



**STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING PADA LEMBAGA PENDIDIKAN DAN  
PELATIHAN MAGISTRA UTAMA JEMBER**

*(Competitive Advantage Strategi At “Magistra Utama” Educational Institutions  
And Training in Jember)*

**TESIS**

**Oleh:**

Nurita Kustiari Ningrum  
NIM. 110920101004

**KONSENTRASI ILMU ADMINISTRASI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2016**



**STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING PADA LEMBAGA PENDIDIKAN DAN  
PELATIHAN MAGISTRA UTAMA JEMBER**

*(Strategic Competitive Advantage To Educational Institutions And Training Magistra Utama  
Jember)*

**TESIS**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Studi Magister Ilmu Administrasi (S2)  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Jember

**Oleh:**

Nurita Kustiari Ningrum  
NIM. 110920101004

**KONSENTRASI ILMU ADMINISTRASI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2016**

## PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk:

- Ayahanda Abdul Rasid dan Ibunda Alm Asmaul Husna yang ku banggakan dengan segenap hormat aku sampaikan terima kasih yang tak terhingga atas doa dan kasih sayangnya dalam mengantarku pada keberhasilan.
- Pengganti ortu saya Mas Suprayitno dan Mbak Nurul Badriah yang kubanggakan terimakasih atas do'a dan dukungan baik secara material dan limpahan kasih sayang yang belum dapat kubalas sehingga saya bisa menyelesaikan study dan berusaha menggapai cita- cita yang saya impikan
- Saudaraku Mbak Aminatus Sa'diyah dan Mas Ali, Faisol Nur dan Mbak Lia yang kusayangi terimakasih atas dukungannya selama ini sehingga adek bisa selesai
- My husband Nashihul Ibad Elhas terima kasih atas Do'a dan suportnya
- Ananda Ganeta Hafeza Nabela Ningrum yang dengan senyum ceria buat miyu semangat untuk segera menyelesaikan
- Keponakan Adhitiya, Aldi, Adam, Qori, adek Qori, Nafisah, Quinta, Qutbi semoga bisa cepat jadi kebanggaan orangtua dan berguna untuk negara
- Akh Supriadi, fidi Yoki Pratama terimakasih Do'a dan dukungannya
- Almamater yang ku banggakan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

## MOTTO

“Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah” (lessing)



“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua” (Aristoteles)

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurita Kustiari Ningrum, S Sos.

NIM : 110920101004

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Tesis) yang berjudul : “Strategi Keunggulan Bersaing Lembaga Pendidikan Dan Pelatihan Magistra Utama Jember” adalah benar-benar karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 17 Juni 2016  
Yang Menyatakan

**Nurita Kustiari Ningrum, S Sos.**  
NIM. 110920101004

## PERSETUJUAN

Tesis berjudul : “Strategi Keunggulan Bersaing Lembaga Pendidikan Dan Pelatihan Magistra  
Utama Jember” Telah di uji dan disahkan pada:

Hari/Tanggal : Jum’at, 24 Juni 2016

Waktu : !3.00 WIB WIB

Tempat : Ruang Ujian Pascasarjana – Fisip Universitas Jember

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Anggota

**Dr. Akhmad Toha, M. Si.**  
NIP. 19571227 198720 1 002

**Dr. Edy Wahyudi, M.M**  
NIP. 197508252002121002

Mengetahui/Menyetujui  
Ketua Program Studi Magister  
Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Jember

**Dr. Zarah Puspitaningtyas, S Sos., SE., M Si.**  
NIP. 19790220200212 2 001

## PENGESAHAN

Tesis berjudul : “Strategi Keunggulan Bersaing Lembaga Pendidikan Dan Pelatihan Magistra Utama Jember” Telah di uji dan disahkan pada:

Hari/Tanggal : Jum’at, 24 Juni 2016

Waktu : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian Pascasarjana – Fisip Universitas Jember

