungsi Manajemen

Fungsi Manajemen menurut (Edison, 2016:58) mendefinisikan manajemen yaitu suatu proses yang membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dalam memanfaatkan baik ilmu maupun seni demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Berikut ini merupakan penjelasan fungsi manajemen menurut (Edison, 2016:58):

a. Planning (Perencanaan)

Palanning adalah dasar pemikiran untuk tujuan dan persiapan langkah-langkah yang digunakan untuk mencapainya. Perencanaan berarti mempersiapkan segala kebutuhan, mempertimbangkan secara matang hambatan-hambatan, dan mengembangkan bentuk pelaksanaan kegiatan yang ditujukan untuk mencapai tujuan.

b. Organizing (Pengorganisasian)

Organizing adalah cara mengumpulkan orang-orang dan menempatkannya sesuai dengan kemampuan dan keahliannya dalam pekerjaan yang direncanakan.

c. Actuating (Pengarahan/penggerakan)

Actuating adalah membuat organisasi beroperasi sesuai dengan pembagian kerjanya sendiri, mengerahkan seluruh sumber daya yang ada dalam organisasi, sehingga pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan dapat berjalan sesuai rencana dan mencapai tujuan.

d. Controlling (Pengawasan)

Controlling yaitu memantau apakah tindakan organisasi sesuai dengan rencana, serta mengawasi penggunaan sumber daya dalam organisasi agar digunakan secara efektif dan efisien tanpa ada yang menyimpang dari rencana.

3. Unsur-unsur manajemen

Unsur-unsur manajemen terdiri dari 6 unsur yaitu man, money, methods, materials, machines, market (Edison: 2016).

a. Manusia (Man)

Man merupakan orang-orang yang akan menjalankan fungsi-fungsi manajemen dalam operasional suatu organisasi, man merujuk pada sumber daya manusia yang dimiliki organisasi. Hal ini termasuk penempatan orang yang tepat, pembagian kerja, pengaturan jam kerja dan sebagainya. Dalam manajemen faktor man adalah yang paling menentukan. Manusia yang membuat tujuan dan manusia pula yang melakukan proses untuk mencapai tujuan.

b. Uang (Money)

Money merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan, uang merupakan modal yang dipergunakan pelaksanaan program dan rencana yang telah ditetapkan, uang merupakan alat tukar dan alat pengukur nilai, seperti pembelian alat-alat, pembelian bahan baku, pembayaran gaji dan lain sebagainya. Besar kecilnya hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar dalam perusahaan. Oleh

karena itu uang merupakan alat yang penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Hal ini akan berhubungan dengan berapa besar uang yang harus disediakan untuk membiayai gaji tenaga kerja, alat-alat yang dibutuhkan dan harus dibeli serta berapa hasil yang akan dicapai dalam suatu organisasi.

c. Material

Material adalah bahan-bahan baku yang dibutuhkan biasanya terdiri dari bahan setengah jadi dan bahan jadi dalam operasi awal guna menghasilkan barang atau jasa. Dalam organisasi untuk mencapai hasil yang lebih baik, selain manusia yang ahli dibidangnya juga harus dapat menggunakan sebagai salah satu sarana. Bahan baku dan manusia tidak dapat dipisahkan, tanpa bahan baku aktivitas produksi tidak akan mencapai hasil yang dikehendaki

d. Mesin (Machine)

Machine adalah peralatan termasuk teknologi yang digunakan untuk membantu dalam operasi untuk menghasilkan barang dan jasa. Mesin yang digunakan untuk memberi kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja. Terutama pada penerapan teknologi mutakhir yang dapat meningkatkan kapasitas dalam proses produksi baik barang atau jasa.

e. Metode (Methods)

Methods adalah cara yang ditempuh teknik yang dipakai untuk mempermudah jalannya pekerjaan manajer dalam mewujudkan rencana

operasional. Metode dapat dinyatakan sebagai penetapan cara pelaksanaan kerja suatu tugas dengan memberikan berbagai pertimbangan-pertimbangan kepada sasaran, fasilitas-fasilitas yang tersedia dan penggunaan waktu, serta uang dan aktivitas bisnis

f. Pasar (Market)

Market merupakan pasar yang hendak dimasuki hasil produksi baik barang atau jasa untuk menghasilkan uang, mengembalikan investasi dan mendapatkan profit dari hasil penjualan atau tempat dimana organisasi menyebarluaskan produknya.

F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian ini, penulis mencari referensi hasil penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan pada fokus penelitian yang ingin diteliti. Adapun penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai referensi yaitu:

Arif Efendi dengan NIM: B04207025 melakukan riset tentang pengembangan organisasi (*organizational development*) terhadap Lembaga Griya Al-Qur'an di Surabaya dengan judul: Manajemen Perubahan di Lembaga Dakwah (Studi Kasus Tentang Pengembangan Organisasi di Lembaga Griya Al-Qur'an Surabaya). Studi kasus yang dilakukan Arif Efendi pada tahun 2011 ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengembangan organisasi (*organizational development*) di lembaga tersebut. Selain itu, riset tersebut juga menguraikan tentang strategi apakah yang akan

mereka lakukan untuk mengembangkan organisasi itu sehingga tujuan dari adanya lembaga tersebut bisa tercapai.

Hal yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada obyek penelitian. Yang mana penelitian terdahulu bertempat di Lembaga Griya Al-Qur'an Surabaya, sedangkan pada penelitian saya ini bertempat di LPK HIDEO Gakkou Indonesia Batang. Selain itu, pada penelitian terdahulu hanya ingin mengetahui pengembangan organisasi di lembaga tersebut. Sedangkan pada penelitian saya ini sekaligus ingin mengetahui strategi pimpinan apa sajakah yang dilakukan dalam rangka pengembangan LPK HIDEO Gakkou Indonesia Batang. Dan adapun persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengembangan organisasi (*organizational development*).

Imam Famuji dengan NIM: B04301272 melakukan riset tentang Strategi Pengembangan SDM terhadap Jamaah Masjid Manarul Ilmi (JMMI) dengan judul: "Manajemen Dakwah Kampus (Studi Kualitatif Tentang Strategi Pengembangan SDM Sebagai Proses Mekanisme Kaderisasi Da'í di Jamaah Masjid Manarul Ilmi (JMMI) ITS Surabaya)". Riset yang dilakukan Imam Famuji pada tahun 2005 ini bertujuan untuk mengetahui secara deskriptif dan jelas tentang strategi pengembangan SDM yang diterapkan oleh JMMI ITS dalam mengkader da'ínya.

Hal yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian saya ini adalah terletak pada obyek penelitian. Yang mana penelitian terdahulu bertempat di ITS Surabaya, sedangkan pada penelitian saya ini bertempat di

LPK HIDEO GAKKOU INDONESIA Batang. Jika pada penelitian terdahulu ingin mengetahui bahwa strategi apakah yang telah diterapkan oleh JMMI ITS dalam mengkader da“inya, namun pada penelitian saya ini ingin mengetahui bagaimanakah startegi pimpinan LPK HIDEO GAKKOU INDONESIA Batang dalam pengembangan organisasi (*organizational development*) khususnya pada pengembangan LPK HIDEO GAKKOU INDONESIA Batang.

Dadang Dahlan dari Fakultas Politik dan Ekonomi Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia melakukan riset tentang Pengembangan SDM terhadap kepuasan kerja dan komitmen guru sekolah dasar dengan judul: “Pengaruh Diskrepansi Harapan-Persepsi Pengembangan/Pemeliharaan SDM Terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Guru Sekolah Dasar”. Riset yang dilakukan Dadang Dahlan ini bertujuan untuk mendeskripsikan diskrepansi harapan-persepsi guru SD terhadap pemeliharaan/pengembangan SDM.

Hal yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian saya ini adalah terletak pada obyek penelitian dan metode penelitian. Yang mana penelitian terdahulu bertempat di SD Negeri di Kabupaten Bandung, sedangkan pada penelitian saya ini bertempat di LPK HIDEO GAKKOU INDONESIA Batang. Jika pada penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian, namun pada penelitian saya ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode penelitian.

Selain itu, penelitian terdahulu ingin mendeskripsikan bagaimanakah diskrepansi harapan-persepsi guru SD terhadap pengembangan/pemeliharaan

SDM. Namun pada penelitian saya ini ingin mengetahui bagaimanakah strategi pimpinan dalam pengembangan organisasi (*organizational development*) khususnya pada pengembangan LPK HIDEO GAKKOU INDONESIA Batang. Dan adapun persamaan dari kedua penelitian ini adalah adalah sama-sama meneliti tentang pengembangan organisasi (*organizational development*).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Studi kasus sendiri dapat diartikan sebagai: *an intensive holistic description and analysis of a single instance, phenomenon, or social unit* (Yesim, 2018:60). Pengertian tersebut memberikan arti bahwa pada dasarnya studi kasus merupakan strategi penelitian yang mengkaji secara rinci atas suatu latar atau satu orang subjek atau peristiwa tertentu.

Dalam penelitian kualitatif manusia adalah sebagai sumber utama dan hasil penelitiannya berupa kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya (alamiah). Sesuai dengan pendapat Denzin dan Lincoln yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan metode yang ada (Lexy, 2016:5).

Menurut Whitney penelitian deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi- situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena (Nazir, 2013:55).

Alasan menggunakan pendekatan kualitatif adalah dengan adanya pertimbangan:

1. Sumber data dalam penelitian ini mempunyai latar alami yaitu strategi kepemimpinan yang dilakukan oleh pimpinan dalam mengembangkan lembaga pendidikan
2. Dalam pengambilan data, peneliti merupakan instrumen kunci sehingga dengan empati peneliti menyesuaikan diri dengan realita yang tidak dapat dikerjakan oleh instrumen non-manusia, selain juga mampu menangkap makna lebih dalam menghadapi nilai local
3. Penelitian ini berusaha menyajikan langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden dengan tujuan supaya lebih peka dalam menyesuaikan diri terhadap pola-pola nilai yang dihadapi ketika di lapangan.
4. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dan analisis dokumen. Fakta-fakta dikumpulkan secara lengkap, selanjutnya ditarik kesimpulan.

B. Setting Penelitian

Lokasi penelitian adalah letak di mana penelitian akan dilakukan untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan dan berkaitan dengan permasalahan penelitian. Adapun lokasi penelitian ini adalah LPK LPK HIDEO GAKKOU INDONESIA Batang. Kasus yang diteliti adalah strategi pimpinan dalam pengembangan lembaga sebagai *point of view* pada

lembaga pendidikan yang memiliki latar belakang yang berbeda. Rancangan studi kasus dilakukan sebagai upaya pertanggungjawaban ilmiah berkenaan dengan kaitan logis antara fokus penelitian pengumpulan data yang relevan, dan analisis data hasil penelitian

Tabel 3.1. Jadwal Kegiatan Penelitian

KEGIATAN	BULAN					
	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
a. Persiapan Penelitian						
1. Observasi Pendahuluan	■					
2. Perbaikan BAB I, II, dan III	■	■				
b. Penelitian						
1. Pengumpulan Data		■	■	■	■	
2. Pengolahan Data		■	■	■	■	
3. Analisa Data		■	■	■	■	
4. Penyusunan Laporan				■	■	■

C. Desain / Langkah Penelitian

Suatu penelitian akan berhasil apabila rumusan masalah yang terdapat di dalam penelitian dapat di temukan hasilnya, tentunya dengan menggunakan desain pendekatan penelitian kombinasi model atau desain Triangulasi Konkuren. Strategi ini menggunakan dua studi sekaligus (kuantitatif dan kualitatif atau kualitatif dan kuantitatif) dalam satu waktu (Putra dan Hendarman, 2013:71).

Definisi Desain dari penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian yang lebih sempit, desain penelitian hanya mengenai pengumpulan data dan analisa data

saja, (2018). Dalam pengertian yang lebih luas, desain penelitian mencakup proses-proses berikut menurut Nazir (2018):

1. Identifikasi dan dan pemilihan masalah penelitian.
2. Pemilihan kerangka konseptual untuk masalah penelitian serta hubungan-hubungan dengan penelitian sebelumnya.
3. Memformulasikan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan, luas jangkau (scope) dan hipotesa untuk diuji,
4. Membangun penyelidikan atau percobaan
5. Memilih serta memberi definisi terhadap pengukuran variabel- variabel.
6. Memilih prosedur dan teknik sampling yang digunakan.
7. Menyusun alat serta teknik untuk mengumpulkan data.
8. Membuat coding, serta mengadakan editing dan processing data.
9. Menganalisa data serta pemilihan prosedur statistik untuk mengadakan generalisasi serta inferensi statistik.
10. Pelaporan hasil penelitian, termasuk proses penelitian, diskusi serta interpretasi data, generalisasi, kekurangan-kekurangan dalam penemuan, serta menganjurkan beberapa saran-saran dan kerja penelitian yang akan datang.

Desain penelitian merupakan rancangan dan semua proses penelitian untuk mengumpulkan, mengukur dan menganalisis data sehingga dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan penelitian serta yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Peneliti menggunakan desain penelitian untuk menjawab semua pertanyaan dalam

penelitian tentang pengembangan LPK yang dilakukan oleh pimpinan dalam meningkatkan LPK.

Dalam melaksanakan penelitian harus melalui beberapa tahapan-tahapan penelitian terlebih dahulu, berikut adalah tahapan-tahapan yang harus dilaksanakan oleh penulis:

a. Tahap Pra Penelitian

Tahap ini merupakan tahap awal yang dilaksanakan dalam sebuah penelitian. Dalam tahap ini, peneliti mempersiapkan dan menyusun rancangan penelitian agar penelitian bisa berjalan dengan lancar. Beberapa persiapan yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- 1) Peneliti mengajukan beberapa judul dan berdiskusi dengan dosen pembimbing yang menjadi Tim Petimbangan Penulisan Tesis Prodi Manajemen Pendidikan.
- 2) Peneliti mengajukan proposal penelitian kepada Tim Petimbangan Penulisan Tesis Prodi Manajemen Pendidikan.
- 3) Peneliti menseminarkan proposal tersebut dihadapan tim dosen penguji unruk mendapatkan koreksi, masukan sekaligus perbaikan sehingga mendapatkan pengesahan serta persetujuan dari Tim Pertimbangan Penulisan Tim Petimbangan Penulisan Tesis Prodi Manajemen Pendidikan yang selanjutnya mendapatkan SK pembimbing Tesis.

Sebelum dilaksanakannya penelitian, terlebih dahulu peneliti melaksanakan penelitian yang betujuan untuk mengetahui bagaimana

kondisi di lapangan yang terjadi untuk dijadikan objek penelitian. Dalam pra-penelitian ini, peneliti melakukan beberapa kegiatan diantaranya:

- a) Menentukan lokasi untuk dijadikan penelitian.
- b) Menentukan responden yang akan diteliti.
- c) Menyusun rancangan penelitian dengan mengkaji literatur dan penelitian-penelitian terdahulu sehingga peneliti mendapatkan gambaran penelitian.
- d) Melakukan observasi dan wawancara kepada pihak terkait dengan masalah penelitian.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap pra-penelitian sudah dilaksanakan, kemudian peneliti langsung ke lapangan mengadakan penelitian dengan berpedoman pada instrumen. Peneliti melakukan observasi, mewawancarai pihak- pihak terkait seperti pimpinan, karyawan, siswa LPK.

D. Instrument penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti sebagai instrumen utama (*key instrumen*) pengumpul data (Sugiyono, 2015: 60). Akan tetapi instrumen non manusia juga dipergunakan dalam penelitian ini. Pada dasarnya metode dan instrumen penelitian saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya. Jika metode pengumpulan data menggunakan variasi metode seperti wawancara, observasi dan lain-lain, maka instrumen penelitian adalah pelengkapanya.

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Suharsimi, 2010: 127). Variasi jenis instrumen non manusia adalah:

1. Pedoman wawancara, sebagai kerangka atau dasar dalam mengadakan wawancara dengan aktor yang terlibat sebagai sumber data dalam penelitian.
2. Pedoman pengamatan dokumentasi penting, sebagai data tambahan akuratnya penelitian.
3. Pedoman Observasi, menggunakan acuan program terarah dan alat bantu camera untuk menghasilkan data deskriptif yang cukup berharga dan sering digunakan untuk menelaah segi-segi subjektif dan hasilnya sering dianalisis secara induktif.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah observasi partisipan, wawancara mendalam, studi dokumentasi sebagai berikut:

1. Observasi Partisipan (*Participan Observation*)

Menurut Suharsimi Arikunto observasi disebut juga dengan pengamatan menggunakan seluruh panca indra (Suharsimi, 1989:80). Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Gulo,

2017:116). Observasi atau pengamatan adalah metode pengumpulan data di mana peneliti atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian (Gulo, 2017:116). Penyaksian terhadap peristiwa-peristiwa itu dilakukan dengan melihat, mendengar, merasakan, yang kemudian dicatat seobyektif mungkin. Dalam penelitian ini peneliti berperan sebagai pengamat yang berpartisipasi secara penuh, yakni menyamakan diri dengan orang yang diteliti.

Peneliti melakukan observasi partisipan dengan cara mengamati bahkan terlibat secara langsung dalam berbagai aktivitas pemimpin dalam mengembangkan lembaga guna mencermati gejala-gejala yang ada dan dimiliki informan sesuai data yang dibutuhkan peneliti pada penelitian di Lpk Hideo Gakkou Indonesia Batang.

Table 3.2. Panduan Observasi

Sub Fokus	Komponen	Kegiatan Observasi	Koding
Strategi promosi LPK	Konsep Produksi	1. Rapat internal	Ob1
	Konsep Penjualan	2. Konsep penjualan produk	Ob2
	Konsep Marketing	3. Teknik pemasaran	Ob3
	Konsep Kemasyarakatan	4. Strategi kemasyarakatan	Ob4
Strategi kompetensi guru dan siswa	Pelatihan	1. Kegiatan pelatihan	Ob5
	Praktik Kerja Lapangan	2. Kegiatan Pembelajaran	Ob6 Ob7
	Prakerin	3. Kegiatan PKL 4. Kegiatan Prakerin	Ob8
penyaluran dan penempatan kerja	Pelayanan Informasi Pasar Kerja (IPK)	1. Kegiatan penyaluran	Ob9
	Bimbingan Karir	2. Kegiatan bimbingan	OB10
	Pelayanan Perantara Kerja	3. Penyaluran tenaga lulusan	Ob11

2. Wawancara Mendalam (*Indepeth Interview*)

Metode wawancara mendalam (*Indepeth Interview*) digunakan peneliti untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya yang berupa informasi terkait dalam pengembangan yang dilakukan oleh pimpinan di Lpk Hideo Gakkou Indonesia dan informasi lain terkait permasalahan yang diteliti.

Table 3.3. Panduan Wawancara

Sub Fokus	Komponen	Informan	Koding
Strategi promosi LPK	Konsep Produksi	Ketua LPK	K LPK
	Konsep Penjualan	Sekretaris	S LPK
	Konsep Marketing	Bendahara	B LPK
	Konsep Kemasyarakatan	Tutor Warga Belajar PengawasLPK	T LPK WB LPK P LPK
Strategi kompetensi guru dan siswa	Pelatihan	Ketua LPK	K LPK
	Praktik Kerja Lapangan	Sekretaris Bendahara	S LPK B LPK
	Prakerin	Tutor Warga Belajar PengawasLPK	T LPK WB LPK P LPK
penyaluran dan penempatan kerja	Pelayanan Informasi Pasar Kerja (IPK)	Ketua LPK Sekretaris	K LPK S LPK
	Bimbingan Karir	Bendahara	B LPK
	Pelayanan Perantara Kerja	Tutor Warga Belajar PengawasLPK	T LPK WB LPK P LPK

3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Rusdin Pohan adalah cara pengumpulan informasi yang didapatkan dari dokumen yakni peninggalan tertulis arsip-arsip yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti (Pohan, 2017:75). Dokumen adalah catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu (Gulo, 2007:126).

Dalam penelitian ini yang dimaksud dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data dengan jalan melihat catatan yang sudah ada. Metode dokumentasi diperlukan sebagai metode pendukung untuk mengumpulkan data, karena dalam metode ini dapat diperoleh data-data *histories*, seperti program kerja, evaluasi yang dilakukan serta strategi pimpinan, serta data lain yang mendukung penelitian ini.

Table 3.4. Panduan Wawancara

Sub Fokus	Komponen	Dokumen	Koding
Strategi promosi LPK	Konsep Produksi	1. Dokumen Anggaran promosi	Dok1
	Konsep Penjualan		Dok2
	Konsep Marketing	2. Dokumen rapat masyarakat	Dok3
	Konsep Kemasyarakatan	3. Dokumen warga belajar 4. Dokumen visi misi.	Dok4
Strategi kompetensi guru dan siswa	Pelatihan	1. Dokumen pelatihan	Dok5
	Praktik Kerja Lapangan	2. Dokumen prakerin	Dok6
	Prakerin	3. Dokumen PKL	Dok7
Penyaluran dan penempatan kerja	Pelayanan Informasi Pasar Kerja (IPK)	1. Dokumen peserta didik	Dok8
	Bimbingan Karir	2. Dokumen penyerapan tenaga kerja	Dok9
	Pelayanan Perantara Kerja	3. Dokumen Kerjasama MOU DUDE	Dok10

F. Uji Keabsahan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Untuk mengevaluasi apakah penelitian kualitatif yang dilakukan berkualitas/dapat dipercaya atau tidak ada empat kriteria yang dapat digunakan yaitu:

1. Pemeriksaan derajat kepercayaan (*Credibility*)

Derajat kepercayaan atau kredibilitas identik dengan validitas internal pada penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2017). Suatu data hasil penelitian mempunyai derajat kepercayaan (*credibility*), apabila hasil penelitian yang diperoleh sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

a. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan dilakukan dengan memutar hasil rekaman audio visual (didokumentasikan dengan *handycam*) di data penelitian sampai jelas dan benar apa yang diungkapkan dalam wawancara maupun tes tertulis. Setelah itu, peneliti menelaah hasil data penelitian dengan membuat transkrip wawancara.

b. Triangulasi

Teknik yang digunakan adalah triangulasi metode yang dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berdeda. Sebagaimana dikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Atau, peneliti menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut.

Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.

c. Melakukan *member check*

Melakukan *member check*, diartikan mereview hasil penelitian yang dilakukan oleh dosen pembimbing dan subjek penelitian. Apabila kedua belah pihak telah setuju terhadap semua yang dilaporkan, maka hasil penelitian ini dapat dikatakan dipercaya (*credible*) dan sesuai fakta yang terjadi di lapangan.

d. Pengecekan kecukupan referensi

Menggunakan bahan referensi merupakan adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukana oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Penggunaan bahan referensi dalam penelitian ini adalah hasil penelitian dibandingkan dengan hasil penelitian sebelumnya sehingga diperoleh hasil yang kredibel. Keterlaksanaan pengecekan kecukupan referensi juga diuraikan bahwa hasil perolehan data hasil penelitian didukung oleh beberapa referensi, yang akan disajikan dalam diskusi hasil penelitian.

2. Keteralihan (*Transferability*)

Kriteria keteralihan (*transferability*) berarti data empiris yang diperoleh digunakan untuk membuat keputusan tentang pengalihan informasi, sehingga peneliti harus melakukan penelitian kecil untuk

memverifikasi. Pemeriksaan keteralihan data (*transferability*) tidak dilakukan dalam penelitian ini karena hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan. Hasil penelitian ini hanya dapat diaplikasikan pada subjek tertentu yang karakteristiknya sama atau relatif sama dengan subjek penelitian.

3. Ketergantungan data (*Dependability*)

Ketergantungan (*dependability*) berarti peneliti harus menyediakan data mentah, yaitu data yang harus direduksi, dianalisis, direkonstruksi, dan memperoleh hasil temuan serta menarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Kebergantungan merupakan istilah reliabilitas pada penelitian kuantitatif, meskipun diakuinya bahwa cakupan konsep kebergantungan lebih luas dari konsep reliabilitas (Sugeng, 2014). Cara menguji kebergantungan data penelitian kualitatif dilakukan dengan melibatkan auditor independen (Pramuaji & Loekmono, 2018). Cara memeriksa kebergantungan data adalah dengan mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan serangkaian penelitian, mulai dari menentukan masalah, memasukan lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data, menguji keabsahan data sampai kepada menarik kesimpulan data penelitian. Pemeriksaan kebergantungan (*dependability*) data penelitian ini dilakukan dengan audit pembimbing terhadap keseluruhan proses penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Menurut Wiyono, secara umum terdapat dua tahap yang dilakukan dalam analisis data yang dijelaskan sebagai berikut (Wiyono, 2017: 91).

1. Analisis data selama proses pengumpulan data.

Pada penelitian ini, proses pengumpulan data diperoleh dari observasi dan wawancara. Observasi dilakukan sebagai langkah awal menentukan teknik serta informan-informan dalam wawancara yang dilakukan yaitu.

- a. Pembatasan jenis kajian yang diperoleh,
- b. Mengembangkan pertanyaan-pertanyaan,
- c. Merencanakan tahap-tahap pengumpulan data dengan mencermati hasil pengamatan sebelumnya, Menulis catatan pribadi mengenai hal yang dikaji

Selanjutnya, setelah ditetapkan jenis kajian, daftar pertanyaan, serta teknik-teknik yang akan dilakukan, peneliti melakukan wawancara dengan informan-informan yang telah ditetapkan berdasarkan kajian dan pertanyaan yang telah disusun.

2. Analisis data setelah pengumpulan data

Dalam penelitian kualitatif, data yang dihimpun harus berupa paparan data yang deskriptif. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Laporan tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumen pribadi, catatan atau memo,

dan dokumen resmi lainnya. Analisis data setelah pengumpulan data dimaksudkan untuk menarik kesimpulan. Data hasil penelitian yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif model alir (flow model) yang dikembangkan oleh Milles dan huberman yang terdiri dari tiga tahapan sebagai berikut (Miles, 1994:12).

a. Reduksi data

Reduksi data adalah rangkaian proses yang meliputi kegiatan memilih atau menyeleksi dan menyederhanakan semua data yang diperoleh mulai dari awal pengumpulan data sampai penyusunan laporan penelitian. Penyederhanaan data dapat dilakukan dengan membuat ringkasan dan mengembangkan sistem coding guna mempermudah dalam reduksi data-data yang berkenaan dengan strategi pimpinan dalam mengembangkan LPK Hideo Gakkou Indonesia Batang. Data yang ada, baik dari observasi maupun hasil wawancara, ringkasan data, atau hasil data lainnya direduksi agar sesuai dengan tujuan dan pertanyaan penelitian sehingga diperoleh informasi yang jelas sebagai dasar untuk membuat kesimpulan.

b. Penyajian data

Penyajian data dalam penelitian ini bertujuan untuk menemukan makna dari data-data terkait strategi pimpinan dalam pengembangan LPK HIDEO Gakkou Indonesia Batang yang telah diolah dan kemudian disusun secara sistematis agar mudah dipahami.

c. Penarikan dan pengajuan simpulan

Penarikan dan pengajuan simpulan adalah kegiatan memberi kesimpulan terhadap data yang diperoleh, yaitu data strategi pimpinan dalam pengembangan LPK Hideo Gakkou Indonesia Batang

Teknik analisa data adalah proses penyusunan data agar dapat ditafsirkan dituliskan dalam bentuk kata-kata atau lisan. Inti dari analisis data kualitatif adalah ingin memahami situasi sosial (obyek) menjadi bagian-bagian, hubungan antar bagian, dan hubungannya dengan keseluruhan (Sugiyono, 2007:327). Kemudian mengenai proses dari analisis data dilakukan sebelum memasuki lapangan dan selama berada di lapangan. Sebelum memasuki lapangan, peneliti menganalisis data dari hasil studi terdahulu, atau data sekunder yang digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Perlu diingat bahwasannya fokus penelitian tersebut masih bersifat sementara, baru selanjutnya berkembang setelah peneliti masuk dan selama berada dilapangan (Sugiyono, 2007:326).

Selama peneliti berada dilapangan, analisis data yang digunakan adalah analisis data model Miles dan Huberman (Mlies, 1992:16). Perlu diketahui bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Data yang terkumpul dari beberapa sumber yang ada di lapangan sebelumnya disajikan terlebih dahulu dilakukan proses analisa agar nantinya data tersebut benar-benar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Mereduksi data,

Peneliti menelaah kembali seluruh catatan yang diperoleh melalui teknik observasi, wawancara, dokumen-dokumen. Reduksi data adalah kegiatan merangkum data dalam suatu laporan lapangan yang sistematis dan difokuskan pada hal-hal yang inti.

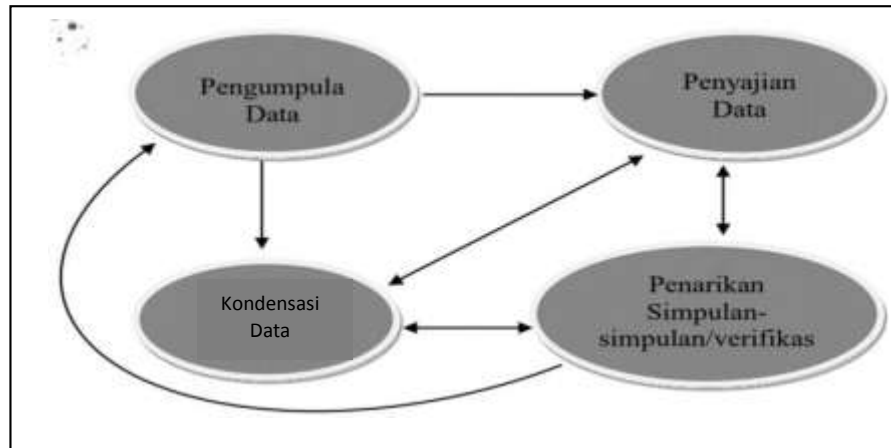
2. Display data,

Yakni merangkum hal-hal pokok dan kemudian disusun dalam bentuk deskripsi yang naratif dan sistematis sehingga dapat memudahkan untuk mencari tema sentral sesuai dengan fokus atau rumusan unsur-unsur dan mempermudah untuk memberi makna.

3. Verifikasi data

Yakni melakukan pencarian makna dari data yang dikumpulkan secara lebih teliti. Hal ini dilakukan dengan memperoleh suatu kesimpulan yang tepat dan akurat. Kegiatan ini dilakukan dengan cara mencari pola, bentuk, tema, hubungan, persamaan dan perbedaan, faktor-faktor yang mempengaruhi dan sebagainya. Hasil kegiatan ini adalah kesimpulan hasil evaluasi secara utuh, menyeluruh dan akurat.

(Rohendi, 2016:12)



Gambar 2.2. Analisis Data Menurut Miles dan Huberman (Sumber: Hardani, S.Pd., MSi, dkk. 2020:174)

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Lokasi Penelitian

1. Sejarah LPK Hideo Gakkou Indonesia

LPK Hideo Gakkou Indonesia adalah Lembaga pelatihan Bahasa asing khususnya bahasa Jepang sekaligus lembaga pembimbingan dan pendampingan untuk program pemagangan dan kerja ke Jepang. Berdiri sejak 19 September 2019 yang bertempat di Desa Siberuk Kecamatan Tulis Kabupaten Batang, Jawa Tengah Indonesia. Kemudian pada tahun 2023 LPK Hideo Gakkou Indonesia pindah tempat di Desa Gebang Kecamatan Gemuh Kabupaten Kendal, dengan pertimbangan mencari lokasi yang lebih ramai dan dekat dengan Lembaga Pendidikan.

LPK Hideo Gakkou Indonesia didirikan oleh 3 orang dimana semuanya adalah eks magang ke Jepang yang sudah memiliki pengalaman dan keahlian pada bidangnya. Sehingga LPK Hideo Gakkou Indonesia merupakan Lembaga yang sangat kompeten baik dari segi bahasa maupun keahlian kerjanya. Karena tujuan kita mendirikan LPK Hideo Gakkou Indonesia adalah untuk mempersiapkan peserta dalam bahasa Jepang maupun keahlian kerja.

LPK Hideo Gakkou Indonesia dalam melayani peserta untuk pengajaran bahasa Jepang dengan sepenuh hati, Profesional dan transparan sesuai dengan visi dan misi LPK Hideo Gakkou Indonesia Sehingga

peserta menjadi pribadi yang cakap, ulet, dan tangguh bersemangat sebagaimana etos kerja orang Jepang.

LPK Hideo Gakkou Indonesia didirikan dan dikelola oleh para eks-pemegang Jepang, yang profesional di bidangnya serta berpengalaman langsung di Jepang sebagai Trainer, sehingga akan membimbing peserta pelatihan bahasa Jepang dan budaya Jepang sesuai kondisi di Jepang.

2. Visi Dan Misi LPK Hideo Gakkou Indonesia

Visi LPK Hideo Gakkou Indonesia adalah “Menjadi lembaga pendidikan bahasa Jepang yang terpercaya, profesional, transparan dan unggul dalam mencetak generasi muda Indonesia yang berkarakter, disiplin dan beretos kerja Jepang” Adapun misinya adalah:

- a. Meningkatkan kualitas SDM agar menjadi pemegang yang berkompetensi tinggi
- b. Membangun karakter calon pemegang yang percaya diri, mandiri, dan berdisiplin
- c. Melakukan hubungan kerjasama dengan pemerintah maupun swasta untuk program IM Japan sebagaimana dari program Kemenaker RI maupun program swasta (SO) Sending Organization.

Tujuan LPK Hideo Gakkou Indonesia:

- a. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang program magang dan kerja ke Jepang
- b. Memberikan Pelatihan Bahasa Asing Khususnya bahasa Jepang

- c. Memberikan pelatihan Kerja sesuai dengan Kebutuhan perusahaan Jepang

3. Kepengurusan LPK Hideo Gakkou Indonesia

Tabel 4.1. Kepengurusan LPK Hideo Gakkou Indonesia

No	Nama Instruktur	Jabatan	AGAMA	L/P	LULUSAN
1	Khaerudin	Pengawas	Islam	L	SMK
2	Iqbal Fahmi	Pimpinan	Islam	L	SMK
3	Achmad Erfan Eri	Sekretaris	Islam	L	SMK
4	Satrio Widi Utomo	Bendahara	Islam	L	SMK

Tabel 4.2. Instruktur LPK Hideo Gakkou Indonesia

No	Nama Instruktur	Jabatan	Agama	L/p	Lulusan
1	Khaerudin	Instruktur 1	Islam	L	SMK
2	Iqbal Fahmi	Instruktur 2	Islam	L	SMK
3	Satrio Widi Utomo	Instruktur 3	Islam	L	SMK
4	Dina Agustina	Administrasi	Islam	P	SMK

Sumber: LPK Hideo Gakkou Indonesia

Adapun tugas bagian masing masing dijelaskan dibawah ini:

a. Direktur atau pimpinan

Direktur merupakan seseorang yang mengoordinasikan, mengawasi serta memimpin manajemen Perseroan dan memastikan semua kegiatan usaha Perseroan dijalankan sesuai dengan visi, misi dan nilai Perseroan. Pada LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang dipimpin oleh Iqbal Fahmi yang juga merupakan pelaksana utama dalam kegiatan komunikasi pemasaran yang mengawasi setiap dari aspek-aspek komunikasi pemasaran.

b. Sekertaris/Staf dokumen

Staff Pengurusan Dokumen bertugas untuk mengelola setiap dokumen perusahaan dan dokumen siswa dalam proses pembelajaran atau penerbangan siswa. Selain itu, Achmad Erfan Eri sebagai Staff Pengurusan Dokumen juga berperan sebagai admin perusahaan yang ikut serta membantu dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran, terutama pada aspek promosi melalui media sosial, yakni Facebook, Whatsapp dan Instagram. Dan juga secara suka rela pada aspek personal selling dan word of mouth.

c. Bendahara

Bendahara bertugas untuk membantu pengelolaan keuangan. Namun, Satrio Widi Utomo sebagai bendahara tidak menyusun anggaran khusus dalam kegiatan promosinya. Namun memiliki peran dalam memasarkan lembaga pada aspek personal selling dan word of mouth secara suka rela.

d. Instruktur

Instruktur atau Sensei merupakan pengajar yang menyampaikan materi belajar bahasa pada lembaga tersebut yang juga memiliki peran sebagai pelaksana kegiatan komunikasi pemasaran khususnya pada bauran pemasaran aspek produk, yaitu berkaitan dengan pelayanan pembelajaran yang diberikan kepada para siswa. Selain itu, para Instruktur juga berperan dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran pada bauran promosi aspek personal selling, dan Word of Mouth yang

mempromosikan Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang.

Kepengurusan di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang terus bekerja sesuai dengan tupoksinya untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat. Kepengurusan ini dibentuk dalam masa kerja 5 tahun.

4. Program Pelatihan yang tersedia di LPK Hideo Gakkou Indonesia

Program Pelatihan yang tersedia di LPK Hideo Gakkou Indonesia ada beberapa tahapan diantaranya adalah:

a. Program Kerja Tokutei Ginou atau Specified Skill Worker (SSW)

Program ini merupakan hasil dari kebijakan baru pemerintahan Jepang terkait status visa atau ijin tinggal bagi warga negara asing di Jepang. Pemegang visa SSW ini dapat bekerja di perusahaan Jepang dengan hak dan kewajiban yang sama dengan pekerja Jepang.

Pada program ini pemerintah Jepang bekerja sama dengan Indonesia dengan menyediakan beberapa bidang pekerjaan Tokutei Ginou, seperti keperawatan, pengolahan pembersihan gedung, pengolahan makanan, restoran, pertanian, industri konstruksi, industri komponen mesin dan peralatan, industri perhotelan, perikanan dan budi daya perairan, industri penerbangan, industri kelistrikan elektronik dan informasi, dan pembuatan kapal dan mesin kapal.

Namun di LPK Hideo Gakkou Indonesia hanya menyediakan enam bidang saja, yaitu keperawatan, pengolahan makanan, pengolahan

pembersihan gedung, restoran, dan pertanian. Keuntungan dari program Tokutei Ginou yaitu sebagai berikut 1) Standar gaji yang sama dengan orang Jepang. 2) Mendapatkan hak-hak yang sama dengan orang Jepang, seperti tunjangan, cuti dan sebagainya. 3) Jam kerja lembur disesuaikan dengan pekerja Jepang. 4) Menerima beragam bantuan (dukungan) dari perusahaan. 5) Asuransi kerja dapat dicairkan setelah masa kerja berakhir dan pulang ke Indonesia. 6) Apartemen atau tempat tinggal yang nyaman. 7) Visa Tokutei Ginou (bukan visa magang melainkan visa kerja). 8) Dapat membawa keluarga setelah menyelesaikan Tokutei Ginou tahap 1 (satu) dengan kurun waktu 5 (lima) tahun dan lolos Test Tokutei Ginou tahap 2 (dua) di Jepang. 9) Bisa pindah perusahaan (dengan bidang pekerjaan yang sama)

b. Sekolah bahasa Jepang atau Nihonggo Gakkou

Program ini menyalurkan masyarakat yang memilih belajar bahasa di Jepang. LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang ini memberikan bekal bagi masyarakat yang memilih program tersebut dengan berbagai materi pembelajaran beserta pengenalan dan pemahaman mengenai budaya Jepang.

c. Beasiswa Sekolah Keperawatan di Jepang

Program ini diperuntukan bagi masyarakat yang ingin sekolah bidang keperawatan lansia di Jepang. Mengingat bahwa tingginya populasi lansia di Jepang menimbulkan kebutuhan akan perawat lansia pula. Sehingga hal ini membuat pemerintah Jepang membuka beasiswa

sekolah perawat di Jepang untuk pelajarpelajar dari luar Jepang karena keterbatasan sumber daya manusia di Jepang sendiri yang tidak dapat memenuhi kebutuhan ini

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Bisnis LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang

Setiap perusahaan, lembaga atau organisasi tidak akan terlepas dari proses komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan aspek penting dalam membangun hubungan dan citra suatu lembaga atau perusahaan. Melalui komunikasi pemasaran tersebut apa yang menjadi target suatu perusahaan dapat tercapai. Hal inilah yang dilakukan oleh Lembaga LPK Hideo Gakkou Indonesia dalam upaya menarik minat targetnya, yaitu calon siswa. Masalah yang penulis teliti di sini adalah deskripsi mengenai bentuk strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Lembaga Pelatihan Kerja LPK Hideo Gakkou Indonesia dalam menarik minat calon siswanya melalui implementasi strategi kombinasi pemasaran, kombinasi promosi, dan komunikasi Word of Mouth.

Sesuai dengan strategi bisnis yang diterapkan bahwa dalam hal upaya pemenangan bisnis, strategi yang dijalankan suatu perusahaan agar dapat berhasil, harus memenuhi kriteria:

- a. Strategi harus pas dan dapat sesuai dengan keadaan yang dihadapi

- b. Strategi dapat menghasilkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, dengan menekankan pada kinerja yang hebat atau luar biasa sepanjang masa
- c. Strategi dapat menghasilkan kinerja keuangan yang baik, sehingga akhirnya dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang ulung dan unggul.

Sehingga LPK Hideo Gakkou dalam menentukan keberhasilan lembaga selalu bermusyawarah untuk merencanakan langkah – langkah apa saja yang akan di lakukan dalam hal ini Lpk Hideo Gakkou menyusun beberapa yang akan dilakukan yaitu :

a. Kombinasi Pemasaran

Kombinasi pemasaran merupakan kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen. pemasaran merupakan salah satu fungsi manajemen menurut (Edison, 2016:58), yaitu dasar pemikiran untuk tujuan dan persiapan langkah-langkah yang digunakan untuk mencapainya.

Kombinasi pemasaran di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang diantaranya adalah 1. product (produk) 2. price (harga) 3. place (tempat) 4. promotion (promosi) 5. people (orang) 6. process (proses) dijelaskan sebagai berikut:

1) Produk

Dalam merumuskan produk pada kegiatan rapat internal melibatkan orang-orang pada struktur pengurus lembaga tersebut baik

dihadiri oleh Direktur, Staff, maupun Instruktur. Namun secara khusus aspek produk tersebut dilaksanakan oleh Instruktur atau Sensei karena berdampingan langsung dengan siswa pada proses pembelajarannya. Produk yang ditawarkan oleh LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang merupakan semua program pelatihan yang tersedia di lembaga tersebut.

Produk yang ditawarkan adalah sekolah bahasa jepang:

Program ini menyalurkan masyarakat yang memilih untuk belajar bahasa di Jepang. Siswa lulusan dari Lembaga Pelatihan Kerja LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang akan masuk sebagai pekerja magang maupun Pekerja ahli di Jepang dengan visa Training maupun SSW bekerja di Jepang kurang lebih tiga sampai lima tahun sesuai dengan ketentuan program yang dipilih. (W.Instruktur1/10/Mei/2024)

Fasililitas utama yang diberikan oleh Lembaga Pelatihan Kerja LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang pada program ini yaitu pembelajaran bahasa selama minimal enam bulan. Sistem pembelajaran yang diterapkan yaitu dengan adanya ujian materi per-bab. Jadi ada sistem lulus dan tidak lulus, yaitu siswa akan dikelompokkan per-kelas sesuai dengan kemampuan. Jika siswa dinyatakan belum lulus ujian per-bab, maka akan dikelompokkan dengan siswa lainnya yang juga sama-sama belum lulus, yaitu mulai dari yang terendah, yakni kelas D. Bagi siswa yang lulus maka akan dikelompokkan ke tingkat kelas berikutnya yaitu masuk ke C, B hingga kelas kelas A.

Dengan adanya sistem seperti itu pihak lembaga berupaya untuk memudahkan proses pembelajaran. Hal ini seperti yang disampaikan oleh informan, yaitu:

Kegiatan kami untuk semua program khusus materi bahasa itu minimal enam bulan dengan adanya sistem ujian per-bab. Jadi ada sistem naik kelas, untuk siswa yang lulus ujian akan dikelompokkan ke kelas di atasnya dari yang terendah di kelas D sampai yang teratas yaitu A. Hal ini merupakan pengelompokkan siswa untuk memudahkan proses belajar agar siswa benar-benar bisa menguasai materi per-bab nya (W.Informan2/12/Mei/2024)

Adanya sistem seperti demikian memungkinkan siswa bisa mengalami proses pembelajaran lebih dari enam bulan. Jadi siswa wajib lulus di setiap bab, jika ada yang belum lulus maka harus mengulang materinya sampai lulus. Hal ini disampaikan oleh informan. Berikut kutipan wawancaranya:

.Di setiap materi bahasa per-bab itu kami ada sistem ujian per-bab. Jadi jika ada siswa yang nilainya dibawah kriteria, ya mereka harus mengulang materi itu (W.Siswa2/20/Mei/2024)

2) Pelayanan Pendidikan

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan informan untuk mengetahui bagaimana strategi lembaga dalam mengupayakan kualitas pelayanan pendidikan di lembaga tersebut. Berikut kutipan wawancaranya:

Kalau dalam kegiatan internal itu, kami ada kegiatan rapat yang biasanya setiap beberapa bulan sekali kami lakukan, apakah metode dan pendukung pembelajaran yang kami terapkan perlu dilanjutkan atau tidak. Apa yang tidak baik kami buang dan cari solusinya, apa yang baik kami lanjutkan. Sehingga harapan kami siswa bisa menerima dan senang dengan pelayanan di sini. Itu yang kami upayakan. Selain itu, saya pribadi selalu menuntut kepada para pengajar untuk memberikan pelayanan yang ramah, itu yang saya inginkan agar menjadi karakter identitas lembaga (W.Siswa1/25/Mei/2024)

Selanjutnya mengenai pelayanan pendidikan, peneliti juga melakukan wawancara dengan Siswa lpk. Berikut kutipan wawancaranya:

Kalau untuk membuat siswa nyaman dan minat dengan pembelajaran di sini itu kami berupaya memberikan fasilitas belajar yang memadai, baik dari materi belajarnya ataupun metode pengajarannya, itu semua demi kualitas lembaga dan siswa itu sendiri. Di sini juga kami menuntut untuk semua siswa bisa saling membantu dalam belajar, jadi jika ada yang kesulitan kami wajibkan untuk membantu sesama. Jadi kami mengusahakan senyaman mungkin dalam kegiatan belajar, kami juga tidak menetapkan peraturan ketat seperti potongan rambut harus pendek dan sebagainya. Kami membebaskan, yang penting siswa nyaman, dan sopan aja (W.Siswa2/20/Mei/2024)

Berkaitan dengan kualitas pelayanan pendidikan, lembaga ini memiliki metode pengajaran yang interaktif, seperti yang disampaikan oleh Anwar Widodo, siswa program Tokutei Ginou (Specified Skilled Worker). Berikut kutipan wawancaranya:

Kualitas pendidikan di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang menurut saya bagus dan terstruktur. Siswa bisa belajar dengan tenang dan nyaman juga sensei nya ketika mengajar tidak kaku, tapi mengajak interaksi siswa untuk memberikan respon-respon. Intinya kalo untuk pelayanan saya merasa puas belajar di sini. Kami dituntut untuk menguasai materi dari awal sampai akhir. Itu bagus dengan sistem ujian per-babnya (W.Instruktur2/12/Mei/2024)

Demikian juga disampaikan oleh Baso Malik, bahwa metode penyampaian materi di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang diberikan dengan santai dan interaktif. Berikut kutipan wawancaranya:

Untuk pelayanan di LPK ini menurut saya bagus dan bertanggung jawab, kegiatan belajarnya itu santai dan interaktif antara sensei dan siswanya, sehingga siswa bisa fokus dengan materi. Saya merasa cukup puas dengan pelayanan di LPK ini (W.Siswa2/20/Mei/2024)

Begitu juga disampaikan oleh Muhammad Muhaimin, siswa program tokutei ginou asal Batang. Berikut kutipan wawancaranya:

Menurut saya LPK ini nggak terlalu ketat tapi konsisten, dalam arti metode pembelajaran yang santai tapi tetap masuk (W.Siswa2/20/Mei/2024)

Berdasarkan data yang dihasilkan, pada pembelajaran materi bahasa, setiap program di lembaga tersebut memiliki kesamaan proses belajar. Setelah itu baru terdapat perbedaan proses pada masing-masing program pelatihan. Berdasarkan hasil wawancara dengan siswa, pada aspek pelayanan pendidikan, Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia menerapkan metode pengajaran yang ramah dan interaktif dengan siswa dan hal ini membuat siswa merasa nyaman dan cukup puas dengan pelayanan pengajaran yang diberikan.

Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan informan bahwa pihak lembaga mengusahakan suasana belajar senyaman mungkin dengan memberikan fasilitas belajar yang memadai, baik dari materi belajarnya ataupun metode pengajarannya demi kualitas lembaga dan siswa itu sendiri. Berdasarkan dokumentasi tersebut, kebanyakan akun Google pada laman komentar menyebutkan bahwa belajar di Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia menyenangkan, nyaman, ramah dan amanah.

3) Harga

Harga merupakan sesuatu yang harus dibayar oleh siswa untuk memperoleh atau mendapatkan produk dari suatu perusahaan. Dalam hal ini harga yang ditetapkan di Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia adalah harga produk yang merupakan semua program

yang ditawarkan kepada siswa di lembaga tersebut. Dalam hal ini, pelaksana bauran pemasaran pada aspek harga secara umum dilakukan oleh semua orang pada struktur kepengurusan perusahaan, yaitu pada rapat internal saat merumuskan strategi harga. Namun secara khusus dalam penetapan harga yakni ditetapkan oleh informan sebagai Direktur perusahaan.

Dalam penetapan metode harga, untuk mengetahui strategi Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang peneliti melakukan wawancara dengan Direktur perusahaan. Berikut kutipan wawancaranya:

Dalam menetapkan harga, kami berprinsip untuk tidak memberikan harga yang tinggi, maksudnya dibanding LPK lain kami dapat dikategorikan lebih murah. Jadi istilahnya ya masih dalam tahap pengembangan dari bawah, kalau langsung tinggi pasti orang akan banyak pertimbangan dan bisa saja memperkecil minat masyarakat terhadap LPK kami. Sementara kita memang termasuk lembaga yang masih baru di sini. Dan sampai saat ini harga yang kami tetapkan masih belum berubah seperti yang kami tetapkan dari dulu (W.Informan1/12/Mei/2024)

Berdasarkan wawancara tersebut, Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang dalam menetapkan harga berprinsip untuk tidak memberikan harga yang tinggi dan cenderung lebih murah agar dapat terjangkau bagi peminatnya. Berdasarkan data tersebut, maka metode penetapan harga di Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang dapat dikategorikan sebagai metode penetration pricing, karena menetapkan harga yang cenderung rendah untuk memperoleh minat dari masyarakat. Hal ini juga merupakan upaya

lembaga untuk mencapai skala ekonomis di masa pengembangan awal lembaga.

wawancara tersebut, Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang dalam menetapkan harga cenderung rendah untuk memperoleh minat dari masyarakat yang hal ini juga merupakan upaya lembaga untuk mencapai skala ekonomis di masa pengembangan awal lembaga.

Kami menetapkan harga juga tentu bertujuan untuk menjaga peluang minatnya masyarakat dan citra kami sendiri. Jika siswa nyaman atau masyarakat senang, syukursyukur mereka puas dengan keberadaan dan pelayanan di LPK kami, maka kami pun akan lebih merasakan senang. Karena pesan dan kesan yang baik dari lulusan LPK ini kan bisa saja ya mas, syukur kalau mereka akan membagikan informasi LPK ini ke teman-teman atau keluarga terdekatnya. Sehingga LPK kami akan lebih dikenal lagi oleh masyarakat (W.Informan3/20/Mei/2024)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ami Ikenaga sebagai Direktur perusahaan, Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang dalam menetapkan harga berupaya untuk menjaga peluang minat masyarakat dan citra perusahaannya.

Semua program di Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang memulai dengan kegiatan belajar materi bahasa dalam intensif enam bulan dengan biaya sebesar Rp1.000.000,00 (Satu Juta Rupiah) per-bulan. Jika proses belajar melebihi enam bulan yang disebabkan karena siswa tidak lulus ujian bab berkali-kali atau mungkin siswa secara sengaja ingin mengulang materi tersebut, maka biaya

selanjutnya dipotong setengahnya, yaitu Rp500.000,00 (Lima Ratus Ribu Rupiah). Hal ini seperti yang disampaikan informan dalam wawancara:

Untuk harga pendaftaran itu 400rb, kalo harga pendidikan itu semua program intensif enam bulan dengan harga satu juta perbulannya, itu untuk pembelajaran bahasanya. Di setiap materi bahasa per-bab itu kami ada sistem ujian mingguan per-bab. Jadi jika ada siswa yang nilainya dibawah kriteria, ya mereka harus mengulang materi itu. Istilah jawanya ya “nunggak”. Jadi biaya itu ya dibayar perbulan 1 juta. Jika mungkin melebihi 6 bulan itu kami sistemnya potong harga lima puluh persen perbulannya. Atau kalau ada yang sudah 6 bulan tapi ketika ujian sertifikat level bahasa tidak lulus, maka keputusan selanjutnya itu terserah siswa, apakah ingin belajar sendiri dengan gratis karena materinya sudah kami berikan sebelumnya, jadi mereka tinggal mengulang saja, atau mereka justru ingin belajar dan mengulang di sini lagi ya silahkan, nanti perbulan biayanya kami potong lima puluh persen (W.Informan1/12/Mei/2024)

Terkait dengan strategi harga yang ditetapkan oleh Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang berdasarkan hasil wawancara dengan Yudi Prayogo adalah sebagai berikut:

Untuk ini kalau di harga sekolah dan biaya di setiap LPK hampir relatif sama, memang agak sedikit lebih murah kalau di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang, tetapi kalau dari harga hampir relatif sama cuman yang saat pertama saya cari itu adalah tentang latar belakang apakah LPK itu aman dan amanah (W.Instruktur2/12/Mei/2024)

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa penerapan harga yang ditetapkan oleh Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang tergolong terjangkau dan cenderung lebih murah, namun perbedaannya dengan lembaga lain tidak terlalu signifikan, dan pada penerapan strategi harga bulanan tersebut dapat meringankan siswa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan siswa menunjukkan bahwa meskipun strategi yang ditetapkan pihak lembaga dapat dikategorikan

lebih murah, tetapi faktor harga tersebut bukan menjadi pertimbangan utama, namun hanya sebagai faktor pendukung dalam menambah faktor minat para siswa.

4) Tempat

Tempat atau distribusi fisik merupakan lokasi yang perlu dipertimbangkan sebagai saluran dalam memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa atau sebagai daya tarik para pelanggan atau konsumen. Hal-hal yang dipertimbangkan tersebut dalam pemasaran jasa meliputi bagaimana akses menuju lokasi, keamanan, kebersihan serta segala fasilitas dan sarana pendukung lainnya yang tersedia untuk mendukung hal-hal yang positif. Pada pelaksanaan bauran pemasaran dalam pengelola aspek produk ini dilakukan oleh Direktur perusahaan sendiri terkait sarana dan prasarana dalam mendukung kegiatan siswa. Namun tidak menutup kemungkinan juga bahwa hal tersebut bisa dikarenakan adanya keterlibatan saran-saran dari semua pengurus pada saat rapat internal.

Pada penerapan kombinasi pemasaran pada aspek tempat, peneliti melakukan wawancara dengan Achmad Erfan Eri sebagai sekretaris atau staff pengurus dokumen yang juga berperan admin di Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang untuk mengetahui bagaimana kegiatan di lembaga tersebut. Berikut kutipan wawancaranya:

Kegiatan kami itu ada kegiatan biasa harian, terus mingguan dan ada juga kegiatan khusus. Kegiatan harian itu kami ada dua sesi, sesi pagi dari jam 8 sampai 12 siang. Untuk sore dari jam 1 sampai jam 5 sore. Kegiatan mingguan ada bersih-bersih dilakukan di area

LPK saja, olahraga biasanya kami kalau tidak futsal ya badminton. Kalau kegiatan khusus itu ada kelas wawancara dan kelas N3 (W.Informan3/20/Mei/2024)

Berdasarkan data wawancara tersebut, Pelaksanaan kegiatan belajar di Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang yaitu dilaksanakan setiap hari Senin sampai Jum'at dengan dua sesi, yaitu sesi pertama dimulai dari pukul 08.00 WIB sampai 12.00 WIB dan sesi selanjutnya pada pukul 13.00 WIB sampai 17.00 WIB. Kemudian pada hari Sabtu, pihak lembaga mengadakan bersih-bersih bersama dan dilanjutkan dengan olahraga seperti futsal atau badminton.

Lokasi merupakan tempat yang disediakan untuk pelayanan kepada konsumen. Pada aspek lokasi meliputi strategi terkait bagaimana fasilitas-fasilitas yang disediakan untuk menunjang kegiatan siswa, yaitu seperti sarana prasarana dan fasilitas penunjang siswa lainnya. Dalam hal ini Peneliti melakukan wawancara dengan informan berikut kutipan wawancaranya:

“kami memberikan dua modul untuk belajar, untuk hal-hal lain yang menunjang proses pembelajaran, tempat kami memiliki akses yang mudah karena terletak di samping jalan raya, ada 3 ruang kelas ber AC yang nyaman, Free Wifi, ruang membaca, lahan parkir, asrama gratis untuk siswa luar kota (W.Instruktur2/12/Mei/2024)

Pada aspek lokasi terkait fasilitas keamanan, penulis melakukan wawancara dengan Joni Wartoyo, kutipan wawancaranya yaitu sebagai berikut:

Tidak ada keamanan khusus, paling ya oleh salah satu sensei di sini, karena ada yang nginep di sini, paling tambahan CCTV di halaman parkir, halaman samping, dan halaman depan asrama.

Kalo untuk keamanan asrama itu selalu kami pantau, kami batasi maksimal jam 9 malam mereka harus sudah ada di asrama. Biar kondusif dan mereka tidak keluar-keluar malam yang tidak jelas (W.Informan3/20/Mei/2024)

b. Kombinasi promosi

Menentukan promosi merupakan salah satu tahap dalam upaya mengkomunikasikan promosi yang efektif yaitu melalui periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Dalam merencanakan promosi LPK Hideo Gakkou melakukan langkah – langkah yang sangat efisien untuk menarik minat siswa. Langkah awal yang dilakukan adalah melihat sejauh mana siswa yang masuk ke Lpk Hideo gakkou ini, Sebagian banyak mereka mengetahui Lpk Hideo Gakkou dari media sosial, sosialisasi lpk kesekolah – sekolah, banner yang terpasang di jalan – jalan dan beberapa orang yang ikut mensosialisasikan lembaga kami. Sehingga kami memutuskan untuk menggunakan media tersebut sebagai salah satu promosi lembaga yang efisien. yang termasuk dalam elemen-elemen promosi adalah sebagai berikut:

1) Advertising (Periklanan)

Periklanan merupakan upaya pemasar untuk menginformasikan produknya sebagai salah satu sarana untuk membujuk atau mempengaruhi seseorang, menyampaikan pesan, dan upaya untuk mendapatkan perhatian dari khakayak atau calon konsumen. Kegiatan periklanan ini dilaksanakan oleh Direktur perusahaan dan juga oleh pengelolaan Staff pengurusan dokumen yang juga berperan sebagai admin perusahaan dalam aktivitas periklanan, terutama pada aktivitas media social. Mengenai iklan yang

dipilih oleh LPK Hideo Gakkou Indonesia berdasarkan wawancara dengan informan yaitu sebagai berikut:

Kalau cerita awalnya itu, kami dulu pernah menggunakan Facebook Ads, Instagram Ads kaya gitu mas, tapi sekarang kami sudah ngga make lagi, karena terbatas waktu tayangnya, jadi kami rasa kurang efektif. Begitu juga dengan pemasangan banner di depan LPK dan beberapa tempat di pinggir jalan, itu kami rasa juga kurang berpengaruh. Sampai sekarang akhirnya kami memilih media iklan untuk promosi yang menurut kami paling efektif saja mas. Untuk yang lebih murah dan efisien itu malah di media sosial mas, sekedar posting-posting grupgrup khusus peminat dunia Jepang di Facebook atau kami juga harus update terkait informasi kalo ada yang lagi nyari LPK di Facebook, itu kami tawarkan di postingannya. Terus share lewat WhatsApp, dan Instagram seperti itu. Setelah kami amati, ternyata memang lebih efektif promosinya melalui media sosial. Karena penyebaran informasinya akan langsung mengenai sasaran potensial (W.Informan1/12/Mei/2024)

Dalam kegiatan periklanan melalui Instagram Ads melibatkan pengaruh yang dirasakan oleh siswa dari kabupetan Batang yang pada akhirnya merasa minat karena mengetahui informasi Lembaga Pelatihan Kerja LPK Hideo Gakkou Indonesia dari Instagram Ads. Berikut kutipan wawancaranya:

Aku sih karena banyak melakukan sosial media di Instagram, jadi ya di Instagram. Awalnya sih saya cari-cari Tokutei Ginou, sampai saya ketemu beberapa LPK yang menyediakan program beasiswa sekolah keperawatan. Dan saya lebih berminat di sini. Awalnya si, pas saya searching-searching LPK yang memberangkatkan ke Jepang, salah satu yang saya temukan ya LPK LPK Hideo Gakkou Indonesia, dia malah muncul diberanda dalam iklan-iklan Instagram seperti itu, dia menawarkan salah satu yang unik yang saya lihat, yang di beberapa LPK yang saya liat programnya itu ada program khusus beasiswa sekolah keperawatan. Nah dari situ saya tertarik dengan program tersebut (W.Siswa1/25/Mei/2024)

Terkait dengan aktivitas promosi di media sosial Facebook, Hal ini juga dirasakan dampaknya oleh Yudi Prayogo, siswa asal Batang yang

pernah memposting di grup Facebook tentang keadaannya terkait rasa keinginannya untuk bekerja di Jepang. Berikut kutipan wawancaranya:

Waktu itu bukan LPK Hideo Gakkou Indonesia yang memposting, tapi saya yang memposting sebuah status di grup pencari kerja Jepang, saya memposting tentang keadaan diri dan minat saya untuk bekerja di Jepang. Di situ banyak LPK lain yang mempromosikan diri mereka yang menurut saya agak berlebihan dengan menyebutkan nominal angka-angka segini “pasti berangkat”, tetapi justru hal itu malah membuat saya tidak percaya, tetapi LPK Hideo Gakkou Indonesia mempromosikannya dengan hanya menawarkan dirinya kalau dia ada sekolah bahasa Jepang dan bisa memproses untuk bekerja ke Jepang. Jika berminat silahkan tanyatanya dan konsultasi terlebih dahulu, nah jadi itu membuat saya yakin (W.Siswa2/20/Mei/2024)

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Direktur perusahaan, media iklan yang pernah digunakan oleh Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia adalah sebagai berikut:

a) Facebook Ads dan Instagram Ads

Facebook Ads adalah singkatan dari Facebook Advertising yang merupakan fitur berbayar facebook untuk mengiklankan postingan di sebuah akun. Facebook Ads tidak hanya sekedar iklan yang lewat di setiap timeline pengguna Facebook. Facebook Ads memiliki pengaturan target yang dapat diatur sesuai dengan target pasar pengiklan. Sama seperti Facebook Ads, Instagram Ads adalah singkatan dari Instagram Advertising yang merupakan fitur berbayar Instagram untuk mengiklankan postingan di sebuah akun.

Berdasarkan hasil dalam wawancara, kegiatan periklanan melalui fitur Ads yang disediakan oleh media sosial tersebut memang terbatas waktu tayangnya, tetapi itupun sebenarnya sesuai dengan

kesepakatan yang dibayar atukah per-hari atau per-pekan, jika ingin memasang iklan pada hari atau pekan selanjutnya maka pemasar harus membayar anggaran iklan kembali. Selain itu, iklan tersebut juga sebenarnya dapat menjangkau khalayak potensial. Hal ini merujuk pada hasil wawancara dengan informan yang mengatakan bahwa

Saya merasa minat karena berawal mengetahui informasi Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang dari tayangan Instagram Ads yang kemudian berlanjut pada komunikasi langsung dengan pihak lembaga (W.Siswa1/25/Mei/2024)

b) Banner

Banner adalah media promosi yang berisi pesan untuk mengenalkan atau menawarkan suatu produk. Pada Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang pemasangan banner ditempatkan pada pinggir jalan raya dan di depan toko. Namun berdasarkan wawancara dengan Direktur perusahaan, saat ini mereka sudah tidak lagi menggunakan lagi karena menurutnya tidak efektif. Berikut adalah dokumentasi dari penggunaan banner yang pernah dilakukan pihak lembaga.

c) Aktivitas media social

Aktivitas media sosial yang dijadikan sebagai media iklan pada Lembaga Pelatihan Kerja LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang yaitu menggunakan akun Facebook, WhatsApps dan Instagram dengan melalui postingan tentang pembukaan kelas siswa baru di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang. Namun di instagram hanya

memposting informasi pembukaan pendaftaran di berandanya saja, sedangkan di WhatsApps hanya melalui postingan di laman Story saja. Berbeda dengan di Facebook dan WhatsApps, lembaga tersebut lebih memprioritaskan postingan di grup-grup facebook yang terkait dengan seputar informasi kerja di Jepang, jadi sasaran yang dituju adalah target potensial sehingga menurutnya lebih efektif.

Selain memposting di grup tersebut, pihak lembaga juga terbuka untuk memperhatikan keadaan grup ketika ada seseorang yang mencari informasi tentang lembaga pelatihan kerja. Dalam keadaan seperti itu, pihak lembaga menawarkan jasanya kepada orang-orang yang mencari lembaga pelatihan kerja tersebut melalui kolom komentar yang kemudian dapat berlanjut pada komunikasi langsung dengan pihak perusahaan (W.Informan2/12/Mei/2024)

Hal tersebut seperti yang terjadi pada siswa asal Batang, yaitu Yudi Prayogo yang berawal dari dirinya yang memposting di grup Facebook tentang keadaannya terkait rasa keinginannya untuk bekerja di Jepang. Kemudian pada postingannya dikomentari oleh akun LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang yang pada akhirnya membuat Yudi Prayogo percaya dan berminat untuk belajar di lembaga tersebut.

Dari berbagai media yang digunakan dalam kegiatan beriklan, LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang yang pada awalnya menggunakan iklan melalui pemasangan banner di beberapa tempat dan juga menggunakan iklan di media sosial, yaitu melalui Facebook Ads dan Instagram Ads. Saat ini lembaga tersebut lebih memilih menggunakan postingan di media sosial saja melalui postingan dan memperhatikan keadaan di grup Facebook yang menurutnya lebih efektif karena dapat menjangkau sasaran potensial.

2) Personal selling (Penjualan pribadi)

Personal selling merupakan komunikasi langsung berupa tatap muka antara penjual dan pembeli atau pengiklan dan konsumen terkait pengenalan dan pembentukan pemahaman terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Pada lembaga tersebut pelaksanaan kegiatan komunikasi langsung berupa tatap muka dilakukan oleh semua orang dalam struktural pegurusan lembaga. Mulai dari Direktur, Staff, Bendahara, dan juga semua Instruktur atau Sensei di Lembaga tersebut.

Dalam hal ini, untuk mengetahui aspek bauran promosi terkait personal selling peneliti melakukan wawancara dengan Direktur perusahaan, berikut kutipan wawancaranya:

Kalau untuk itu sebenarnya tidak dikonsep, tapi dari pihak kami semua berkontribusi mas. Lebih ke sukarela sebenarnya, karena memang tidak ada bidang khusus untuk promosi seperti itu. Tatap muka paling ya melalui segenap pekerja di sini. Mereka menginformasikan lembaga ini kepada keluarga atau siapapun di lingkungan terdekatnya yang tertarik untuk pergi ke Jepang. Sehingga para calon siswa dapat terbangun minatnya untuk percaya dengan LPK kami ini (W.Informan1/12/Mei/2024)

Berdasarkan wawancara tersebut, terlihat bahwa LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang tidak ada strategi khusus dalam kegiatan komunikasi tatap muka. Namun ada kegiatan tatap muka yang melibatkan semua pihak di lembaga, yaitu dipraktikan secara suka rela oleh semua pekerja di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang yang memberikan informasi kepada teman, kerabat atau keluarga di lingkungan terdekatnya.

3) Sales promotion (Promosi penjualan)

Sales Promotion merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan agar terlihat lebih menarik di mata khalayak sehingga akan diburu konsumen dengan lebih cepat. Pada aspek ini, pelaksana dan pengelola utama pada sales promotion adalah pimpinan sendiri. Namun aspek tersebut juga dapat melibatkan semua pengurus pada rapat internal yang dihadiri oleh Pimpinan, Staff, Bendahara, dan Instruktur dalam membahas mengenai strategi yang menarik bagi para siswa. Dalam hal ini, untuk mengetahui bauran promosi pada aspek sales promotion peneliti melakukan wawancara dengan Direktur perusahaan, berikut kutipan wawancaranya:

Untuk promosi sebagai daya tarik siswa itu kami menawarkan fasilitas yang kami punya, seperti fasilitas ruang kelas yang nyaman, asrama gratis bagi siswa/siswi luar Kota. Kami juga memberikan metode pembayaran dengan biaya yang dibayarkan perbulan, sehingga siswa yang berhenti di tengah jalan hanya cukup membayar selama dia belajar saja. Itu kami rasa agar sedikit tidak memberatkan. Kemudian untuk program beasiswa sekolah keperawatan kami menyediakan kelas bahasa level N3 (W.Informan2/12/Mei/2024)

Peneliti juga mendapatkan hasil dari wawancara yang disampaikan oleh informan, berikut kutipan wawancaranya:

Uniknya di LPK ini menyediakan kelas bahasa level N3 untuk yang ikut program beasiswa keperawatan ini. Nah dari situ saya coba tanyanya ke setiap LPK yang mengadakan program beasiswa itu, yang lain tidak menyediakan kelas tersebut (N3). Sementara di LPK ini memfasilitasi.”