**Tim Penguji**

Ketua Penguji

**Dr. PujiWahono, M. Si.**

NIP. 19600201 198702 1 001

Anggota Penguji I

Anggota Penguji II

**Dr. Akhmad Toha, M. Si.**

NIP. 19571227 198720 1 002

**Dr. Edy Wahyudi, M.M**

NIP. 197508252002121002

Anggota Penguji III

Anggota Penguji IV

**Dr. Djoko Poernomo, M. Si.**

NIP. 19600219 198702 1 001

**Dr. Zarah Puspitaningtyas, S Sos., SE., M Si.**

NIP. 19790220200212 2 001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Jember

**Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA.**

NIP. 19520727 198103 1 003

## **ABSTRACT**

*Magistra Utama had aims to produce a skilled workforce, is also preparing for becoming an entrepreneur (entrepreneur). Business strategy applied Magistra Utama is to create competitive advantage and continuous innovation in the form of design distribution program of work and mentoring work, the advantages of low cost to improve the productivity of the company which refers to the effectiveness and efficiency of the company in achieving its goals. Top Magistra differentiated education programs and services.*

*Magistra Utama gives advantages offered include educational programs one year with soft skills training, facilities, processes conducive educational and post-educational services such as finding jobs and fostering prospective entrepreneur. The success of strategic use of competitive advantages supported by several factors, including : the ability and employee empowerment adequate, strong marketing capability and supported by reliable marketing personnel, innovation and creativity that are sustainable, and unique educational programs, curriculum, service innovation post-graduate, innovation techniques of learning computerized, using the Insight Teacher to explain the application of learning materials so as to facilitate the students / participants can use a chat program to communicate with the instructor.*

*Magistra Utama uses the concept of education Tripple Competence is a combination of science curriculum in theory and practice, has character, personality and a good mental attitude, as well as the introduction of entrepreneurship education. Top Magistra Utama cooperates with many private companies and government agencies for internships (technical) knowledge transfer and distribute graduates into the working fields.*

***Keywords: Business strategy, competitive advantage, Low cost, Differentiation and Innovation.***

## ABSTRAK

Magistra Utama bertujuan mencetak tenaga kerja terampil dan mempersiapkan calon wirausaha (*entrepreneur*). Strategi bisnis yang diterapkan Magistra Utama adalah menciptakan keunggulan bersaing dan inovasi secara berkesinambungan berupa desain-desain program penyaluran kerja dan pendampingan kerja, keunggulan *low cost* untuk meningkatkan produktivitas perusahaan yang mengacu pada efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Magistra Utama memiliki diferensiasi program dan layanan pendidikan.

Keunggulan Magistra Utama antara lain program pendidikan 1 tahun dengan pelatihan *soft skill*, fasilitas, proses pendidikan kondusif dan layanan pasca pendidikan seperti mencarikan lapangan kerja dan membina calon *entrepreneur*. Keberhasilan penggunaan strategi keunggulan bersaing didukung kemampuan dan pemberdayaan karyawan yang memadai, pemasaran yang kuat oleh tenaga pemasaran yang handal, inovasi dan kreativitas berkelanjutan, dan keunikan program pendidikan, kurikulum, inovasi layanan pasca lulus, inovasi teknik pembelajaran terkomputerisasi, menggunakan aplikasi *Insight Teacher* untuk memudahkan peserta program berkomunikasi dengan para instruktur.

Magistra Utama menggunakan konsep pendidikan *Tripple Competence*, yaitu kombinasi kurikulum ilmu pengetahuan secara teoritis dan praktek, memiliki karakter, kepribadian dan sikap mental yang baik, serta pengenalan pendidikan kewirausahaan. Magistra Utama menjalin kerja sama dengan banyak perusahaan swasta dan instansi pemerintah untuk tempat magang (praktek kerja), transfer ilmu dan menyalurkan lulusan ke dunia kerja.

**Kata Kunci: Strategi bisnis, Keunggulan bersaing, *Low cost*, Diferensiasi dan Inovasi.**

## **PRAKATA**

Alhamdulillah robbil alaamiin, penulis memenjatkan rasa syukur kehadiran Allah SWT, atas terselesaikannya penulisan tesis yang berjudul “Strategi Keunggulan Bersaing Lembaga Pendidikan Dan Pelatihan Magistra Utama Jember”. Hal ini semuanya semata-mata hanya karena berkat rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari Dosen Pembimbing untuk itu penulis menyampaikan terima kasih dan rasa hormat kepada Bapak Dr. Akhmad Toha. M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Dr. Edy Wahyudi, M.M selaku Dosen Pembimbing Anggota, yang dengan kesabaran dan keikhlasannya telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan petunjuk yang sangat berharga dan sarat akan sentuhan nilai-nilai akademik.

Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat

- Drs. Muhamad Hasan, M Sc., Ph D. selaku Rektor Universitas Jember, yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk mengikuti perkuliahan pada Program Pascasarjana Program Studi Ilmu Administrasi.
- Prof. Dr. Hary Yuswadi, M A. selaku Dekan FISIP Universitas Jember yang telah membantu selama mengikuti Program Magister.
- Dr. Zarah Puspitaningtyas, S Sos., SE., M Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu selama mengikuti Program Magister.
- Para Dosen Pengajar pada Program Pascasarjana Program Studi Ilmu Administrasi yang dengan penuh kesabaran memberikan ilmu bagi kami mahasiswa dalam memperdalam ilmu administrasi.
- Seluruh Staf Administrasi pada Program Pascasarjana Program Studi Ilmu Administrasi Universitas Jember yang telah memberikan pelayanan administrasi dengan baik selama mengikuti perkuliahan
- Bapak Dedi Wicaksono, S.Pd selaku manajer Magistra Utama Jember yang telah banyak membantu dalam proses penelitian ini

- Ibu Maria Ulfa, SS selaku Kabag Diklat Magistra Utama Jember yang telah banyak membantu dalam proses penelitian ini
- Bapak Amin,SE selaku Kabag Pemasaran Magistra Utama Jember yang telah banyak membantu dalam proses penelitian ini
- Bapak Ivan Febrianto, A.Md selaku Kabag Pasker Magistra Utama Jember yang telah banyak membantu dalam proses penelitian ini
- Keluarga, rekan kerja dan rekan-rekan mahasiswa seangkatan yang telah memberi dorongan dan semangat, yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini. Penulis berharap semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat kepada yang berminat membacanya, disamping itu semoga Allah SWT. Memberikan balasan kepada semua pihak yang telah membantu penulisan ini, baik langsung maupun yang tidak langsung. Amin

Jember, 17 Juni 2016

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	ii
LEMBAR MOTTO.....	iii
LEMBAR SURAT PERNYATAAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN .....	v
LEMBAR PENGESAHAN .....	vi
LEMBAR ABSTRAC .....	vii
LEMBAR ABSTRAK .....	viii
LEMBAR PRAKATA .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....</b>	<b>12</b>
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	12
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Pengertian Strategi .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 Jenis Strategi .....</b>	<b>16</b>
<b>2.3 Tingkatan Strategi .....</b>	<b>19</b>
<b>2.4 Strategi Persaingan .....</b>	<b>22</b>
<b>2.5 Keunggulan Bersaing .....</b>	<b>24</b>
<b>2.6 Strategi Diferensiasi .....</b>	<b>28</b>
<b>2.7 Strategi <i>Low Cost</i>.....</b>	<b>31</b>
<b>2.8 Pengertian Pemasaran .....</b>	<b>33</b>

2.9 Pengertian Jasa.....	36
2.10 Karakteristik Jasa .....	38
2.11 Pemasaran Jasa .....	40
2.12 Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan .....	42
2.13 Acuan Penelitian Terdahulu.....	44
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	46
3.2 Lokasi Penelitian.....	47
3.3 Sumber dan Jenis Data.....	48
3.4 Penentuan Informan Penelitian .....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.5.1 Pengumpulan Data Primer .....	51
3.5.2 Pengumpulan Data Sekunder .....	53
3.6 Analisa Data .....	54
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	55
3.8 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	59
<b>BAB IV. MANAJEMEN PEMBELAJARAN MAGISTRA UTAMA.....</b>	<b>60</b>
4.1 Perkembangan Magistra Utama Dari Awal Sampai Sekarang.....	60
4.2 Visi, Misi dan Tujuan Magistra Utama.....	62
4.3 Mekanisme Kerja Magistra Utama .....	63
4.4 Kurikulum Magistra Utama .....	67
4.5 Sistem dan Metode Pembelajaran Magistra Utama .....	71
4.5.1 Sistem Pembelajaran Magistra Utama.....	71
4.5.2 Metode Pembelajaran Magistra Utama.....	73
4.6 Program Kewirausahaan.....	76