Selanjutnya disampaikan juga oleh salah satu instruktur di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang bahwa:

Ya, di LPK TGP itu ada promosi seperti jumlah siswa yang dibatasi agar tidak terlalu banyak, sehingga memicu keributan di kelas,

sehingga siswa bisa belajar dengan tenang. Dan yang lain-lain tu difasilitasi dengan asrama gratis untuk siswa-siswa yang jauh. Asrama tersebut gratis sampai siswa bisa berangkat ke Jepang (W.Instruktur1/10/Mei/2024)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak lembaga, promosi yang ditawarkan oleh LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang sebagai kiat perusahaan dalam memberikan nilai tambahan sebagai daya tarik siswa diantaranya adalah dengan adanya asrama gratis, biaya yang dicicil perbulan dan adanya kelas bahasa N3 untuk program beasiswa sekolah keperawatan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan siswa, pada promosi tersebut dapat memberikan nilai tambahan yang dapat mendukung rasa minat siswa kepada lembaga tersebut. Tersedianya asrama gratis dapat menjadi pertimbangan bagi siswa yang di luar Kota. Sedangkan pada metode biaya yang dapat dicicil perbulan, hal tersebut dapat menjadi suatu keringanan untuk siswa. Sedangkan pada tersedianya kelas N3, hal tersebut menjadi pertimbangan bagi siswa program sekolah beasiswa karena kualifikasi kemampuan bahasa level N3 menjadi syarat dalam bidang perawatan lansia

4) *Public relations* (Hubungan masyarakat)

Hubungan masyarakat merupakan kegiatan di mana perusahaan tidak hanya berhubungan dengan pelanggan tetapi juga berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar. Dalam hal ini bisa dilakukan dengan melakukan kegiatan melibatkan publik yang ditujukan untuk menjaga citra perusahaan. Tugas dari humas adalah untuk membentuk, memelihara, atau mengubah sikap perilaku publik terhadap perusahaan.

Pada aspek ini, LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang tidak ada bidang public relations dan tidak ada pula kegiatan promosi yang melibatkan ranah publik. Kegiatan komunikasi dengan pihak lain hanya sekedar berkomunikasi dengan pihak tertentu untuk kepentingan yang bukan dalam ranah tujuan promosi kepada target pasar.

Dalam hal ini untuk mengetahui bagaimana bauran promosi pada aspek public relations, peneliti melakukan wawancara dengan Direktur perusahaan. Berikut kutipan wawancaranya:

Kalo untuk kegiatan kehumasan kami belum ada mas. Kami pun juga belum ada untuk bidang humas ini, kami bahkan belum terpikirkan. Kalo untuk komunikasi dengan pihak lain sih masih saya sendiri yang pegang, jadi memang selama saya masih mampu untuk dikerjakan sendiri ya saya rasa belum perlu untuk bidang kehumasan. Pun demikian untuk kegiatan pemasarannya, itu saya yang mengelola, atau kalau saya sibuk juga admin media sosial juga dipegang sama mas Joni. Kalau untuk kehumasan kaitanya dengan promosi belum kami pikirkan, kalau saat ini bahkan kami aja membatasi kuota siswa per-pendaftarannya. Jadi kami rasa memang belum perlu untuk kegiatan seperti itu (W.Informan1/12/Mei/2024)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang tidak ada bidang khusus mengenai Public Relations sehingga tidak ada kegiatan yang secara massif melibatkan masyarakat untuk tujuan promosinya.

Ditrektur LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang menyampaikan bahwa pihak lembaga dalam tujuan promosinya masih belum terlalu memerlukan bidang humas karena beliau beranggapan bahwa pihak lembaga bahkan membatasi kuota pendaftarannya. Sedangkan hal-hal terkait komunikasi dengan pihak lain menurutnya hal tersebut masih bisa dikelola

sendiri dan hanya dibantu oleh Staff pengurus dokumen yang juga berperan sebagai admin. Jadi aktivitas yang bertujuan untuk membangun citra perusahaan dalam kegiatan promosi yang melibatkan masyarakat masih belum diperlukan.

5) *Direct marketing* (Pemasaran langsung)

Pemasaran langsung merupakan hubungan langsung dengan pelanggan yang menjadi target dengan tujuan mendapatkan tanggapan sesegera mungkin dan hal ini dapat menciptakan hubungan baik dengan konsumen. Seperti memanfaatkan penggunaan surat, telepon, email atau internet untuk berkomunikasi secara langsung.

Dalam Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang pada aspek pemasaran langsung dilaksanakan oleh Direktur dan Staff Pengurusan Dokumen yang juga berperan sebagai admin media sosial lembaga melalui media elektronik handphone dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Whatsapp, dan Instagram maupun sosialisasi kesekolah – sekolah.

Dalam hal ini terkait dengan promosi pada aspek pemasaran langsung, berikut disampaikan oleh informan pada saat wawancara:

Komunikasi langsung yang kami lakukan biasanya melalui media sosial atau whatsApps langsung mas. Karena kan memang di setiap postingan kami menyertakan Contact Person yang bisa dihubungi. Jadi komunikasi secara langsung bisa saja didahului oleh peminat, atau juga bisa kami dahulu yang menghubungi mereka ketika di postingan ada yang sedang mencari lembaga pelatihan, dari situ kami menawarkan, kemudian biasanya kalo dia minat ya bisa lanjut ke pesan pribadi mas. Biasanya pasti banyak yang bertanya-tanya terkait apa yang mereka belum ketahui detailnya, maka kami terbuka untuk memberitahukannya (W.Informan2/12/Mei/2024)

Implementasi pemasaran langsung dialami oleh beberapa siswa terutama yang terbatas jarak dari lokasi LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang siswa tersebut berkomunikasi langsung untuk menanyakan rincian proses pelatihan di lembaga tersebut. Sebagaimana dialami oleh siswa yang berasal dari luar pulau Jawa.

Berikut yang disampaikan informan pada saat wawancara:

Awalnya lewat postingan di instagramnya, kemudian di situ terdapat nomer WA dari owner nya. Kemudian coba saya hubungi, Alhamdulillah ownernya terbuka. Jadi memberikan kayak saran-saran dan lain-lain, kamu dapat melakukan ini, kalo kamu minat ini seperti ini. Sementara di beberapa LPK lain itu ownernya agak cuek. Kalo di sini Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang ownernya terbuka dalam memberikan masukan (W.Siswa2/20/Mei/2024)

Demikian juga disampaikan oleh informan yang lain, berikut kutipan wawancaranya:

Dengan promosi yang tidak mempromosikan dirinya berlebihan saya menjadi tertarik dan mencari tau di sosial media Dengan promosi yang tidak mempromosikan dirinya berlebihan saya menjadi tertarik dan mencari tau di sosial media dan berkonsultasi langsung tentang proses dan cara bekerja. Mereka menjelaskan secara detail proses hingga data apa saja yang diperlukan. Dan kemudian saya menjadi benar-benar yakin untuk belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang. Mereka menjelaskan secara detail proses hingga data apa saja yang diperlukan. Dan kemudian saya menjadi benar-benar yakin untuk belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang (W.Siswa1/25/Mei/2024)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang menggunakan komunikasi langsung dengan konsumen (siswa) yaitu melalui pesan pribadi di media sosial seperti Facebook, Instagram dan whatsapps. Komunikasi secara langsung tersebut bisa saja didahului oleh peminat karena karena di setiap postingan yang dilakukan selalu menyertakan

informasi kontak yang bisa dihubungi. Dan komunikasi langsung juga bisa didahului oleh pihak lembaga ketika di postingan ada yang sedang mencari lembaga pelatihan kemudian pihak lembaga mencoba menghubungi target tersebut.

c. Komunikasi Word of Mouth.

Word of Mouth merupakan bentuk komunikasi dan promosi kepada orang lain melalui informasi dari mulut ke mulut. Menurut Kotler dan Keller saluran komunikasi personal yang berupa ucapan dari mulut ke mulut tersebut dapat menjadi promosi yang efektif karena pada umumnya disampaikan dari konsumen oleh konsumen dan untuk konsumen, sehingga seorang konsumen yang puas akan menjadi media iklan bagi perusahaan.

Melalui Word of Mouth ini, saluran komunikasi personal yang tercipta tidak membutuhkan biaya yang besar bahkan menjadi promosi gratis bagi perusahaan karena dengan melalui pelanggan yang puas, rekomendasi atau referensi dari konsumen terhadap produk akan lebih mudah tersebar kepada calon konsumen yang lain (W.Informan3/20/Mei/2024)

Pelaksanaan aspek Word of Mouth ini diperankan oleh semua orang dalam kepengurusan lembaga dan juga oleh siswa secara suka rela melalui informasi yang dibagikan dari mulut ke mulut. Berkaitan dengan aspek *Word of Mouth*, peneliti melakukan wawancara dengan Direktur perusahaan. Berikut yang disampaikan informan pada saat wawancara:

Namun, malah justru yang paling efektif adalah penyebaran informasi yang dilakukan dari segenap pekerja atau siswa di sini. Jadi beberapa siswa mengenal LPK Hideo Gakkou Indonesia justru bukan hanya dari postingan yang kami unggah di media sosial, tetapi malah melalui informasi dari orang lain ini mas. Dari siswa-siswa yang mendaftar di sini ketika saya tanyakan banyak dari mereka tau LPK Hideo Gakkou Indonesia itu dari informasi temannya yang sedang belajar atau sudah

di Jepang melalui LPK ini mas. Jadi justru media promosi yang bahkan tidak kami konsep ini secara tak ter-Setting malah ternyata membuat calon siswa tahu dan menjadi minat dengan LPK kami. Tentunya itu semua saya rasa juga tidak lepas dari hasil upaya kami untuk mempromosikan, dan usaha kami menjaga juga meningkatkan kualitas lembaga. Ketika kualitas kami bagus di mata siswa, bukan tidak mungkin para siswa ini membagikan informasinya kepada kerabat terdekatnya (W.Informan2/12/Mei/2024)

Demikian tersebut dialami oleh inofrman siswa asal Batang yang memilih LPK Hideo Gakkou Indonesia karena rekomendasi dari temannya yang pernah berproses di lembaga tersebut. Demikian pula yang dialami Anwar Widodo siswa asal Batang, meskipun dia sudah tahu keberadaan LPK Hideo Gakkou Indonesia namun dia memiliki kepercayaan dan rasa minat kepada lembaga tersebut karena rekomendasi dari temannya yang berproses di Lembaga tersebut. Berikut kutipan wawancaranya:

Itu sebenarnya saya sudah tau sendiri, karena kan saya memang asli sini. Tapi cuma sekedar tau. Waktu itu saya kan posisi lagi merantau terus kontrak kerja di Tangerang waktu itu mau habis, terus saya melihat banyak teman-teman rumah saya yang sekolah Jepang di LPK Hideo Gakkou Indonesia. Sampai waktu itu kemudian saya didukung oleh teman saya yang sudah bersekolah di sini untuk mencoba daftar aja di LPK Hideo Gakkou Indonesia. Ya akhirnya ketika saya habis kontrak kerja, saya pulang terus mendaftar di LPK Hideo Gakkou Indonesia ini (W.Siswa1/25/Mei/2024)

Maka berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, yaitu tidak hanya mengandalkan promosi melalui media sosial, penyebaran informasi dari mulut ke mulut yang juga dapat melibatkan komunikasi tatap muka dari para pekerja secara suka rela dapat menjadi media promosi yang efektif bagi LPK Hideo Gakkou Indonesia selain itu, praktik Word of Mouth juga dilakukan secara suka rela oleh siswa kepada teman atau kerabat terdekatnya.

Sementara itu, dalam mengupayakan agar aktivitas Word of Mouth dapat menjadi media promosi yang tetap efektif, LPK Hideo Gakkou Indonesia mengupayakan kualitas lembaga agar tetap memiliki kesan yang baik bagi siswa dan lulusannya. Sehingga hal ini tidak memberikan dampak negatif bagi citra perusahaannya, melainkan memberikan dampak positif sebagai media promosi efektif yang secara otomatis dapat membuat pengaruh akan timbulnya rasa percaya dan minat dari peminat kerja dan sekolah di Jepang kepada LPK Hideo Gakkou Indonesia (W.Informan2/12/Mei/2024)

Berdasarkan hasil wawancara dengan siswa, dampak positif dari kegiatan Word of Mouth sebagai media promosi tersebut telah dialami oleh siswa yang menjadi informan penelitian, yaitu Muhammad Muhaimin dan Anwar widodo yang memiliki minat untuk belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kegiatan informasi yang disebarakan dari mulut ke mulut tersebut dapat memberikan dampak promosi yang efektif bagi LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa strategi promosi LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang diantaranya yaitu (a) bauran pemasaran meliputi pemasaran kualitas produk, price (harga) yang murah tapi berkualitas, place (tempat) yang mudah terjangkau dan fasilitas AC bersih, promotion (promosi) program inovatif, process (proses) tahapan pelatihan bahasa jepang dengan ketrampilan ketrampilan lainnya yang dibutuhkan dalam ketenaga kerjaan. (b) Bauran promosi yang terdiri dari Advertising (Periklanan) pada Facebook Ads dan Instagram Ads, Banner dan aktifitas sosial, kemudian personal selling (penjualan pribadi) dan sales promotion (promosi penjualan), *Public relations* (Hubungan masyarakat),

Direct marketing (Pemasaran langsung). (c) Komunikasi word of mouth. Bentuk komunikasi dan promosi kepada orang lain melalui informasi dari mulut ke mulut.

2. Strategi kompetensi siswa LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang.

Berdasarkan hasil wawancara bersama beberapa informan bahwa strategi kompetensi siswa LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang diantaranya adalah melalui 1) pendidikan dan pelatihan, 2) Tes kemampuan belajar.

a. Pendidikan dan Pelatihan

Hasil penelitian memberikan informasi pendidikan dan pelatihan bahasa Jepang di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang yaitu pendidikan dan pelatihan praseleksi program pemagangan IM Japan tingkat daerah. Pendidikan dan pelatihan ini bertujuan untuk mempersiapkan dan membimbing warga belajar yang nantinya akan mengikuti seleksi IM Japan. Materi yang di ajarkan pada kursus bahasa Jepang di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang adalah bahasa Jepang, budaya Jepang, pembinaan sikap, pembinaan fisik dan matematika yang nantinya akan dites pada seleksi IM Japan. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan informan bahwa:

Pendidikan dan pelatihan bahasa Jepang di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang yaitu pendidikan dan pelatihan praseleksi program pemagangan IM Japan tingkat daerah. Pendidikan dan pelatihan ini bertujuan untuk mempersiapkan dan membimbing warga belajar yang nantinya akan mengikuti seleksi IM Japan. Materi yang di ajarkan pada kursus bahasa Jepang di L LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang adalah bahasa Jepang, budaya Jepang, pembinaan sikap, pembinaan fisik dan matematika yang nantinya akan dites pada seleksi IM Japan (W.Informan3/20/Mei/2024)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 26 ayat 5, maka kursus dan pelatihan diselenggarakan dengan tujuan untuk memberikan bekal pengetahuan, keterampilan, kecakapan hidup, dan sikap untuk mengembangkan diri, mengembangkan profesi, bekerja, usaha mandiri, dan/atau melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi, kepada masyarakat yang membutuhkan. Sebagaimana hasil wawancara dengan instruktur menjelaskan bahwa:

Tujuan umum pelatihan, yaitu untuk mengembangkan pengetahuan, keahlian dan sikap sehingga pekerjaan dapat diselesaikan secara rasional, lebih cepat, lebih efektif dan dapat menimbulkan kemauan untuk bekerjasama. Tujuan pelatihan tidak semata-mata hanya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan saja melainkan juga untuk mengembangkan bakat (W.Instruktur2/12/Mei/2024)

Tujuan peningkatan keterampilan sebagaimana ada alumni dari LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang, setelah mengikuti kursus bahasa Jepang di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang yang telah lulus seleksi *Japanese Language Proficiency Test* pada level N5. Selain itu, selama sembilan bulan ikut belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang ia banyak mendapatkan pengetahuan baru tentang Jepang meliputi budaya dan sikap yang harus dimiliki apabila ingin magang ke Jepang. Selanjutnya adalah informan yang merupakan alumni dari LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang yang lulus seleksi IM Japan, hanya dalam kurun waktu tiga bulan belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang untuk lulus seleksi IM Japan. Hal ini sebagaimana dikatakan instruktur sebagai berikut:

Iya pernah ada ang telah lulus seleksi *Japanese Language Proficiency Test* pada level N5. Selain itu, selama sembilan bulan ikut belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang ia banyak mendapatkan pengetahuan baru tentang Jepang meliputi budaya dan sikap yang harus dimiliki apabila ingin magang ke Jepang. Selanjutnya adalah informan yang merupakan alumni dari LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang yang lulus seleksi IM Japan, hanya dalam kurun waktu tiga bulan (W.Informan2/12/Mei/2024)

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan tujuan dari program kursus bahasa Jepang di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang selaras dengan pendapat di atas, tujuan umum pelatihan, yaitu untuk mengembangkan pengetahuan, keahlian dan sikap sehingga pekerjaan dapat diselesaikan secara rasional, lebih cepat, lebih efektif dan dapat menimbulkan kemauan untuk bekerjasama. Pengetahuan disini meliputi keseluruhan tentang program magang ke Jepang, adapun keahlian dan sikap meliputi kecakapan dalam menulis, membaca dan melakukan percakapan menggunakan bahasa Jepang. Hal ini diperlukan saat bekerja untuk mempermudah calon tenaga kerja dalam melakukan pekerjaan dan mengoperasikan alat dan mesin pada saat bekerja, dan yang paling penting adalah agar bisa berkomunikasi dengan orang Jepang.

b. Tes Kemampuan Belajar

Tes kemampuan belajar atau Evaluasi pembelajaran adalah suatu proses menentukan tingkat pencapaian tujuan pembelajaran yang telah ditentukan sebelumnya melalui cara yang sistematis. Tujuan evaluasi ini adalah untuk memperbaiki cara, pembelajaran, mengadakan perbaikan dan pengayaan bagi warga belajar, serta menempatkan warga belajar pada situasi pembelajaran yang lebih tepat sesuai dengan tingkat kemampuan yang

dimiliki. LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang evaluasi diadakan seminggu sekali, ada juga tes bulanan, dan tes-tes kecil yang dilakukan untuk mengevaluasi pembelajaran disetiap bab, try out yang dilakukan untuk mengukur kemampuan bahasa Jepang siswanya sebelum mengikuti seleksi program magang atau BP2MI. Sebagaimana hasil wawancara bahwa:

Kita mengadakan tes kemampuan anak untuk evaluasi. Tujuan evaluasi ini adalah untuk memperbaiki cara, pembelajaran, mengadakan perbaikan dan pengayaan bagi warga belajar, serta menempatkan warga belajar pada situasi pembelajaran yang lebih tepat sesuai dengan tingkat kemampuan yang dimiliki. LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang evaluasi diadakan seminggu sekali, ada juga tes bulanan, dan tes-tes kecil yang dilakukan untuk mengevaluasi pembelajaran disetiap bab, try out yang dilakukan untuk mengukur kemampuan bahasa Jepang siswanya sebelum mengikuti seleksi program magang atau BP2MI (W.Instruktur1/10/Mei/2024)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, LPK Hideo Gakkou Indonesia melaksanakan evaluasi hasil belajar menggunakan cara tes tertulis yang sembilan puluh persen soalnya sama dengan soal yang akan diujikan atau di tes pada seleksi program pemagangan IM Japan. Selain itu, untuk mengevaluasi terkait dengan bahasa Jepang maka LPK Hideo Gakkou Indonesia mengadakan simulasi wawancara untuk mempersiapkan kemampuan siswa sebelum mengikuti seleksi IM Japan.

c. Kompetensi Belajar

Dalam setiap proses belajar, guru selalu mengharapkan supaya siswa dapat memiliki pencapaian-pencapaian tertentu menurut kriteria yang telah ditentukan oleh kurikulum maupun sekolah. Pencapaian-pencapaian ini disebut dengan hasil belajar atau kompetensi belajar, yang didalamnya memuat kriteria-kriteria tertentu yang harus dicapai oleh siswa sesuai dengan tujuan

pengajaran. Pada program kursus di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang, kompetensi belajar ini ditentukan oleh pihak LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang dengan berpedoman pada Japan Foundation untuk menyiapkan dan membimbing warga belajar mengikuti seleksi IM Japan. Sebagaimana hasil wawancara:

iya memang kami mengadakan kompetensi belajar. Kompetensi belajar yang didalamnya memuat kriteria-kriteria tertentu yang harus dicapai oleh siswa sesuai dengan tujuan pengajaran. Pada program kursus di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang, kompetensi belajar ini ditentukan oleh pihak LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang dengan berpedoman pada Japan Foundation untuk menyiapkan dan membimbing warga belajar mengikuti seleksi IM Japan (W.Instruktur2/12/Mei/2024)

Hal ini juga dibenarkan oleh informan dalam kegiatan wawancara di kesempatan yang lain bahwa:

Iya memang ada kompetensi pada program kursus di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang, kompetensi belajar ini ditentukan oleh pihak LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang, kapan dimana dan aturannya mainnya (W.Instruktur1/10/Mei/2024)

Sejalan dengan hal ini, berdasarkan hasil pengamatan bahwa yang dilakukan peneliti kompetensi belajar yang harus dicapai oleh warga belajar yaitu, mampu mengerjakan soal matematika, bahasa Jepang, dan latihan fisik, serta lulus tes ujian bahasa Jepang. Sertifikat kemampuan bahasa Jepang ini menjadi syarat bagi warga asing yang akan ke Jepang baik untuk magang, bekerja ataupun untuk keperluan pendidikan. sebagaimana juga hasil wawancara bersama informan bahwa:

iya benar kompetensi belajar itu meliputi penguasaan mampu mengerjakan soal matematika, bahasa Jepang, dan latihan fisik, serta lulus tes ujian bahasa Jepang. Sertifikat kemampuan bahasa Jepang ini

menjadi syarat bagi warga asing yang akan ke Jepang baik untuk magang, bekerja (W.Instruktur2/12/Mei/2024).

d. Keaktifan Warga Belajar

Berdasarkan data yang ditemukan peneliti dalam penelitian ini, keaktifan warga belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang cukup baik. Menurut instruktur yang ada, dalam program kursus bahasa Jepang ini sangat diperlukan sekali keaktifan warga belajar seperti rajin datang ke kursus, berani bertanya jika ada yang belum dimengerti, mampu menjawab pertanyaan yang diberikan, mengerjakan tugas dengan baik berlaku untuk tugas yang diberikan di LPK ataupun PR.