<b>BAB V. STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING.....</b>	<b>78</b>
<b>5.1 Strategi Bisnis.....</b>	<b>78</b>
<b>5.2 Keunggulan Bersaing.....</b>	<b>80</b>
5.2.1 <i>Low Cost</i> .....	80
5.2.2 Diferensiasi.....	85
5.2.3 Inovasi.....	91
5.2.3.1 Inovasi Kurikulum .....	91
5.2.3.2. Inovasi Layanan .....	94
5.2.3.3. Inovasi Fasilitas dan Sarana Pembelajaran .....	95
5.2.3.4 Inovasi Tehnologi Pembelajaran .....	96
<b>5.3 Program Pendidikan Yang Terintegrasi .....</b>	<b>98</b>
5.3.1 Kurikulum Yang Terdiri Teori Dan Praktek.....	98
5.3.2 Kerjasama dengan dunia usaha/kerja.....	101
5.3.3 Kegiatan pemasaran yang efektif dan efisien .....	104
5.3.4 Pembinaan dan Layanan Peserta Didik.....	111
<b>5.4 Evaluasi Program Pendidikan dan Pelatihan.....</b>	<b>113</b>
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>118</b>
<b>6.1 Kesimpulan .....</b>	<b>118</b>
<b>6.2 Saran .....</b>	<b>119</b>

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>2.1 Tingkatan Strategi .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2 Strategi Bersaing.....</b>	<b>27</b>
<b>3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....</b>	<b>59</b>
<b>4.1 Struktur Organisasi Manajemen Cabang Magistra Utama Jember ..</b>	<b>63</b>
<b>5.1 Model Strategi Keunggulan Bersaing .....</b>	<b>116</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>1.1 Perbedaan Magistra Utama Jember dan PIKMI CLEdS Jember.....</b>	9
<b>2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang ....</b>	46
<b>4.1 Data Tenaga Pengajar <i>Part Timer</i> Magistra Utama .....</b>	67
<b>4.2 Kurikulum Magistra Utama Jember .....</b>	68
<b>5.1 Data Peserta Program Yang Telah Bekerja .....</b>	104
<b>5.2 Daftar Kunjungan Sekolah .....</b>	106

## BAB 1. PENDAHULUAN

## **I. I Latar belakang Masalah**

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara (UU No. 20 Tahun 2003 “ *Tentang Sistem pendidikan Nasional* “, 22). Pendidikan adalah sebagai upaya untuk memanusiakan manusia.(Hermawan, 2010:26). Pendidikan adalah usaha sengaja yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mempengaruhi peserta didik agar kelak menjadi dewasa atau mencapai tingkat kehidupan yang lebih baik. (Hermawan, 2010: 33-34).

Pendidikan pada hakikatnya merupakan suatu upaya mewariskan nilai, yang akan menjadi penolong dan penentu umat manusia dalam menjalani kehidupan, dan sekaligus untuk memperbaiki nasib dan peradaban umat manusia. Tanpa pendidikan, maka diyakini bahwa manusia sekarang tidak berbeda dengan generasi manusia masa lampau, yang dibandingkan dengan manusia sekarang, telah sangat tertinggal baik kualitas kehidupan maupun proses-proses pemberdayaannya. Secara ekstrim bahkan dapat dikatakan, bahwa maju mundurnya atau baik buruknya peradaban suatu masyarakat, suatu bangsa, akan ditentukan oleh bagaimana pendidikan yang dijalani oleh masyarakat bangsa tersebut.