Keaktifan warga belajar dalam proses pembelajaran dapat merangsang dan mengembangkan bakat yang dimilikinya, warga belajar juga berlatih untuk berfikir kritis, dan dapat memecahkan permasalahan-permasalahan dalam proses pembelajaran. Dalam upaya peningkatan keaktifan warga belajar maka pendidik dapat berperan dengan merencanakan sistem pembelajaran secara sistematis, sehingga merangsang keaktifan warga belajar dalam proses pembelajaran. Adapun kegiatan-kegiatan instruktur yang dapat mempengaruhi keaktifan siswa menurut berdasarkan hasil wawancara adalah:

1. Memberikan motivasi atau menarik perhatian warga belajar, sehingga mereka berperan aktif dalam pembelajaran;
2. Menjelaskan tujuan instruksional (kemampuan dasar warga belajar);
3. Mengingat kompetensi kepada warga belajar;
4. Memberikan stimulus (masalah, topik, dan konsep yang akan dipelajari);
5. memberikan petunjuk kepada warga belajar cara mempelajari;

6. Memunculkan aktifitas, partisipasi warga belajar dalam kegiatan pembelajaran
7. Memberikan umpan balik (feedback);
8. Melakukan tagihan-tagihan kepada warga belajar selalu terpantau dan terukur;
9. Menyimpulkan setiap materi yang disampaikan diakhir pembelajaran.
Keaktifan dapat ditingkatkan dan diperbaiki dalam keterlibatan warga belajar pada saat belajar.

iya benar jadi memang keaktifan warga belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang cukup baik. Instruktur juga memberikan semangat. Memberikan motivasi atau menarik perhatian warga belajar, sehingga mereka berperan aktif dalam pembelajaran, Memberikan stimulus (masalah, topik, dan konsep yang akan dipelajari serta Memunculkan aktifitas, partisipasi warga belajar dalam kegiatan pembelajaran (W.Informan3/20/Mei/2024)

Keaktifan belajar warga belajar ini timbul karena adanya peran dari pendidik di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang, sesuai dengan pendapat informan instruktur yang lain bahwa kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan keaktifan belajar warga belajar. Salah satunya adalah motivasi, hal ini tentu saja dilakukan oleh instruktur yang ada di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang.

Sesuai dengan hasil wawancara, bahwa instruktur akan memberikan motivasi untuk mendorong warga belajar agar aktif dan semangat dalam proses pembelajaran terutama bagi warga belajar yang tidak lulus pada seleksi program pemagangan ke Jepang.

iya kadang kita memberikan motivasi. Motivasi ini biasanya diberikan dengan membagikan pengalaman-pengalaman instruktur selama

bekerja di Jepang. Tentu saja hal yang dibagikan adalah hal-hal yang positif yang bisa dijadikan pelajaran untuk warga belajar yang sedang berjuang untuk lulus seleksi. Namun, terkadang ada juga instruktur yang tidak hanya menceritakan hal positifnya saja, berdasarkan hasil wawancara dengan UP yang merupakan instruktur LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang. Selain hal positif, ia juga sering membagikan pengalaman bagaimana ia berjuang untuk lulus seleksi di IM Japan dan itu tidaklah mudah (W.Instruktur2/12/Mei/2024)

e. Penguatan Keterampilan Latihan Bahasa Jepang

Keterampilan merupakan program pendidikan non formal yang diselenggarakan untuk memberikan kesempatan bagi masyarakat agar dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan menumbuhkan mental kreatif, inovatif, bertanggungjawab, serta berani menanggung resiko (sikap mental profesional) dalam rangka mengelola potensi diri dan lingkungannya agar dapat dijadikan bekal untuk memandirikan dan meningkatkan kualitas hidupnya. Sebagaimana hasil wawancara:

Pendidikan keterampilan merupakan pendidikan yang dapat memberikan bekal keterampilan yang praktis, terpakai, terkait dengan kebutuhan pasar kerja, peluang usaha, dan potensi ekonomi atau industri yang ada di masyarakat, termasuk pada program ini adalah keterampilan bahasa Jepang. Jadi kami ada latihan diskusi dengan bahasa Jepang (W.Informan3/20/Mei/2024)

LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang yang diberikan adalah keterampilan berbahasa Jepang melalui program kursus bahasa Jepang. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, kursus bahasa Jepang di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang adalah satuan pendidikan yang memberikan keterampilan, pengetahuan, sikap mental bagi warga belajar pada bidang bahasa Jepang. Keterampilan tersebut mencakup bahasa Jepang,

kebudayaan Jepang, kedisiplinan dan etos kerja dalam bekerja di negara Jepang.

Peningkatan keterampilan bahasa Jepang pada warga belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia ini terlihat dari jumlah warga belajar yang sudah lulus dalam mengikuti seleksi IM Japan yaitu sebanyak 30 orang dalam kurun waktu tiga tahun lebih, yang artinya dalam setiap seleksi ada kurang lebih 10 warga belajar yang lulus seleksi pemagangan ke Jepang. Selain itu, peningkatan keterampilan bahasa Jepang pada warga belajar ini terlihat dari penggunaan bahasa Jepang pada kegiatan pembelajaran sehari-hari, mulai dari kosakata, kemampuan percakapan, dan tulisan dalam bahasa Jepang seperti katakana, hiragana, dan kanji. Selain itu, hampir seluruh warga belajar angkatan tahun 2020 sudah memiliki sertifikat JLPT N5. (W.Informan2/12/Mei/2024)

Kesimpulannya bahwa peningkatan ketrampilan anak merupakan upaya untuk menambah derajat, tingkat, dan kualitas maupun kuantitas kemampuan bahasa jepang. Peningkatan juga dapat berarti penambahan keterampilan dan kemampuan agar lebih baik. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan upaya LPK Hideo Gakkou Indonesia dalam meningkatkan keterampilan calon tenaga kerja melalui program kursus bahasa Jepang di LPK Hideo Gakkou Indonesia berjalan dengan baik. Melalui upaya-upaya yang diberikan seperti pendidikan dan pelatihan, serta tes kemampuan warga belajar dapat menambah dan meningkatkan derajat, tingkat, dan kualitas serta kuantitas dari pengetahuan, sikap, dan keterampilan dari warga belajar bahasa Jepang yang akan mengikuti seleksi program pemagangan IM Japan yang bekerja sama dengan Kementrian Tenaga Kerja dan Transmigrasi R.I.

f. Program Kerja Tokutei Ginou atau Specified Skill Worker (SSW)

Pada program ini Lembaga Pelatihan Kerja LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang menyediakan 6 bidang pekerjaan, yaitu keperawatan, pengolahan makanan, pengolahan pembersihan gedung, restoran, dan pertanian. Fasilitas yang diberikan Lembaga Pelatihan Kerja LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang hampir sama seperti program lainnya, yaitu fasilitas belajar untuk materi bahasa selama minimal enam bulan dengan sistem pembelajaran yang sama pula, namun ada tambahan materi tentang bidang program kerja yang diambil sebagai bekal ujian Specified Skill Worker (SSW), kemudian ada juga praktik dialog yang dilakukan setiap hari secara bergiliran

Selanjutnya siswa baru diperbolehkan untuk mengikuti ujian bahasa N4 dan ujian skill sesuai bidang pekerjaan yang dipilih siswa. Hal ini merupakan persyaratan wajib bagi siswa pemilih program tersebut (W.Informan1/12/Mei/2024).

Fasilitas lainnya dari program ini juga tidak berbeda dengan program lainnya, yaitu adanya kelas wawancara. Pada program ini setelah siswa selesai kelas wawancara, selanjutnya siswa ada kegiatan wawancara dengan penyalur yang biasa disebut sebagai Touroku Shien Kikan (TSK). Touroku Shien Kikan (TSK) merupakan lembaga pendukung tenaga kerja berketerampilan khusus untuk bekerja di Jepang.

Proses wawancara dengan Touroku Shien Kikan (TSK) merupakan tahap penyeleksian dan rekomendasi kepada pihak perusahaan di Jepang. Selanjutnya pada proses ini siswa akan dinyatakan diterima atau tidak diterima. Bagi siswa yang dinyatakan diterima, maka selanjutnya menunggu konfirmasi pihak perusahaan Jepang dan kemudian ada wawancara dengan pihak perusahaan Jepang sampai

pada tahap akhir yaitu tanda-tangan kontrak kerja dengan perusahaan Jepang (W.Informan3/20/Mei/2024)

3. Penyaluran dan penempatan kerja di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang.

a. Proses pemberangkatan, pelatihan, dan pemagangan

Tahap pelatihan pra-pemagangan di perusahaan Jepang terdapat tiga tahap, yaitu pelaksanaan pelatihan pra- pemberangkatan tahap 1, pelaksanaan pelatihan pra- pemberangkatan tahap II dan pelaksanaan program pemagangan di Jepang.

Pelatihan pra pemberangkatan tahap 1 berlangsung selama dua bulan lebih sepuluh hari yang di laksanakan oleh Disnakertrans bekerja sama dengan IM Japan. Disnakertrans yang dimaksud adalah Disnakertrans daerah yang bertanggung jawab atas penyediaan tempat pelatihan dan fasilitas pelatihan di daerah dan juga pelatihan fisik, mental dan disiplin (FMD). Sedangkan IM Japan bertanggung jawab atas pelatihan bahasa, kebudayaan, kelengkapan berkas, dan pemahaman peserta mengenai program ini. Hal ini sebagaimana hasil wawancara bersama dengan pimpinan LPK Hideo Gakkou Indonesia:

Pelatihan pra pemberangkatan tahap 1 berlangsung selama dua bulan lebih sepuluh hari yang di laksanakan oleh Disnakertrans bekerja sama dengan IM Japan. Disnakertrans yang dimaksud adalah Disnakertrans daerah yang bertanggung jawab atas penyediaan tempat pelatihan dan fasilitas pelatihan di daerah dan juga pelatihan fisik, mental dan disiplin (FMD). Sedangkan IM Japan bertanggung jawab atas pelatihan bahasa, kebudayaan, kelengkapan berkas, dan pemahaman peserta mengenai program ini (W.Informan1/12/Mei/2024)

Setelah pelatihan pra keberangkatan I di daerah selama dua bulan selanjutnya para calon peserta magang dari seluruh Indonesia dikumpulkan di

BBPLKN atau yang dikenal dengan nama CEVEST (Center for Vocational and Extention Service Training) berlokasi di Bekasi, Jawa Barat. CEVEST bertugas dan berfungsi untuk melaksanakan pelatihan kerja keluar negeri yang mana lembaga pengembangan pelatihan ini merupakan unit kerja Eselon II, Pelatihan pra pemberangkatan tahap II berlangsung selama 2 bulan. Hal ini dibenarkan pula dalam wawancara bersama bendahara.

iya benar jadi memang ada tahapan tahapannya dimulai dari pelatihan pra- pemberangkatan tahap 1, pelaksanaan pelatihan pra-pemberangkatan tahap II dan pelaksanaan program pemagangan di Jepang. pelatihan pra keberangkatan I di daerah selama dua bulan selanjutnya para calon peserta magang dari seluruh Indonesia dikumpulkan di BBPLKN atau yang dikenal dengan nama CEVEST (Center for Vocational and Extention Service Training) berlokasi di Bekasi, Jawa Barat (W.Informan2/12/Mei/2024)

Pasca peserta magang melewati proses seleksi dan pelatihan yang cukup ketat di Indonesia, peserta akan diberangkatkan ke Jepang untuk mengikuti program praktek keterampilan kerja di perusahaan penerima yang berada di Jepang. Program dilaksanakan selama 3 tahun di Jepang yang terdiri dari 3 bagian, yaitu pertama pelatihan terpusat di training center, pelatihan di perusahaan penerima, dan praktek keterampilan kerja di perusahaan penerima. Saat dua tahap pelatihan pra keberangkatan selesai di Indonesia dan para peserta di nyatakan lulus dan di berangkatkan ke Jepang. Hal ini dibenarkan dalam kegiatan wawancara bersama informan bahwa:

Pasca peserta magang melewati proses seleksi dan pelatihan yang cukup ketat di Indonesia, peserta akan diberangkatkan ke Jepang untuk mengikuti program praktek keterampilan kerja di perusahaan penerima yang beraada di Jepang. Program dilaksanakan selama 3 tahun di Jepang yang terdiri dari 3 bagian, yaitu pertama pelatihan terpusat di training center, pelatihan di perusahaan penerima, dan praktek keterampilan kerja di perusahaan penerima. Saat dua tahap pelatihan

pra keberangkatan selesai di Indonesia dan para peserta di nyatakan lulus dan di berangkatkan ke Jepang (W.Informan3/20/Mei/2024)

Sebelum masuk ke perusahaan untuk mengikuti program pemagangan, di Jepang para peserta magang akan mendapatkan Materi Pelatihan Terpusat di Training Center selama satu bulan yang mana materi pelatihan tersebut meliputi; Orientasi IM Japan, dan Pelatihan Tingkat Dasar. Setelah tahap Materi Pelatihan Terpusat maka peserta magang akan masuk ke tahap kedua yaitu Pelatihan Kerja di perusahaan penerima yang di laksanakan di bulan ke-2 sampai dengan bulan ke-12 setelah kedatangan peserta di Jepang, didalam program pelatihan kerja di perusahaan ini peserta akan dibimbing dan dinilai oleh instruktur pelatihan dari perusahaan. Setelah pembimbingan dan penilaian dari instruktur pelatihan maka para peserta ini akan diseleksi kembali apakah layak untuk melanjutkan ketahap selanjutnya yaitu Praktek Keterampilan Kerja di perusahaan penerima di tahap ke tiga ini diperuntukkan bagi peserta yang lulus ujian keterampilan sertifikasi Negara, menunjukan prestasi yang baik dalam pelatihan dan memperoleh ijin perubahan status tinggal. Program ini dilakukan dengan ikatan atau kontrak antara perusahaan penerima dengan peserta dimulai dari bulan ke-13 terhitung sejak kedatangan peserta di Jepang. Hal ini sebagaimana hasil wawancara bersama informan salah satu instruktur bahwa:

Sebelum masuk ke perusahaan untuk mengikuti program pemagangan, di Jepang para peserta magang akan mendapatkan Materi Pelatihan Terpusat di Training Center selama satu bulan yang mana materi pelatihan tersebut meliputi; Orientasi IM Japan, dan Pelatihan Tingkat Dasar. Setelah tahap Materi Pelatihan Terpusat maka peserta magang akan masuk ke tahap kedua yaitu Pelatihan Kerja di perusahaan

penerima yang di laksanakan di bulan ke-2 sampai dengan bulan ke-12 setelah kedatangan peserta di Jepang (W.Instruktur1/10/Mei/2024)

Hasil wawanacara dengan instruktur di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang dibenarkan dalam wawancara bersama informan instruktur yang lain menjelaskan bahwa:

Program pelatihan kerja di perusahaan ini peserta akan dibimbing dan dinilai oleh instruktur pelatihan dari perusahaan. Setelah pembimbingan dan penilaian dari instruktur pelatihan maka para peserta ini akan diseleksi kembali apakah layak untuk melanjutkan ketahap selanjutnya yaitu Praktek Keterampilan Kerja di perusahaan penerima di tahap ke tiga ini diperuntukkan bagi peserta yang lulus ujian keterampilan sertifikasi Negara, menunjukkan prestasi yang baik dalam pelatihan dan memperoleh ijin perubahan status tinggal. Program ini dilakukan dengan ikatan atau kontrak antara perusahaan penerima dengan peserta dimulai dari bulan ke-13 terhitung sejak kedatangan peserta di Jepang (W.Instruktur2/12/Mei/2024)

b. Perjanjian kontrak kerja peserta Magang

Setelah bulan ke-13 status peserta akan berubah dari peserta pelatihan kerja menjadi peserta praktek keterampilan kerja maka oleh karena hal tersebut peserta praktek keterampilan dan perusahaan penerima mengadakan perjanjian kerja yang disebut dengan kontrak kerja yang sesuai dengan peraturan dan undang-undang yang berhubungan dengan sistem tersebut. Dengan garis besar sebagai berikut:

- 1) Kontrak kerja merupakan perjanjian kerja merupakan perjanjian antara perusahaan penerima dengan peserta pemagangan berdasarkan ketentuan-ketentuan yang telah disepakati bersama.
- 2) Kontrak kerja dilakukan berdasar kondisi atau persyaratan ketenagakerjaan guna menghindari masalah atau persoalan.

- 3) Perusahaan penerima dan peserta praktek keterampilan kerja wajib saling mentaati dan mematuhi ketentuan- ketentuan yang tertera dan telah disepakati bersama didalam kontrak kerja

Jangka waktu kontrak kerja untuk peserta programpraktek keterampilan kerja adalah satu tahun, demikian juga pada waktu akan masuk ke tahun ke-2 pada program yang sama. Hubungan antara perusahaan penerima dengan peserta magang adalah ikatan kerja yang mana tunjangan pelatihan berubah menjadi gaji yang dibayar langsung oleh perusahaan penerima sesuai dengan kontrak kerja, Kontrak kerja meliputi tunjangan minimum yang di berikan ke13 hingga bulan ke-24 kepada peserta magang adalah sebesar sama dengan tunjangan peserta pelatihan, yaitu 90.000 Yen perbulan kemudian pada tahun ke-2 program praktek keterampilan kerja akan ada perjanjian kerja yang baru dengan ketentuan nilai tunjangan sebesar 100.000 Yen perbulan. Hal ini dibenarkan dalam wawancara bersama informan:

Jangka waktu kontrak kerja untuk peserta programpraktek keterampilan kerja adalah satu tahun, demikian juga pada waktu akan masuk ke tahun ke-2 pada program yang sama. Hubungan antara perusahaan penerima dengan peserta magang adalah ikatan kerja yang mana tunjangan pelatihan berubah menjadi gaji yang dibayar langsung oleh perusahaan penerima sesuai dengan kontrak kerja, Kontrak kerja meliputi tunjangan minimum yang di berikan ke13 hingga bulan ke-24 kepada peserta magang adalah sebesar sama dengan tunjangan peserta pelatihan (W.Instruktur2/12/Mei/2024)

IM Japan akan menugaskan pegawai yang ditunjuk sebagai pembimbing peserta magang dari IM Japan di perusahaan penerima secara periodik atau setiap waktu untuk menyaksikan keadaan pelaksanaan program

pemagangan di perusahaan penerima, sekaligus menerima keluhan, masalah, pertanyaan dari peserta pemagangan dan Konsultan Pelatihan Internasional (JITCO) akan melaksanakan koordinasi dan melakukan peninjauan terhadap pelaksanaan program setiap bulan. Kontrak kerja antara peserta dan perusahaan juga meliputi Asuransi untuk melindungi para peserta magang selama melaksanakan program magang selama di perusahaan tersebut, asuransi yang diberikan berupa asuransi kecelakaan kerja dan asuransi umum dan kontrak kerja juga memuat kesepakatan pasca program pemagangan selesai, kelanjutan program setelah peserta kembali ke Indonesia tersusun secara sistematis dengan penyaluran peserta untuk bekerja di perusahaan Jepang yang berada di Indonesia dan memberikan dana untuk usaha mandiri di negara asal sebesar 600.000 Yen. Hal ini Berdasarkan wawancara bersama informan di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang bahwa:

Kontrak kerja antara peserta dan perusahaan juga meliputi Asuransi untuk melindungi para peserta magang selama melaksanakan program magang selama di perusahaan tersebut, asuransi yang diberikan berupa asuransi kecelakaan kerja dan asuransi umum dan kontrak kerja juga memuat kesepakatan pasca program pemagangan selesai, kelanjutan program setelah peserta kembali ke Indonesia tersusun secara sistematis dengan penyaluran peserta untuk bekerja di perusahaan Jepang yang berada di Indonesia dan memberikan dana untuk usaha mandiri di negara asal sebesar 600.000 Yen (W.Instruktur1/10/Mei/2024)

Regulasi negara Jepang yang hanya menerima tenaga kerja asing trampil di sektor formal menjadi permasalahan yang harus di selesaikan didalam kerjasama pengiriman tenaga kerja magang antara IM Japan dan Dipnakertrans Indonesia dikarenakan posisi negara Indonesia yang berstatus sebagai negara berkembang dan Jepang sebagai negara advance industrial

country memiliki perbedaan kualitas sumber daya manusia (SDM) maka untuk menyelesaikan permasalahan ini, sebelum para peserta magang melaksanakan program pelatihan di Jepang diberikan pelatihan pra-keberangkatan di Indonesia yaitu meliputi; Rekrutmen/seleksi, pelatihan pra pemberangkatan tahap I di daerah selama 2 bulan dan pelatihan pra pemberangkatan tahap II di pusat (Cevest Bekasi) selama 2 bulan. sebagaimana hasil wawancara:

Jadi sebelum kerja para peserta magang melaksanakan program pelatihan di Jepang diberikan pelatihan pra-keberangkatan di Indonesia yaitu meliputi; Rekrutmen/seleksi, pelatihan pra pemberangkatan tahap I di daerah selama 2 bulan dan pelatihan pra pemberangkatan tahap II di pusat (Cevest Bekasi) selama 2 bulan (W.Informan1/12/Mei/2024)

Pihak yang melaksanakan pelatihan pra keberangkatan ini merupakan tanggung jawab bersama antara IM Japan dan Dipnakertrans daerah/pusat. Pelaksanaan pelatihan pra keberangkatan tentu membutuhkan biaya tambahan yang akan membebani kedua belah pihak sebagai pihak pelaksana pelatihan pra keberangkatan maka kontrak program magang yang relatif panjang yaitu berdurasi selama 3 tahun dapat mengefisienkan biaya pelatihan yang dibebankan kepada IM Japan dan Dipnakertrans Indonesia dan untuk lebih mengefisienkan biaya pelatihan pemerintah Jepang berencana meningkatkan durasi magang yang sebelumnya tiga tahun menjadi lima tahun didalam kontrak magang dengan IMJapanwacana kebijakan ini diungkapkan oleh Vice Presiden Japan International Training Cooperation Organization (JITCO) Mr. Kensuke Tsuzuki saat bertemu Menteri Ketenagakerjaan M Hanif Dhakiri di Jakarta tahun 2016.

Pihak yang melaksanakan pelatihan pra keberangkatan ini merupakan tanggung jawab bersama antara IM Japan dan Dipnakertrans daerah/pusat. Pelaksanaan pelatihan pra keberangkatan tentu membutuhkan biaya tambahan yang akan membebani kedua belah pihak sebagai pihak pelaksana pelatihan pra keberangkatan maka kontrak program magang yang relatif panjang yaitu berdurasi selama 3 tahun dapat mengefisienkan biaya pelatihan yang dibebankan kepada IM Japan dan Dipnakertrans Indonesia (W.Informan2/12/Mei/2024)

Penyaluran dan penempatan tenaga kerja diawali dengan kontrak kerja atau perjanjian kerja adalah salah satu elemen penting yang melekat pada suatu hubungan bisnis/kerja baik yang berskala besar maupun kecil, baik domestik maupun internasional. Kontrak kerja berfungsi memberikan kepastian hukum bagi para pihak baik mengatur hak dan kewajiban para pihak serta mengamankan transaksi bisnis dan mengatur tentang pola penyelesaian sengketa yang timbul di antara kedua belah pihak. Sebagaimana hasil wawancara bahwa:

Iya jadi memang penyaluran dan penempatan tenaga kerja diawali dengan kontrak kerja atau perjanjian kerja adalah salah satu elemen penting yang melekat pada suatu hubungan bisnis/kerja baik yang berskala besar maupun kecil, baik domestik maupun internasional. Kontrak kerja berfungsi memberikan kepastian hukum bagi para pihak baik mengatur hak dan kewajiban para pihak serta mengamankan transaksi bisnis dan mengatur tentang pola penyelesaian sengketa yang timbul di antara kedua belah pihak (W.Informan3/20/Mei/2024)

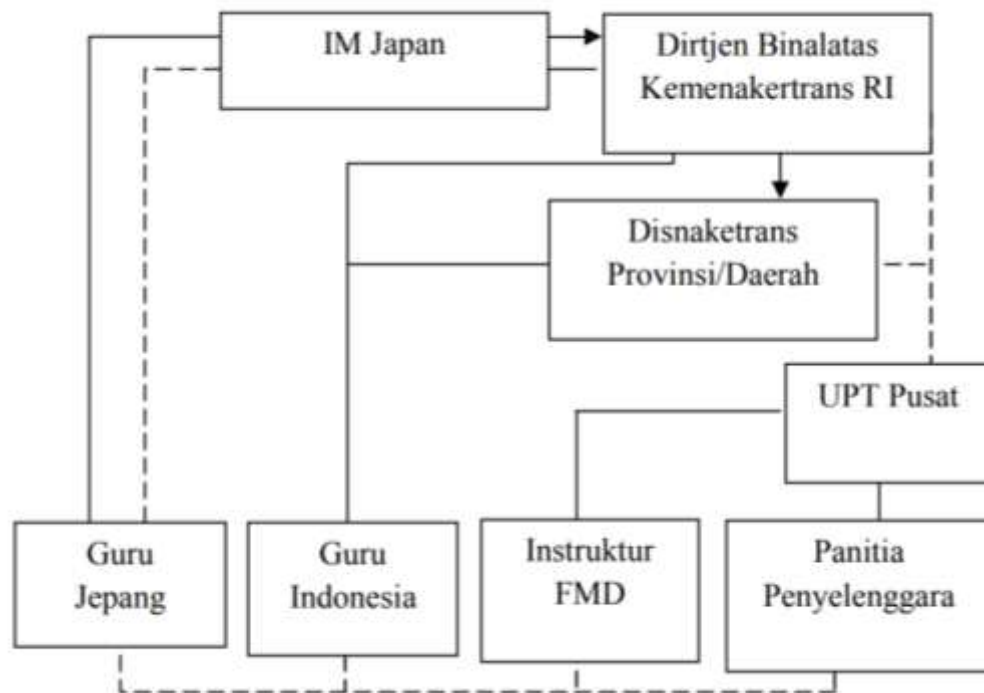
Berdasarkan ketentuan dalam Pasal 1 Ayat (14) Undang-Undang No.13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan yang dimaksud dengan perjanjian kerja adalah perjanjian antara pekerja/buruh dengan pengusaha atau pemberi kerja yang memuat syarat-syarat kerja, hak, dan kewajiban para pihak. Ada 15 Langkah Proses Rekrutmen SSW bagi Newcomer (Pekerja Baru) di Indonesia sebagai berikut:

1. Pekerja baru melakukan registrasi di IPKOL melalui situs ayokitakerja.kemnaker.go.id dan mencari lowongan pekerjaan yang sesuai. Apabila pencari kerja telah lulus tes/mempunyai sertifikat Bahasa Jepang dan sertifikat keahlian yang dibutuhkan, dapat meng-*upload* dokumen dimaksud di IPKOL.
2. Informasi tentang pencari kerja akan dapat diakses oleh Perusahaan Penerima/*Accepting Organization* (AO) yang telah teregistrasi di IPKOL.
3. Jika suatu AO berminat merekrut pekerja baru, maka Perusahaan/AO akan melakukan proses wawancara serta ujian bahasa Jepang dan keterampilan.
4. Pencari kerja melakukan *Medical Check-Up*.
5. AO menyampaikan *draft* kontrak kepada pencari kerja. Jika pencari kerja telah sepakat dengan isi kontrak, maka kontrak ditandatangani dan segera dikembalikan kepada AO.
6. Pihak AO menyusun *support plan* (berkoordinasi dengan *Supporting Organization*).
7. AO mengurus *Certificate of Eligibility* (CoE) bagi kandidat SSW ke Imigrasi Jepang.
8. Calon SSW melakukan registrasi di SISKOTKLN (<http://siskotkln.bnp2tki.go.id/>) dengan meng-*upload* kontrak kerja yang telah ditandatangani, CoE dan jadwal rencana keberangkatan. Untuk panduan pengisian dapat merujuk pada petunjuk teknis berikut (unduh). Setelah pendaftaran selesai, calon SSW akan menerima via online Bukti Pendaftaran Calon Pekerja Migran Indonesia (CPMI)

Mandiri/perseorangan untuk penerbitan rekomendasi paspor, termasuk kode *billing* BPJS Ketenagakerjaan.

9. Berdasarkan Kode *Billing*, calon SSW membayar iuran BPJS Ketenagakerjaan di bank-bank dan tempat-tempat pembayaran yang telah ditentukan.
10. BNP2TKI atau BP3TKI menerbitkan E-KTKLN.
11. Pra-keberangkatan/pembekalan oleh BP3TKI.
12. Calon SSW mengajukan visa kerja ke Kedutaan Besar Jepang di Jakarta atau Konsulat Jepang terdekat di Denpasar, Medan, Surabaya atau Makassar.
13. Setelah visa SSW diterima, SSW berangkat ke Jepang.
14. Setelah tiba di Jepang, melakukan lapor diri ke KBRI melalui Portal Peduli WNI.
15. AO memberikan pembekalan akhir sebelum SSW mulai bekerja

Dalam memahami kontrak perjanjian kerja peserta magang IM Jepang maka sebelum itu penulis akan memaparkan bagan hubungan kerja antar instansi dan pihak yang terkait dalam program pemagangan ke Jepang sebagai berikut:



Keterangan:
 → Jalur kerjsama
 - - - - - Koordinasi

Gambar 4.1
 Hubungan Kerja Pelatihan Pra-Pemberangkatan ke Jepang

Dalam hal pemagangan terdapat kontrak kerja atau yang di sebut dengan perjanjian pemagangan, disebutkan di dalam Petunjuk Teknis Pelatihan Pemagangan Berbasis Pengguna yang di terbitkan oleh Direktorat Bina Pemagangan, Dapartemen Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI tahun 2008 dalam penyelenggaraan Pelatihan Pemagangan berabsis pengguna wajib adanya perjanjian pemagangan antara peserta dengan perusahaan tempat magang. Perjanjian Pemagangan sekurang-kurangnya memuat hak dan kewajiban kedua belah pihak yaitu peserta dan perusahaan, serta jangka waktu

pelaksanaan magang, bagi peserta yang telah memenuhi persyaratan diberikan sertifikat pelatihan pemagangan dan dapat mengikuti uji kompetensi, uji kompetensi dapat menggunakan SKKNI (Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia), atau standar khusus perusahaan, dan pasca magang di perusahaan, terutama bagi peserta yang memperoleh sertifikat pelatihan agar diupayakan penempatan, baik di perusahaan tempat magang atau di perusahaan lain yang membutuhkan, setidaknya dapat digunakan sebagai data pencari kerja kompeten yang sewaktu-waktu dapat direkrut sehingga realisasi dari penempatan lulusan ini agar dilaporkan oleh Panitia Daerah kepada Direktorat Bina Pemagangan, guna dijadikan sebagai bahan perumusan kebijakan untuk masa yang akan datang.

C. Pembahasan

1. Strategi Promosi LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang

Morison menjelaskan bahwa strategi merupakan penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dalam memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan (Morison, 2015). Suatu organisasi atau perusahaan perlu menyusun strategi untuk pengembangan perusahaannya agar mampu terus bertahan dan berkembang dimasa yang akan datang. Hal ini sesuai dengan teori tentang fungsi Manajemen menurut (Edison, 2016:58) mendefinisikan manajemen yaitu suatu proses yang membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dalam memanfaatkan

baik ilmu maupun seni demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Proses perencanaan yang dimaksud membuat promosi yang dilakukan untuk mengenalkan lembaga pelatihan kerja hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang kepada masyarakat luas.

Menurut Muslichah, promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Muslichah, 2015). Hal lain juga dijelaskan bahwa tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan untuk menarik calon konsumen baru.

Strategi promosi merupakan suatu tindakan perencanaan, implementasi dan evaluasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan kepada konsumen/target sasaran. Dalam menetapkan strategi promosi terlebih dahulu kita membagi promosi berdasarkan baurannya. Menurut Kotler, Bauran Promosi atau yang biasa disebut dengan Promotional Mix dibagi menjadi 5 bauran diantaranya : Periklanan (Advertising), Promosi Penjualan (Sales Promotion), Penjualan Personal (Personal Selling), Pemasaran Langsung (Direct Marketing), Hubungan Masyarakat (Public Relation). Kelima bauran promosi ini memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mengenalkan dan menginformasikan produk, dengan tujuan

meningkatkan penjualan (Kotler & Keller, 2016). Promosi Perlu dilakukan semenarik mungkin agar mendapat perhatian penuh dari masyarakat.

Berdasarkan observasi dan proses wawancara yang sudah dilakukan, bahwa dalam proses strategi promosi LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang diantaranya yaitu (a) bauran pemasaran meliputi pemasaran kualitas produk, price (harga) yang murah tapi berkualitas, place (tempat) yang mudah terjangkau dan fasilitas AC bersih, promotion (promosi) program inovatif, process (proses) tahapan pelatihan bahasa jepang dengan ketrampilan ketrampilan lainnya yang dibutuhkan dalam ketenaga kerjaan. (b) Bauran promosi yang terdiri dari Advertising (Periklanan) pada Facebook Ads dan Instagram Ads, Banner dan aktifitas sosial, kemudian personal selling (penjualan pribadi) dan sales promotion (promosi penjualan), *Public relations* (Hubungan masyarakat), *Direct marketing* (Pemasaran langsung). (c) Komunikasi word of mouth. Bentuk komunikasi dan promosi kepada orang lain melalui informasi dari mulut ke mulut.

Penggunaan media promosi secara online seperti internet diharapkan dapat mempermudah proses promosi karena jangkauannya di seluruh dunia. Dengan begitu perusahaan dapat memperkenalkan produk atau jasa yang dimiliki kepada masyarakat luas dan dapat menarik minat calon peserta didik untuk mengikuti program pendidikan dan pelatihan yang diselenggarakan di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh

Taufan Gojali yang melakukan penelitian kualitatif deskriptif di Politeknik TMKM menunjukkan bahwa strategi dan pelaksanaan kegiatan promosi yang ada di Politeknik TMKM dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru tahun akademik 2017/2018 dengan menggabungkan bauran promosi seperti Personal Selling (penjualan pribadi), Mass Selling (penjualan masal), Sales Promotion (promosi penjualan), Public Relations, Direct Marketing (pemasaran langsung).

2. Strategi Kompetensi Guru dan Siswa LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat kordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efesiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif (Tjiptono, 2015). Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit (Payaman, 2016).

Strategi merupakan faktor yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan, keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan

pemimpin yang busa dalam merumuskan strategi yang digunakan. Strategi perusahaan sangat tergantung dari tujuan perusahaan, keadaan dan lingkungan yang ada. Strategi adalah keseluruhan upaya, dalam rangka mencapai sasaran dan mengarah pengembangan rencana marketing yang terinci (Kotler, 2012:8).

Syah (2019) berpendapat bahwa kompetensi adalah kemampuan, kecakapan, keadaan berwenang, atau memenuhi syarat menurut ketentuan hukum. Syah juga menyatakan bahwa kompetensi guru adalah kemampuan seorang guru dalam melaksanakan kewajiban-kewajibannya secara bertanggung jawab dan layak. Kompetensi sangat penting dalam menghadapi dan memandang suatu fenomena atau permasalahan, untuk kemudian mencari solusi yang paling tepat.

Kompetensi mempengaruhi tingkat pencapaian kerja seseorang. Pencapaian kerja pada tingkat yang memuaskan atau tidak memuaskan bergantung pada kompetensi yang dimiliki. Kompetensi dalam bekerja tidak sekedar memiliki keterampilan dan pengetahuan tentang pekerjaan yang dilakukan, tetapi juga kemampuan seseorang untuk mentransfer dan mengaplikasikan keterampilan dan pengetahuan tersebut dalam situasi yang baru dan meningkatkan manfaat yang disepakati (Prasetya, 2015). Kompetensi juga membuktikan karakteristik keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki atau dibutuhkan pada setiap individu. Karakteristik kompetensi yang dimiliki membantu individu untuk mampu melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka secara efektif dan

meningkatkan standar kualitas profesional dalam pekerjaan (Kaso, 2021). Selain itu, kompetensi menjelaskan apa yang dilakukan orang di tempat kerja pada berbagai tingkatan, mengidentifikasi karakteristik, pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan oleh individu dalam bekerja.

Berdasarkan wawancara bersama beberapa informan yang didukung dengan temuan dokumen dapat diambil kesimpulan bahwa strategi kompetensi siswa LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang diantaranya meliputi penguatan pendidikan dan pelatihan, tes kemampuan belajar bahasa, kompetensi belajar, keaktifan warga belajar, Penguatan Ketrampilan Latihan Bahasa Jepang, Program Kerja Tokutei Ginou atau Specified Skill Worker (SSW). Penguatan ketrampilan bahasa jepang pada siswa di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang dilakukan secara berkelanjutan pada tiap jejang tingkatannya.

3. Penyaluran dan Penempatan Kerja di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang

Penyaluran tenaga kerja diatur dalam Peraturan Menteri Ketenagakerjaan dan Transmigrasi nomor 07 tahun 2008 pasal 1 nomor 1, dimana diuraikan bahwa penempatan tenaga kerja adalah proses pelayanan kepada pencari kerja untuk memperoleh pekerjaan dan pemberi kerja dalam pengisian lowongan kerja sesuai dengan bakat, minat dan kemampuan. Apabila sumber daya manusianya memiliki potensi atau kemampuan maka lewat Dinas Tenaga Kerja sebagai salah satu instansi yang mampu membantu menyalurkan calon tenaga kerja ke bidang profesi

kerjanya tersebut, sehingga para calon tenaga kerja dapat bekerja dan mengurangi angka pengangguran sehingga merasakan langsung proses pembangunan nasional.

Setelah lolos seleksi, selanjutnya ialah proses penyaluran/penempatan tenaga kerja. Pada proses penempatan tenaga kerja dilakukan/di antar langsung oleh petugas bagian penempatan tenaga kerja dan transmigrasi, apabila tidak ada petugas khusus yang mengantarkan maka pihak lembaga perusahaan yang akan mengantarkan para pencari kerja ke perusahaan yang diminatinya. Dalam penempatan tenaga kerja dilakukan atau diantar langsung oleh petugas khusus bagian penempatan tenaga kerja dan transmigrasi. Apabila tidak ada petugas dinas terkait maka penyaluran dilakukan langsung oleh pihak perusahaan swasta.

Penempatan karyawan merupakan pencocokan atau membandingkan kualifikasi yang dimiliki dengan persyaratan pekerjaan, dan sekaligus memberikan tugas, pekerjaan kepada calon karyawan untuk dilaksanakan Wilson, (2012). Penempatan ini harus di dasarkan job description dan job spesification yang telah ditentukan serta berpedoman kepada prinsip “penempatan orang-orang yang tepat pada tempat yang tepat dan penempatan orang yang tepat untuk jabatan yang tepat. Dengan penempatan yang tepat, gairah kerja, dan mental kerja akan mencapai hasil yang optimal, bahkan kreatifitas serta prakarsa. Sedarmayanti (2019) penempatan pegawai dipusatkan pada pengembangan pegawai yang ada, mereka harus memelihara keseimbangan antara perhatian organisasi

terhadap efisiensi (kesesuaian optimal antara skill dan tuntutan) dengan keadilan (mempersepsi bahwa kegiatan tersebut adalah adil, sah dan memberikan kesempatan merata). Setiap instansi atau perusahaan harus dapat memilih dan menentukan karyawan yang berkompeten untuk mengisi jabatan yang kosong agar tugas pokok pada jabatan tersebut dapat dilaksanakan.

Berdasarkan wawancara bersama beberapa informan yang didukung dengan temuan dokumen dapat diambil kesimpulan bahwa penyaluran dan penempatan kerja di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang meliputi Proses pemberangkatan, pelatihan, dan pemagangan pada tahap pemberangkatan berlangsung selama dua bulan lebih sepuluh hari yang dilaksanakan oleh Disnakertrans bekerja sama dengan IM Japan. Pasca peserta magang melewati proses seleksi dan pelatihan yang cukup ketat di Indonesia, peserta akan diberangkatkan ke Jepang untuk mengikuti program praktek keterampilan kerja di perusahaan penerima yang beraada di Jepang. Program dilaksanakan selama 3 tahun di Jepang yang terdiri dari 3 bagian, yaitu pertama pelatihan terpusat di training center, pelatihan di perusahaan penerima, dan praktek keterampilan kerja di perusahaan penerima.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Strategi Kepemimpinan Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang” dapat diambil kesimpulan berikut ini:

1. Strategi promosi LPK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang diantaranya yaitu (a) bauran pemasaran meliputi pemasaran kualitas produk, price (harga) yang murah tapi berkualitas, place (tempat) yang mudah terjangkau dan fasilitas AC bersih, promotion (promosi) program inovatif, process (proses) tahapan pelatihan bahasa jepang dengan ketrampilan ketrampilan lainnya yang dibutuhkan dalam ketenaga kerjaan. (b) Bauran promosi yang terdiri dari Advertising (Periklanan) pada Facebook Ads dan Instagram Ads, Banner dan aktifitas sosial, kemudian personal selling (penjualan pribadi) dan sales promotion (promosi penjualan), *Public relations* (Hubungan masyarakat), *Direct marketing* (Pemasaran langsung). (c) Komunikasi word of mouth. Bentuk komunikasi dan promosi kepada orang lain melalui informasi dari mulut ke mulut.
2. Strategi kompetensi siswa LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang diantaranya meliputi penguatan pendidikan dan pelatihan, tes kemampuan belajar bahasa, kompetensi belajar, keaktifan warga belajar, Penguatan Ketrampilan Latihan Bahasa Jepang, Program Kerja Tokutei Ginou atau

Specified Skill Worker (SSW). Penguatan ketrampilan bahasa jepang pada siswa di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang dilakukan secara berkelanjutan pada tiap jejang tingkatannya.

3. Penyaluran dan penempatan kerja di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang meliputi Proses pemberangkatan, pelatihan, dan pemagangan pada tahap pemberangkatan berlangsung selama dua bulan lebih sepuluh hari yang di laksanakan oleh Disnakertrans bekerja sama dengan IM Japan. Pasca peserta magang melewati proses seleksi dan pelatihan yang cukup ketat di Indonesia, peserta akan diberangkatkan ke Jepang untuk mengikuti program praktek keterampilan kerja di perusahaan penerima yang beraada di Jepang. Program dilaksanakan selama 3 tahun di Jepang yang terdiri dari 3 bagian, yaitu pertama pelatihan terpusat di training center, pelatihan di perusahaan penerima, dan praktek keterampilan kerja di perusahaan penerima

B. Saran

Terdapat beberapa saran terkait dengan hasil penelitian ini diantaranya adalah:

1. LPK Hideo Gakkou Indonesia

Saran dan harapan untuk Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Hideo Gakkou Indonesia yang saat ini masih perlu untuk diperbaiki yaitu diharapkan dapat membentuk tim khusus pada bidang pemasaran agar dalam strategi pemasaran dapat lebih terencana dan terkonsep dengan baik untuk membangun citra dan mendapatkan kepercayaan masyarakat. Khususnya

pada bidang pemasaran public relations, diharapkan adanya bidang tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan dengan membangun relasi kerja sama dalam lingkup publik, seperti menjaring komunikasi dengan sekolah-sekolah formal sehingga dapat menarik minat siswa-siswa di sekolah tersebut.

2. Masyarakat

Kepada masyarakat umum diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangsih pengetahuan sebagai ide, pertimbangan, rencana atau pilihan perihal masa depan tentang berkarir di Negara Jepang.

3. Peneliti selanjutnya

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dijadikan literatur yang dapat menjadi opsi untuk dikembangkan lebih luas atau lebih diperinci lagi agar dapat memperluas pengetahuan dalam bidang komunikasi pemasaran.

C. Implikasi

1. Strategi kepemimpinan merupakan alat untuk mewujudkan keberhasilan dan menciptakan masa depan yang lebih baik lembaga pelatihan. Dengan strategi, pemimpin lembaga pelatihan dapat mewujudkan visi dan misi dalam upaya untuk memajukan lembaga dan mengatasi berbagai kesenjangan dalam lembaga tersebut. Pemimpin lembaga pelatihan menerapkan strategi awal yaitu strategi promosi, strategi kompetensi siswa hingga penyaluran dan penempatan kerja. Strategi dapat berjalan dengan

baik jika ada kerja sama antar pimpinan lembaga, siswa pelatihan maupun pihak luar secara berkelanjutan

2. Dalam menerapkan strategi tak terlepas dari faktor pendorong dan penghambat internal maupun eksternal. Dengan faktor pendorong, sangat memudahkan untuk terjadinya efektivitas dan efisiensi dalam mewujudkan keberhasilan. Sedangkan faktor penghambat dapat memperlambat untuk mencapai efektivitas dan efisiensi. Peran pimpinan lembaga sangat penting untuk meningkatkan faktor pendorong dan meminimalisir faktor penghambat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, (Bandung : Alfabeta., 2003). 46-51
- Amiruddin, Anisa & Arianto. (2019). Kepemimpinan Pendidikan Mutu. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Kependidikan*, 4(2), 57–68.
- Andang. (2014). Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah – Konsep, Strategi dan Inovasi menuju Sekolah Efektif. In Ar Ruzz Media. Ar-Ruzz Media.
- Andriani, D. (2015). Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Upaya Mewujudkan Sekolah Efektif. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 7(1).
- Arshinina, P. (2019). Strategic Management for Logistics. https://doi.org/10.46541/978-86-7233-380-0_57
- Asmendri. (2012). Teori dan Aplikasi Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan Sekolah dan Madrasah. In Batusangkar: STAIN Batusangkar Press. STAIN Batu Sangkar Press.
- Asy'ari H, Zahrudin & Fauziyah S. (2017). Implementasi Prinsip-Prinsip Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2008 di SMK Ekonomika Depok Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 205–233.
- Ayan, J. (1997). Bengkel Kreativitas.
- Daryanto. (2015). Pendekatan Saintifik Kurikulum 2013. In Yogyakarta: Gava Media. Penerbit Gava Media.
- Denzin, N. K. & Guba, E. (2011). Teori dan Paradigma Penelitian Sosial; Pemikiran dan Penerapannya. Tiara wacana.
- Edgar Schein. (2017). Organizational Culture and Leadership Organizational Culture and Leadership. In Wiley & Sons, Inc. (Issue Idd). Edition. Jossey Bass. https://www.amazon.co.uk/Organizational-Leadership-Jossey-Bass-BusinessManagementebook/dp/B01MSYH6K8/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1533747505&sr=8-1&keywords=9781119212058
- Elistiowati, E., Ahyani, N. & Wardiah, D. (2021, January). Leadership of Schools in Improving the Quality of Education in the Digital Era. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210716.188>
- Fajri, H., Murniati & Bahrin. (2014). Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Disiplin dan Motivasi Kerja Guru SDN 36 Laksana Aceh. *Jurnal Administrasi Pendidikan Pascasarjana Unsyiah*, 4(2), 120–132.
- Gaffar, M. S. (n.d.). Dasar-dara Administrasi dan Supervisi Pengajaran. Angkasa Raya.

- Gafur A. (2020). Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Etos Kerja Guru Pendidikan Agama Islam (Pai) Di Sd Muhammadiyah 2 Sidoarjo. *International Journal on Integrated Education*, 3(4), 86–90. <https://doi.org/10.31149/ijie.v3i4.432>
- Glasser, W. (1991). *The Quality School*. In *NASSP Bulletin* (Vol. 75, Issue 537). HarperCollins. <https://doi.org/10.1177/019263659107553724>
- Grant, R. M. (n.d.). *The Knowledge Based View of The Firming: Implication For Management Practice*. *Long Range Planning*, 30((3)), 450–454. H. E.
- Hermanto Nst, M. (2018). *Manajemen Mutu Terpadu Dalam Pendidikan Islam*. In *AlMuaddib : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial & Keislaman* (Vol. 3, Issue 1). <https://doi.org/10.31604/muaddib.v1i1.471>
- Hersey, P., Blanchard, K. H. & Johnson, D. E. (1969). *Management of Organizational Behavior - Leading Human Resources*. Prentice Hall. http://sutlib2.sut.ac.th/sut_contents/H120117.pdf
- Hersey, P., Blanchard, K. H. & Johnson, D. E. (1993). *Management for Organizational Behavior. Utilizing Human Resources America*, Prentice Hall.
- Husain & Happy Fitria. (2019). *Manajemen Kepemimpinan Dalam Lembaga Pendidikan*. In *Journal* (Vol. 4, Issue 1).
- Istikomah. (2019). *Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Upaya Mewujudkan Sekolah Efektif*. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PROGRAM PASCASARJANA*, 371–381. Jauch Lawrence, R. & Glueck William, F. (1989). *Manajemen Dan Strategis Kebijakan Perusahaan*. In Jakarta: Erlangga. Erlangga.
- Kaifa. Budio, S. (2019). *Strategi Manajemen Sekolah*. *Jurnal Menata*, 2(2), 64.
- Kaso, N., Mariani, M., Ilham, D., Firman, Aswar, N. & Iksan, M. (2021). *The Principal's Leadership: How to Improve the Quality of Teaching and Learning Process in State Junior High School of Luwu*. *Jurnal Ad'ministrare*, 8(1), 49–58. <https://doi.org/10.26858/ja.v8i1.19126>
- Kautsar M., Yusrizal & Bahrin. (2020). *Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kedisiplinan Guru di MAN 1 Aceh Utara*. *Jurnal Visipena*, 11(2), 354–376.
- Makawimbang, J. H. (2012). *Kepemimpinan pendidikan yang bermutu*. In Bandung: Alfabeta. Al-Fabeta.
- Kotler. *Marketing Management*, (Jakarta: Pren Hallindo, 1997), hal: 8
- Moleong, J. & Lexy. (n.d.). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Morissan, *Pengantar Public Relations strategi menjadi Hum as Profesional*, (Jakarta: Ramdina Prakasa, 2015), hlm. 134

- Muhaimin, dkk, Manajemen Pendidikan, (Jakarta: Kencana, 2010). 97
- Mulyadi, D. (2018). Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan, diedit oleh Dedi Supriyadi. Alfabeta.
- Mulyasa, E. (2003a). Menjadi Kepala Madrasah: Konsep Strategi Dalam Konteks Menyukseskan MBS dan KBK. [https://repository.unsimar.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1265&keywords=Mulyasa, E. \(2003b\). Menjadi Kepala Sekolah Profesional. In Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Remaja Rosdakarya.](https://repository.unsimar.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1265&keywords=Mulyasa,%20E.%20(2003b).%20Menjadi%20Kepala%20Sekolah%20Profesional.%20In%20Bandung:%20PT%20Remaja%20Rosdakarya.%20Remaja%20Rosdakarya.)
- Mulyasa, E. (2009a). Manajemen Berbasis Kompetensi: Konsep, Strategi, dan Implementasi. PT. Remaja Rosdakarya. Mulyasa, E. (2009b). Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Madrasah. Bumi Aksara. Mulyasana, D. (2012). Pendidikan Bermutu Dan Berdaya Asing. Remaja Rosda Karya. [http://senayan.iainpalangkaraya.ac.id/index.php?p=show_detail&id=11273&keywords= Mustofa, Arafat, Y. & Wardiah, D. \(2021\). Principal Leadership Strategies in Improving the Quality of Learning at Public Elementary Schools in Muara Telang District, Banyuasin Regency. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 182–187. https://doi.org/10.2991/assehr.k.210716.033](http://senayan.iainpalangkaraya.ac.id/index.php?p=show_detail&id=11273&keywords=Mustofa,%20Arafat,%20Y.%20&%20Wardiah,%20D.%20(2021).%20Principal%20Leadership%20Strategies%20in%20Improving%20the%20Quality%20of%20Learning%20at%20Public%20Elementary%20Schools%20in%20Muara%20Telang%20District,%20Banyuasin%20Regency.%20Advances%20in%20Social%20Science,%20Education%20and%20Humanities%20Research,%20182-187.%20https://doi.org/10.2991/assehr.k.210716.033)
- Mulyasa. (2012). Praktek Penelitian Tindakan Kelas. PT Remaja Rosdakarya.
- Muslichah, Dasar-Dasar Pemasaran, (Bandung: KPD, 2015), hlm. 50
- Naim, N. (2007). Kamus Besar Bahasa Indonesia,” in Kamus Besar Bahasa Indonesia. Kamus Besar Bahasa Indonesia, 3, 7–39. <https://www.kbbi.web.id/>
- Nasution. (2003). Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif. In Metode Research (Penelitian Ilmiah) (Issue 20). Tarsito. Peraturan Pemerintah (PP.) No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan. (n.d.).
- Paul Peter, & Jerry C.Olson.. Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran, (Jakarta: Salemba Empat. 2013). 12
- Payaman J,2016, Produktivitas Kerja pengertian dan Ruang Lingkupnya,Prisma,Jakarta
- Pianda, D. (2018). Kinerja guru: kompetensi guru, motivasi kerja dan kepemimpinan kepala sekolah. In CV Jejak (Vol. 5, Issue 1). CV Jejak.
- Prasetya, J. T. & Ahmadi, A. (2005). Strategi belajar mengajar. In Bandung: CV. Grasindo. Pujiyati, W. (2020). STRENGTHENING OF SCHOOL QUALITY THROUGH SCHOOL PRINCIPAL LEADERSHIP. International Journal of Educational Management and Innovation, 1(2), 151. <https://doi.org/10.12928/ijemi.v1i2.1685>

Rahayu, L. D. (2020). *Administrasi Dan Supervisi Pendidikan*. Remaja Rosdakarya. <https://doi.org/10.31227/osf.io/hjgk9> Riyanto, B. (2012). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. In ed. (Ed.), Universitas Negeri Malang (pp. 1–99). </free-contents/index.php/buku/detail/dasar-dasarpembelanjaan-perusahaan-bambang-riyanto-17080.html>

Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Cet. Ke-II* (Yogyakarta: Andi,2015) hal: 17

Umam, Khaerul.. *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung:CV Pustaka Setia. 2003). 35

Wijaya, Davis, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat 2012). 54

TRANSKIP WAWANCARA

Informan : Khaerudin
Koding : Instruktur1
Hari / tanggal : 10 Mei 2024
Tempat : Ruang Instruktur
Waktu : 10:00 WIB

- Peneliti : Assalamualaikum, perkenalkan nama saya Abdul Kasda mahasiswi Universitas PGRI Semarang, Saya disini ingin menanyakan mengenai strategi kepemimpinan Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang.
- Informan : Walaikum salam pak, silahkan, saya akan membantu sesuai yang saya ketahui
- Peneliti : Apa saja program yang ditawarkan oleh LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang?
- Informan : Program ini menyalurkan masyarakat yang memilih untuk belajar bahasa di Jepang. Siswa lulusan dari Lembaga Pelatihan Kerja LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang akan masuk sebagai pelajar di sekolah Jepang dengan mempelajari bahasa Jepang kurang lebih dua sampai tiga tahun sesuai dengan ketentuan sekolah yang dipilih. Selama berproses, siswa tersebut bekerja part time untuk memenuhi biaya dan kebutuhan hidup di Jepang.
- Peneliti : Apakah ada promosi yang ditawarkan oleh LPK Hideo Gakkou Indonesia sebagai kiat perusahaan dalam memberikan nilai tambahan sebagai daya tarik siswa?

- Informan : Ya, di LPK TGP itu ada promosi seperti jumlah siswa yang dibatasi agar tidak terlalu banyak, sehingga memicu keributan di kelas, sehingga siswa bisa belajar dengan tenang. Dan yang lain-lain tu difasilitasi dengan asrama gratis untuk siswa-siswa yang jauh. Asrama tersebut gratis sampai siswa bisa berangkat ke Jepang.
- Peneliti : apakah tujuan dari diadakanya tes kemampuan belajar ?
- Informan : Kita mengadakan tes kemapuan anak untuk evaluasi. Tujuan evaluasi ini adalah untuk memperbaiki cara, pembelajaran, mengadakan perbaikan dan pengayaan bagi warga belajar, serta menempatkan warga belajar pada situasi pembelajaran yang lebih tepat sesuai dengan tingkat kemampuan yang dimiliki. LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang evaluasi diadakan seminggu sekali, ada juga tes bulanan, dan tes-tes kecil yang dilakukan untuk mengevaluasi pembelajaran disetiap bab, try out yang dilakukan untuk mengukur kemampuan bahasa Jepang siswanya sebelum mengikuti seleksi progam magang atau BP2MI.
- Peneliti : apakah ada kompetensi pada program kursus di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang?
- Informan : Iya memang ada kompetensi pada program kursus di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang, kompetensi belajar ini ditentukan oleh pihak LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang, kapan dimana dan aturanya mainnya
- Peneliti : Kegiatan apa yang didapatkan siswa sebelum masuk ke perusahaan untuk mengikuti program pemagangan ?
- Informan : Sebelum masuk ke perusahaan untuk mengikuti program pemagangan, di Jepang para peserta magang akan mendapatkan Materi Pelatihan Terpusat di Training Center

selama satu bulan yang mana materi pelatihan tersebut meliputi; Orientasi IM Japan, dan Pelatihan Tingkat Dasar. Setelah tahap Materi Pelatihan Terpusat maka peserta magang akan masuk ke tahap kedua yaitu Pelatihan Kerja di perusahaan penerima yang di laksanakan di bulan ke-2 sampai dengan bulan ke-12 setelah kedatangan peserta di Jepang

- Peneliti : apa saja bentuk Kontrak kerja antara peserta dan perusahaan?
- Informan : Kontrak kerja antara peserta dan perusahaan juga meliputi Asuransi untuk melindungi para peserta magang selama melaksanakan program magang selama di perusahaan tersebut, asuransi yang diberikan berupa asuransi kecelakaan kerja dan asuransi umum dan kontrak kerja juga memuat kesepakatan pasca program pemagangan selesai, kelanjutan program setelah peserta kembali ke Indonesia tersusun secara sistematis dengan penyaluran peserta untuk bekerja di perusahaan Jepang yang berada di Indonesia dan memberikan dana untuk usaha mandiri di negara asal sebesar 600.000 Yen.

TRANSKIP WAWANCARA

Informan : Iqbal Fahmi
 Koding : Instruktur2
 Hari / tanggal : 12 Mei 2024
 Tempat : Ruang Instruktur
 Waktu : 09:00 WIB

Peneliti : Assalamualaikum, perkenalkan nama saya Abdul Kasda mahasiswi Universitas PGRI Semarang, Saya disini ingin menanyakan mengenai strategi kepemimpinan lembaga pelatihan kerja hideo gakkou Indonesia kabupaten Batang.

Informan : Walaikum salam pak, silahkan, saya akan membantu sesuai yang saya ketahui

Peneliti : Berapa lama proses pembelajaran dilakukan?

Informan : Kegiatan kami untuk semua program khusus materi bahasa itu minimal enam bulan dengan adanya sistem ujian per-bab. Jadi ada sistem naik kelas, untuk siswa yang lulus ujian akan dikelompokkan ke kelas di atasnya dari yang terendah di kelas D sampai yang teratas yaitu A. Hal ini merupakan pengelompokkan siswa untuk memudahkan proses belajar agar siswa benar-benar bisa menguasai materi per-bab nya. .

Peneliti : bagaimana prmdapat bapak tentang kualitas pendidikan di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang?

Informan : Kualitas pendidikan di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang menurut saya bagus dan terstruktur. Siswa bisa belajar dengan tenang dan nyaman juga sensei nya ketika mengajar tidak kaku, tapi mengajak interaksi siswa untuk

memberikan respon-respon. Intinya kalo untuk pelayanan saya merasa puas belajar di sini. Kami dituntut untuk menguasai materi dari awal sampai akhir. Itu bagus dengan sistem ujian per-babnya.

Peneliti : apakah harga pendidikan di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang sama dengan LPK lainya ?

Informan : Untuk ini kalau di harga sekolah dan biaya di setiap LPK hampir relatif sama, memang agak sedikit lebih murah kalau di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang, tetapi kalau dari harga hampir relatif sama cuman yang saat pertama saya cari itu adalah tentang latar belakang apakah LPK itu aman dan amanah

Peneliti : apa saja fasilitas yang ada di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang?

Informan : Kami memberikan dua modul untuk belajar, untuk hal-hal lain yang menunjang proses pembelajaran, tempat kami memiliki akses yang mudah karena terletak di samping jalan raya, ada 3 ruang kelas ber AC yang nyaman, Free Wifi, ruang membaca, lahan parkir, asrama gratis untuk siswa luar kota.

Peneliti : apakah tujuan umum dari pelatihan ?

Informan : Tujuan umum pelatihan, yaitu untuk mengembangkan pengetahuan, keahlian dan sikap sehingga pekerjaan dapat diselesaikan secara rasional, lebih cepat, lebih efektif dan dapat menimbulkan kemauan untuk bekerjasama. Tujuan pelatihan tidak semata-mata hanya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan saja melainkan juga untuk mengembangkan bakat

- Peneliti : apakah LPK Hideo Gakkou Indonesia mengadakan kompetensi belajar?
- Informan : iya memang kami mengadakan kompetensi belajar. Kompetensi belajar yang didalamnya memuat kriteria-kriteria tertentu yang harus dicapai oleh siswa sesuai dengan tujuan pengajaran. Pada program kursus di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang, kompetensi belajar ini ditentukan oleh pihak LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab. Batang dengan berpedoman pada Japan Foundation untuk menyiapkan dan membimbing warga belajar mengikuti seleksi IM Japan.
- Peneliti : Apakah ada kompetensi belajar yang ditentukan Pada program kursus di LPK Hideo Gakkou Indonesia?
- Informan : iya benar kompetensi belajar itu meliputi penguasaan mampu mengerjakan soal matematika, bahasa Jepang, dan latihan fisik, serta lulus tes ujian bahasa Jepang. Sertifikat kemampuan bahasa Jepang ini menjadi syarat bagi warga asing yang akan ke Jepang baik untuk magang, bekerja.
- Peneliti : apakah instruktur memberikan motivasi untuk mendorong warga belajar agar aktif dan semangat dalam proses pembelajaran?
- Informan : iya kadang kita memberikan motivasi. Motivasi ini biasanya diberikan dengan membagikan pengalaman-pengalaman instruktur selama bekerja di Jepang. Tentu saja hal yang dibagikan adalah hal-hal yang positif yang bisa dijadikan pelajaran untuk warga belajar yang sedang berjuang untuk lulus seleksi. Namun, terkadang ada juga instruktur yang tidak hanya menceritakan hal positifnya saja, berdasarkan hasil wawancara dengan UP yang merupakan instruktur LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang. Selain hal positif, ia juga

sering membagikan pengalaman bagaimana ia berjuang untuk lulus seleksi di IM Japan dan itu tidaklah mudah

Peneliti : Siapakah yang membimbing Program pelatihan kerja sebelum masuk ke perusahaan untuk mengikuti program pemagangan ?

Informan : Program pelatihan kerja di perusahaan ini peserta akan dibimbing dan dinilai oleh instruktur pelatihan dari perusahaan. Setelah pembimbingan dan penilaian dari instruktur pelatihan maka para peserta ini akan diseleksi kembali apakah layak untuk melanjutkan ketahap selanjutnya yaitu Praktek Keterampilan Kerja di perusahaan penerima di tahap ke tiga ini diperuntukkan bagi peserta yang lulus ujian keterampilan sertifikasi Negara, menunjukkan prestasi yang baik dalam pelatihan dan memperoleh ijin perubahan status tinggal. Program ini dilakukan dengan ikatan atau kontrak antara perusahaan penerima dengan peserta dimulai dari bulan ke-13 terhitung sejak kedatangan peserta di Jepang

Peneliti : berapakah Jangka waktu kontrak kerja untuk peserta programpraktek keterampilan kerja ?

Informan : Jangka waktu kontrak kerja untuk peserta programpraktek keterampilan kerja adalah satu tahun, demikian juga pada waktu akan masuk ke tahun ke-2 pada program yang sama. Hubungan antara perusahaan penerima dengan peserta magang adalah ikatan kerja yang mana tunjangan pelatihan berubah menjadi gaji yang dibayar langsung oleh perusahaan penerima sesuai dengan kontrak kerja, Kontrak kerja meliputi tunjangan minimum yang di berikan ke13 hingga bulan ke-24 kepada peserta magang adalah sebesar sama dengan tunjangan peserta pelatihan adalah satu tahun, demikian juga pada waktu akan masuk ke tahun ke-2 pada program yang sama. Hubungan

antara perusahaan penerima dengan peserta magang adalah ikatan kerja yang mana tunjangan pelatihan berubah menjadi gaji yang dibayar langsung oleh perusahaan penerima sesuai dengan kontrak kerja, Kontrak kerja meliputi tunjangan minimum yang di berikan ke13 hingga bulan ke-24 kepada peserta magang adalah sebesar sama dengan tunjangan peserta pelatihan

TRANSKIP WAWANCARA

Informan : Yusuf
Koding : Siswa1
Hari / tanggal : 25 Mei 2024
Tempat : Ruang Pembelajaran
Waktu : 12:00 WIB

Peneliti : Assalamualaikum, perkenalkan nama saya Abdul Kasda mahasiswi Universitas PGRI Semarang, Saya disini ingin menanyakan mengenai strategi kepemimpinan Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang.

Informan : Walaikum salam pak, silahkan, saya akan membantu sesuai yang saya ketahui

Peneliti : kegiatan apa saja yang terdapat dalam kegiatan internal ?

Informan : Kalau dalam kegiatan internal itu, kami ada kegiatan rapat yang biasanya setiap beberapa bulan sekali kami lakukan, apakah metode dan pendukung pembelajaran yang kami terapkan perlu dilanjutkan atau tidak. Apa yang tidak baik kami buang dan cari solusinya, apa yang baik kami lanjutkan. Sehingga harapan kami siswa bisa menerima dan senang dengan pelayanan di sini. Itu yang kami upayakan. Selain itu, saya pribadi selalu menuntut kepada para pengajar untuk memberikan pelayanan yang ramah, itu yang saya inginkan agar menjadi karakter identitas lembaga.

Peneliti : Bagaimana cara anda mengenal LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang ?

- Informan : Aku sih karena banyak melakukan sosial media di Instagram, jadi ya di Instagram. Awalnya sih saya cari-cari Tokutei Ginou, sampai saya ketemu beberapa LPK yang menyediakan program beasiswa sekolah keperawatan. Dan saya lebih berminat di sini. Awalnya si, pas saya searching-searching LPK yang memberangkatkan ke Jepang, salah satu yang saya temukan ya LPK LPK Hideo Gakkou Indonesia, dia malah muncul diberanda dalam iklan-iklan Instagram seperti itu, dia menawarkan salah satu yang unik yang saya lihat, yang di beberapa LPK yang saya liat programnya itu ada program khusus beasiswa sekolah keperawatan. Nah dari situ saya tertarik dengan program tersebut.
- Peneliti : apa yang membuat nada minat terhadap LPK Hideo Gakkou Indonesia?
- Informan : Saya merasa minat karena berawal mengetahui informasi Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang dari tayangan Instagram Ads yang kemudian berlanjut pada komunikasi langsung dengan pihak lembaga.
- Peneliti : Apakah anda mengenal LPK Hideo Gakkou Indonesia menggunakan media sosial ?
- Informan : Itu sebenarnya saya sudah tau sendiri, karena kan saya memang asli sini. Tapi cuma sekedar tau. Waktu itu saya kan posisi lagi merantau terus kontrak kerja di Tangerang waktu itu mau habis, terus saya melihat banyak teman-teman rumah saya yang sekolah Jepang di LPK Hideo Gakkou Indonesia. Sampai waktu itu kemudian saya didukung oleh teman saya yang sudah bersekolah di sini untuk mencoba daftar aja di LPK Hideo Gakkou Indonesia. Ya akhirnya ketika saya habis

kontrak kerja, saya pulang terus mendaftar di LPK Hideo
Gakkou Indonesia ini

TRANSKIP WAWANCARA

Informan : Anwar LPK Hideo Gakkou Indonesia

Koding : Siswa2

Hari / tanggal : 20 Mei 2024

Tempat : Ruang Pembelajaran

Waktu : 11:00 WIB

Peneliti : Assalamualaikum, perkenalkan nama saya Abdul Kasda mahasiswi Universitas PGRI Semarang, Saya disini ingin menanyakan mengenai strategi kepemimpinan Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang.

Informan : Walaikum salam pak, silahkan, saya akan membantu sesuai yang saya ketahui

Peneliti : Apakah di Lembaga Pelatihan Kerja LPK Hideo Gakkou Indonesia ini ada sistem ujian per bab ?

Informan : Di setiap materi bahasa per-bab itu kami ada sistem ujian per-bab. Jadi jika ada siswa yang nilainya dibawah kriteria, ya mereka harus mengulang materi itu

Peneliti : Bagaimana cara membuat siswa nyaman dan miat akan pembelajaran di di Lembaga Pelatihan Kerja LPK Hideo Gakkou Indonesia ?

Informan : Kalau untuk membuat siswa nyaman dan minat dengan pembelajaran di sini itu kami berupaya memberikan fasilitas belajar yang memadai, baik dari materi belajarnya ataupun metode pengajarannya, itu semua demi kualitas lembaga dan siswa itu sendiri. Di sini juga kami menuntut untuk semua siswa bisa saling membantu dalam belajar, jadi jika ada yang

kesulitan kami wajjibkan untuk membantu sesama. Jadi kami mengusahakan senyaman mungkin dalam kegiatan belajar, kami juga tidak menetapkan peraturan ketat seperti potongan rambut harus pendek dan sebagainya. Kami membebaskan, yang penting siswa nyaman, dan sopan aja

- Peneliti : Bagaimanakan pendapat anda tentang pelayanan di LPK Hideo Gakkou Indonesia ?
- Informan : Untuk pelayanan di LPK ini menurut saya bagus dan bertanggung jawab, kegiatan belajarnya itu santai dan interaktif antara sensei dan siswanya, sehingga siswa bisa fokus dengan materi. Saya merasa cukup puas dengan pelayanan di LPK ini
- Peneliti : bagaimana pendapat anda tentang smetode pembelajaran yang ada di LPK Hideo Gakkou Indonesia ?
- Informan : Menurut saya LPK ini nggak terlalu ketat tapi konsisten, dalam arti metode pembelajaran yang santai tapi tetap masuk
- Peneliti : bagaimana awal anda bisa mengenal Kerja LPK Hideo Gakkou Indonesia?
- Informan : Waktu itu bukan LPK Hideo Gakkou Indonesia yang memposting, tapi saya yang memposting sebuah status di grup pencari kerja Jepang, saya memposting tentang keadaan diri dan minat saya untuk bekerja di Jepang. Di situ banyak LPK lain yang mempromosikan diri mereka yang menurut saya agak berlebihan dengan menyebutkan nominal angka-angka segini “pasti berangkat”, tetapi justru hal itu malah membuat saya tidak percaya, tetapi LPK Hideo Gakkou Indonesia mempromosikannya dengan hanya menawarkan dirinya kalau dia ada sekolah bahasa Jepang dan bisa memproses untuk

bekerja ke Jepang. Jika berminat silahkan Tanya-tanya dan konsultasi terlebih dahulu, nah jadi itu membuat saya yakin.

Peneliti : bagaimana awal anda mengenal LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang?

Informan : Awalnya lewat postingan di instagramnya, kemudian di situ terdapat nomer WA dari owner nya. Kemudian coba saya hubungi, Alhamdulillah ownernya terbuka. Jadi memberikan kayak saran-saran dan lain-lain, kamu dapat melakukan ini, kalo kamu minat ini seperti ini. Sementara di beberapa LPK lain itu ownernya agak cuek. Kalo di sini Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang ownernya terbuka dalam memberikan masukan.

Peneliti : Promosi apa yang dilakukan sehingga ada tertarik dan dan berkonsultasi langsung tentang proses dan cara bekerja?

Informan : Dengan promosi yang tidak mempromosikan dirinya berlebihan saya menjadi tertarik dan mencari tau di sosial media dan berkonsultasi langsung tentang proses dan cara bekerja. Mereka menjelaskan secara detail proses hingga data apa saja yang diperlukan. Dan kemudian saya menjadi benar-benar yakin untuk belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang

TRANSKIP WAWANCARA

Informan : Direktur LPK Hideo Gakkou Indonesia

Koding : Informan1

Hari / tanggal : 12 Mei 2024

Tempat : Ruang Direktur

Waktu : 09:30 WIB

Peneliti : Assalamualaikum, perkenalkan nama saya Abdul Kasda mahasiswi Universitas PGRI Semarang, Saya disini ingin menanyakan mengenai strategi kepemimpinan Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang.

Informan : Walaikum salam pak, silahkan, saya akan membantu sesuai yang saya ketahui

Peneliti : bagaimana strategi penetapan harga agar mampu menarik masyarakat terhadap LPK ini?

Informan : Dalam menetapkan harga, kami berprinsip untuk tidak memberikan harga yang tinggi, maksudnya dibanding LPK lain kami dapat dikategorikan lebih murah. Jadi istilahnya ya masih dalam tahap pengembangan dari bawah, kalau langsung tinggi pasti orang akan banyak pertimbangan dan bisa saja memperkecil minat masyarakat terhadap LPK kami. Sementara kita memang termasuk lembaga yang masih baru di sini. Dan sampai saat ini harga yang kami tetapkan masih belum berubah seperti yang kami tetapkan dari dulu.

Peneliti : Berapakah harga pendidikan di LPK Hideo Gakkou Indonesia?

Informan : Untuk harga pendaftaran itu 400rb, kalo harga pendidikan itu semua program intensif enam bulan dengan harga satu juta

perbulannya, itu untuk pembelajaran bahasanya. Di setiap materi bahasa per-bab itu kami ada sistem ujian mingguan per-bab. Jadi jika ada siswa yang nilainya dibawah kriteria, ya mereka harus mengulang materi itu. Istilah jawanya ya “nunggak”. Jadi biaya itu ya dibayar perbulan 1 juta. Jika mungkin melebihi 6 bulan itu kami sistemnya potong harga lima puluh persen perbulannya. Atau kalau ada yang sudah 6 bulan tapi ketika ujian sertifikat level bahasa tidak lulus, maka keputusan selanjutnya itu terserah siswa, apakah ingin belajar sendiri dengan gratis karena materinya sudah kami berikan sebelumnya, jadi mereka tinggal mengulang saja, atau mereka justru ingin belajar dan mengulang di sini lagi ya silahkan, nanti perbulan biayanya kami potong lima puluh persen

- Peneliti : apa saja promosi yang dilakukan oleh LPK Hideo Gakkou Indonesia?
- Informan : Kalau cerita awalnya itu, kami dulu pernah menggunakan Facebook Ads, Instagram Ads kaya gitu mas, tapi sekarang kami sudah ngga make lagi, karena terbatas waktu tayangnya, jadi kami rasa kurang efektif. Begitu juga dengan pemasangan banner di depan LPK dan beberapa tempat di pinggir jalan, itu kami rasa juga kurang berpengaruh. Sampai sekarang akhirnya kami memilih media iklan untuk promosi yang menurut kami paling efektif saja mas. Untuk yang lebih murah dan efisien itu malah di media sosial mas, sekedar posting-posting grupgrup khusus peminat dunia Jepang di Facebook atau kami juga harus update terkait informasi kalo ada yang lagi nyari LPK di Facebook, itu kami tawarkan di postingannya. Terus share lewat WhatsApp, dan Instagram seperti itu. Setelah kami amati, ternyata memang lebih efektif promosinya melalui

media sosial. Karena penyebaran informasinya akan langsung mengenai sasaran potensial.

Peneliti : apakah ada strategi khusus dalam kegiatan komunikasi tatap muka?

Informan : Kalau untuk itu sebenarnya tidak dikonsep, tapi dari pihak kami semua berkontribusi mas. Lebih ke sukarela sebenarnya, karena memang tidak ada bidang khusus untuk promosi seperti itu. Tatap muka paling ya melalui segenap pekerja di sini. Mereka menginformasikan lembaga ini kepada keluarga atau siapapun di lingkungan terdekatnya yang tertarik untuk pergi ke Jepang. Sehingga para calon siswa dapat terbangun minatnya untuk percaya dengan LPK kami ini.

Peneliti : apakah di LPK Hideo Gakkou Indonesia ada bidang khusus mengenai Public Relations?

Informan : Kalo untuk kegiatan kehumasan kami belum ada mas. Kami pun juga belum ada untuk bidang humas ini, kami bahkan belum terpikirkan. Kalo untuk komunikasi dengan pihak lain sih masih saya sendiri yang pegang, jadi memang selama saya masih mampu untuk dikerjakan sendiri ya saya rasa belum perlu untuk bidang kehumasan. Pun demikian untuk kegiatan pemasarannya, itu saya yang mengelola, atau kalau saya sibuk juga admin media sosial juga dipegang sama mas Joni. Kalau untuk kehumasan kaitanya dengan promosi belum kami pikirkan, kalau saat ini bahkan kami aja membatasi kuota siswa per-pendaftarannya. Jadi kami rasa memang belum perlu untuk kegiatan seperti itu

Peneliti : Apa yang dilakukan siswa setelah belajar materi bahasa selama enam bulan?

- Informan : Selanjutnya siswa baru diperbolehkan untuk mengikuti ujian bahasa N4 dan ujian skill sesuai bidang pekerjaan yang dipilih siswa. Hal ini merupakan persyaratan wajib bagi siswa pemilih program tersebut
- Peneliti : Berapa lama waktu yang dilakukan Pelatihan pra pemberangkatan tahap 1?
- Informan : Pelatihan pra pemberangkatan tahap 1 berlangsung selama dua bulan lebih sepuluh hari yang di laksanakan oleh Disnakertrans bekerja sama dengan IM Japan. Disnakertrans yang dimaksud adalah Disnakertrans daerah yang bertanggung jawab atas penyediaan tempat pelatihan dan fasilitas pelatihan di daerah dan juga pelatihan fisik, mental dan disiplin (FMD). Sedangkan IM Japan bertanggung jawab atas pelatihan bahasa, kebudayaan, kelengkapan berkas, dan pemahaman peserta mengenai program ini .
- Peneliti : apa yang harus dipersiapkan oleh peserta magang sebelum melaksanakan program pelatihan di Jepang?
- Informan : Jadi sebelum kerja para peserta magang melaksanakan program pelatihan di Jepang diberikan pelatihan pra-keberangkatan di Indonesia yaitu meliputi; Rekrutmen/seleksi, pelatihan pra pemberangkatan tahap I di daerah selama 2 bulan dan pelatihan pra pemberangkatan tahap II di pusat (Cevest Bekasi) selama 2 bulan

TRANSKIP WAWANCARA

Informan : Wakil Direktur LPK Hideo Gakkou Indonesia
 Koding : Informan2
 Hari / tanggal : 12 Mei 2024
 Tempat : Ruang Direktur
 Waktu : 10:30 WIB

Peneliti : Assalamualaikum, perkenalkan nama saya Abdul Kasda mahasiswi Universitas PGRI Semarang, Saya disini ingin menanyakan mengenai strategi kepemimpinan lembaga pelatihan kerja hideo gakkou Indonesia kabupaten Batang.

Informan : Walaikum salam pak, silahkan, saya akan membantu sesuai yang saya ketahui

Peneliti : strategi apa yang dilakukan sehingga ada minat dengan LPK Hideo Gakkou Indonesia ?

Informan : Selain memposting di grup tersebut, pihak lembaga juga terbuka untuk memperhatikan keadaan grup ketika ada seseorang yang mencari informasi tentang lembaga pelatihan kerja. Dalam keadaan seperti itu, pihak lembaga menawarkan jasanya kepada orang-orang yang mencari lembaga pelatihan kerja tersebut melalui kolom komentar yang kemudian dapat berlanjut pada komunikasi langsung dengan pihak perusahaan.

Peneliti : strategi apa yang dilakukan sehingga ada minat dengan LPK Hideo Gakkou Indonesia ?

Informan : yang kami punya, seperti fasilitas ruang kelas yang nyaman, asrama gratis bagi siswa/siswi luar Kota. Kami juga memberikan metode pembayaran dengan biaya yang

dibayarkan perbulan, sehingga siswa yang berhenti di tengah jalan hanya cukup membayar selama dia belajar saja. Itu kami rasa agar sedikit tidak memberatkan. Kemudian untuk program beasiswa sekolah keperawatan kami menyediakan kelas bahasa level N3.

- Peneliti : apa saja fasilitas yang diberikan dengan LPK Hideo Gakkou Indonesia sebagai promosi sebagai daya tarik siswa?
- Informan : Untuk promosi sebagai daya tarik siswa itu kami menawarkan fasilitas yang kami punya, seperti fasilitas ruang kelas yang nyaman, asrama gratis bagi siswa/siswi luar Kota. Kami juga memberikan metode pembayaran dengan biaya yang dibayarkan perbulan, sehingga siswa yang berhenti di tengah jalan hanya cukup membayar selama dia belajar saja. Itu kami rasa agar sedikit tidak memberatkan. Kemudian untuk program beasiswa sekolah keperawatan kami menyediakan kelas bahasa level N3
- Peneliti : bagaimanakah strategi bauran promosi pada aspek pemasaran langsung?
- Informan : Komunikasi langsung yang kami lakukan biasanya melalui media sosial atau whatsApps langsung mas. Karena kan memang di setiap postingan kami menyertakan Contact Person yang bisa dihubungi. Jadi komunikasi secara langsung bisa saja didahului oleh peminat, atau juga bisa kami dahulu yang menghubungi mereka ketika di postingan ada yang sedang mencari lembaga pelatihan, dari situ kami menawarkan, kemudian biasanya kalo dia minat ya bisa lanjut ke pesan pribadi mas. Biasanya pasti banyak yang bertanya-tanya terkait apa yang mereka belum ketahui detailnya, maka kami terbuka untuk memberitahukannya

- Peneliti : promosi apa yang paling efektif dilakukan untuk mengenalkan PK Hideo Gakkou Indonesia justru kepada masyarakat luas ?
- Informan : Namun, malah justru yang paling efektif adalah penyebaran informasi yang dilakukan dari segenap pekerja atau siswa di sini. Jadi beberapa siswa mengenal LPK Hideo Gakkou Indonesia justru bukan hanya dari postingan yang kami unggah di media sosial, tetapi malah melalui informasi dari orang lain ini mas. Dari siswa-siswa yang mendaftar di sini ketika saya tanyakan banyak dari mereka tau LPK Hideo Gakkou Indonesia itu dari informasi temannya yang sedang belajar atau sudah di Jepang melalui LPK ini mas. Jadi justru media promosi yang bahkan tidak kami konsep ini secara tak ter-Setting malah ternyata membuat calon siswa tahu dan menjadi minat dengan LPK kami. Tentunya itu semua saya rasa juga tidak lepas dari hasil upaya kami untuk mempromosikan, dan usaha kami menjaga juga meningkatkan kualitas lembaga. Ketika kualitas kami bagus di mata siswa, bukan tidak mungkin para siswa ini membagikan informasinya kepada kerabat terdekatnya.
- Peneliti : apakah dampak positif dari kegiatan Word of Mouth sebagai media promosi?
- Informan : Sementara itu, dalam mengupayakan agar aktivitas Word of Mouth dapat menjadi media promosi yang tetap efektif, LPK Hideo Gakkou Indonesia mengupayakan kualitas lembaga agar tetap memiliki kesan yang baik bagi siswa dan lulusannya. Sehingga hal ini tidak memberikan dampak negatif bagi citra perusahaannya, melainkan memberikan dampak positif sebagai media promosi efektif yang secara otomatis dapat membuat pengaruh akan timbulnya rasa percaya dan minat dari peminat

kerja dan sekolah di Jepang kepada LPK Hideo Gakkou Indonesia

- Peneliti : apakah ada yang pernah lulus seleksi *Japanese Language Proficiency Test* pada level N5?
- Informan : Iya pernah ada yang telah lulus seleksi *Japanese Language Proficiency Test* pada level N5. Selain itu, selama sembilan bulan ikut belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang ia banyak mendapatkan pengetahuan baru tentang Jepang meliputi budaya dan sikap yang harus dimiliki apabila ingin magang ke Jepang. Selanjutnya adalah informan yang merupakan alumni dari LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang yang lulus seleksi IM Japan, hanya dalam kurun waktu tiga bulan
- Peneliti : Bagaimana cara melihat Peningkatan keterampilan bahasa Jepang pada warga belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia?
- Informan : Peningkatan keterampilan bahasa Jepang pada warga belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia ini terlihat dari jumlah warga belajar yang sudah lulus dalam mengikuti seleksi IM Japan yaitu sebanyak 30 orang dalam kurun waktu tiga tahun lebih, yang artinya dalam setiap seleksi ada kurang lebih 10 warga belajar yang lulus seleksi pemagangan ke Jepang. Selain itu, peningkatan keterampilan bahasa Jepang pada warga belajar ini terlihat dari penggunaan bahasa Jepang pada kegiatan pembelajaran sehari-hari, mulai dari kosakata, kemampuan percakapan, dan tulisan dalam bahasa Jepang seperti katakana, hiragana, dan kanji. Selain itu, hampir seluruh warga belajar angkatan tahun 2020 sudah memiliki sertifikat JLPT N5
- Peneliti : setelah melewati proses seleksi, apakah masih ada tahapan pelatihan sebelum pemberangkatan?

- Informan : iya benar jadi memang ada tahapan tahapannya dimulai dari pelatihan pra- pemberangkatan tahap 1, pelaksanaan pelatihan pra- pemberangkatan tahap II dan pelaksanaan program pemagangan di Jepang. pelatihan pra keberangkatan I di daerah selama dua bulan selanjutnya para calon peserta magang dari seluruh Indonesia dikumpulkan di BBPLKN atau yang dikenal dengan nama CEVEST (Center for Vocational and Extension Service Training) berlokasi di Bekasi, Jawa Barat
- Peneliti : siapakah yang bertanggungjawab atas keberangkatan peserta magang di Jepang?
- Informan : Pihak yang melaksanakan pelatihan pra keberangkatan ini merupakan tanggung jawab bersama antara IM Japan dan Dipnakertrans daerah/pusat. Pelaksanaan pelatihan pra keberangkatan tentu membutuhkan biaya tambahan yang akan membebani kedua belah pihak sebagai pihak pelaksana pelatihan pra keberangkatan maka kontrak program magang yang relatif panjang yaitu berdurasi selama 3 tahun dapat mengefisienkan biaya pelatihan yang dibebankan kepada IM Japan dan Dipnakertrans Indonesia

TRANSKIP WAWANCARA

Informan : Achmad Erfan Eri

Koding : Informan3

Hari / tanggal : 20 Mei 2024

Tempat : Ruang Sekertaris

Waktu : 09:30 WIB

Peneliti : Assalamualaikum, perkenalkan nama saya Abdul Kasda mahasiswi Universitas PGRI Semarang, Saya disini ingin menanyakan mengenai strategi kepemimpinan Lembaga Pelatihan Kerja Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang.

Informan : Walaikum salam pak, silahkan, saya akan membantu sesuai yang saya ketahui

Peneliti : apakah ada tujuan tertentu tentang penetapan harga di LPK ini yang tidak memberikan harga yang tinggi ?

Informan : Kami menetapkan harga juga tentu bertujuan untuk menjaga peluang minatnya masyarakat dan citra kami sendiri. Jika siswa nyaman atau masyarakat senang, syukur-syukur mereka puas dengan keberadaan dan pelayanan di LPK kami, maka kami pun akan lebih merasakan senang. Karena pesan dan kesan yang baik dari lulusan LPK ini kan bisa saja ya mas, syukur kalau mereka akan membagikan informasi LPK ini ke teman-teman atau keluarga terdekatnya. Sehingga LPK kami akan lebih dikenal lagi oleh masyarakat.

Peneliti : apa saja kegiatan yang ada di LPK Hideo Gakkou Indonesia?

Informan : Kegiatan kami itu ada kegiatan biasa harian, terus mingguan dan ada juga kegiatan khusus. Kegiatan harian itu kami ada

dua sesi, sesi pagi dari jam 8 sampai 12 siang. Untuk sore dari jam 1 sampai jam 5 sore. Kegiatan mingguan ada bersih-bersih dilakukan di area LPK saja, olahraga biasanya kami kalau tidak futsal ya badminton. Kalau kegiatan khusus itu ada kelas wawancara dan kelas N3

- Peneliti : Adakah keamanan khusus yang ada di LPK Hideo Gakkou Indonesia ?
- Informan : Tidak ada keamanan khusus, paling ya oleh salah satu sensei di sini, karena ada yang nginep di sini, paling tambahan CCTV di halaman parkir, halaman samping, dan halaman depan asrama. Kalo untuk keamanan asrama itu selalu kami pantau, kami batasi maksimal jam 9 malam mereka harus sudah ada di asrama. Biar kondusif dan mereka tidak keluar-keluar malam yang tidak jelas
- Peneliti : Stategi apa yang paling efektif sehingga produk akan lebih mudah tersebar kepada calon konsumen yang lain?
- Informan : Melalui Word of Mouth ini, saluran komunikasi personal yang tercipta tidak membutuhkan biaya yang besar bahkan menjadi promosi gratis bagi perusahaan karena dengan melalui pelanggan yang puas, rekomendasi atau referensi dari konsumen terhadap produk akan lebih mudah tersebar kepada calon konsumen yang lain.
- Peneliti : Apa yang anda ketahui tentang LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang?
- Informan : Pendidikan dan pelatihan bahasa Jepang di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang yaitu pendidikan dan pelatihan praseleksi program pemagangan IM Japan tingkat daerah. Pendidikan dan pelatihan ini bertujuan untuk mempersiapkan dan membimbing warga belajar yang nantinya akan mengikuti

seleksi IM Japan. Materi yang di ajarkan pada kursus bahasa Jepang di L LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang adalah bahasa Jepang, budaya Jepang, pembinaan sikap, pembinaan fisik dan matematika yang nantinya akan dites pada seleksi IM Japan

- Peneliti : bagaimana keaktifan warga belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia ?
- Informan : Jadi memang keaktifan warga belajar di LPK Hideo Gakkou Indonesia Kab.Batang cukup baik. Instruktur juga memberikan semangat. Memberikan motivasi atau menarik perhatian warga belajar, sehingga mereka berperan aktif dalam pembelajaran, Memberikan stimulus (masalah, topik, dan konsep yang akan dipelajari serta Memunculkan aktifitas, partisipasi warga belajar dalam kegiatan pembelajaran
- Peneliti : menurut anda apakah yang dimaksud dengan Pendidikan keterampilan?
- Informan : Pendidikan keterampilan merupakan pendidikan yang dapat memberikan bekal keterampilan yang praktis, terpakai, terkait dengan kebutuhan pasar kerja, peluang usaha, dan potensi ekonomi atau industri yang ada di masyarakat, termasuk pada program ini adalah ketrampilan bahasa jepang. Jadi kami ada latihan diskusi dengan bahasa jepang
- Peneliti : Menurut anda apa yang dimaksud Proses wawancara dengan Touroku Shien Kikan?
- Informan : Proses wawancara dengan Touroku Shien Kikan (TSK) merupakan tahap penyeleksian dan rekomendasi kepada pihak perusahaan di Jepang. Selanjutnya pada proses ini siswa akan dinyatakan diterima atau tidak diterima. Bagi siswa yang dinyatakan diterima, maka selanjutnya menunggu konfirmasi

pihak perusahaan Jepang dan kemudian ada wawancara dengan pihak perusahaan Jepang sampai pada tahap akhir yaitu tanda-tangan kontrak kerja dengan perusahaan Jepang

Peneliti : Proses apa yang harus dilewati siswa setelah proses seleksi dan pelatihan ?

Informan : Pasca peserta magang melewati proses seleksi dan pelatihan yang cukup ketat di Indonesia, peserta akan diberangkatkan ke Jepang untuk mengikuti program praktek keterampilan kerja di perusahaan penerima yang beraada di Jepang. Program dilaksanakan selama 3 tahun di Jepang yang terdiri dari 3 bagian, yaitu pertama pelatihan terpusat di training center, pelatihan di perusahaan penerima, dan praktek keterampilan kerja di perusahaan penerima. Saat dua tahap pelatihan pra keberangkatan selesai di Indonesia dan para peserta di nyatakan lulus dan di berangkatkan ke Jepang

Peneliti : apakah diperlukan kontrak kerja atau perjanjian kerja bagi para siswa yang magang di Jepang ?

Informan : Iya jadi memang penyaluran dan penempatan tenaga kerja diawali dengan kontrak kerja atau perjanjian kerja adalah salah satu elemen penting yang melekat pada suatu hubungan bisnis/kerja baik yang berskala besar maupun kecil, baik domestik maupun internasional. Kontrak kerja berfungsi memberikan kepastian hukum bagi para pihak baik mengatur hak dan kewajiban para pihak serta mengamankan transaksi bisnis dan mengatur tentang pola penyelesaian sengketa yang timbul di antara kedua belah pihak.

DOKUMEN KEGIATAN PENELITIAN



GAMBAR 1
Peneliti Menyerahkan Surat Ijin Penelitian



GAMBAR 2
Wawancara Bersama Pimpinan
LPTK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang



GAMBAR 3
Wawancara Bersama Instruktur 1



GAMBAR 4
Wawancara Bersama Instruktur 2



GAMBAR 5
Wawancara Bersama Siswa 2



GAMBAR 5
Wawancara Bersama Siswa 3



GAMBAR 6
Wawancara Bersama Instruktur



GAMBAR 4
LPTK Hideo Gakkou Indonesia Kabupaten Batang