Pendidikan merupakan salah satu kebutuhan dasar hidup manusia, karena semakin pendidikan seseorang akan menentukan semakin baik taraf hidupnya. Pendidikan memegang peranan penting dalam mengembangkan hubungan antara taraf hidup seseorang dan kualitas kehidupan seseorang sehingga seseorang dipandang layak disegani dan memiliki strata sosial yang lebih baik dari orang lain dalam kehidupan bermasyarakat. Masyarakat memiliki kesempatan yang seluas-luasnya untuk berpartisipasi dalam penyelenggaraan pendidikan, khususnya melalui program kursus. Ketentuan ini diatur oleh Undang-Undang system pendidikan. Kursus sebagai salah satu satuan pendidikan pada jalur pendidikan nonformal sangat fleksibel dengan kebutuhan masyarakat dan tuntutan dunia usaha/industri. Pendidikan kursus diselenggarakan bagi masyarakat yang memerlukan bekal pengetahuan, ketrampilan, kecakapan hidup dan sikap untuk mengembangkan diri, mengembangkan profesi, bekerja, usaha mandiri dan atau melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.

Pendidikan merupakan salah satu hak dasar manusia sehingga pendidikan adalah hak asasi manusia yang dilindungi Undang-Undang sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 34. Pendidikan tidak hanya menjadi tanggung jawab individu tetapi juga merupakan tanggung jawab pemerintah sebagai pemangku kepentingan rakyat. Pemerintah selaku pemegang kekuasaan tertinggi dalam kehidupan bermasyarakat mewajibkan setiap individu anggota masyarakat agar menuntut ilmu setinggi mungkin dan pemerintah memfasilitasi agar pendidikan dapat dinikmati oleh setiap warga masyarakat. Sehingga pemerintah menyelenggarakan satu sistem pendidikan secara nasional bagi seluruh warga masyarakat secara adil, merata dan berkompeten serta mampu bersaing dengan bangsa-bangsa yang lain.

Pendidikan tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah semata, namun juga menjadi tanggung jawab masyarakat dan pihak pihak swasta yang berkecimpung di bidang pendidikan. Dunia pendidikan saat ini memiliki peran terbesar dalam membentuk karakter penerus bangsa terutama dalam menghadapi tantangan secara global. Dengan demikian, setiap pihak baik pemerintah, masyarakat maupun pihak swasta terutama lembaga pendidikan dituntut menyiapkan strategi untuk mampu menghadapi tantangan pasar kerja global dimana persaingan dunia kerja tidak hanya dari tenaga kerja dalam negeri tetapi juga dari luar negeri.

Lembaga pendidikan merupakan salah satu pihak yang berperan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa melalui penyelenggaraan pendidikan di Indonesia tentu dihadapkan pada kendala yang berkaitan dengan peningkatan kualitas program pendidikan yang ditawarkan. Ketersediaan dan kualitas tenaga pendidik yang sesuai dengan bidangnya, serta integritas dan intelektualitas tenaga pendidik dituntut dapat memenuhi kualifikasi program-program pendidikan yang ditawarkan oleh suatu lembaga pendidikan. Kualitas tenaga pendidik dan kualitas program yang ditawarkan tersebut dapat digunakan sebagai salah satu kunci lembaga pendidikan bersaing dalam menghadapi dunia pendidikan yang semakin dapat berkompeten di persaingan global terutama di dunia kerja.

Lembaga pendidikan harus mampu menawarkan paket-paket pendidikan yang mempersiapkan peserta didik untuk dapat bersaing di dunia kerja baik secara kualitas maupun kuantitas. Lembaga pendidikan harus mempunyai paket-paket pendidikan yang dapat menarik minat calon peserta didik yang banyak supaya bergabung dalam suatu lembaga pendidikan tersebut dan menghasilkan anak didik yang memiliki kualitas baik dan berani bersaing dengan anak didik dari lembaga pendidikan yang lain. Pendidikan memiliki fungsi yang sangat penting

dalam mengembangkan hubungan antara pendidikan dan realitas kehidupan yang mantap dan bermakna dalam kehidupan bermasyarakat, sedangkan peranan pendidikan yang mendasar adalah untuk memanusiakan manusia.

Dalam dunia pendidikan dikenal 2 jenis pendidikan. Pertama pendidikan formal yaitu pendidikan yang diperoleh dari lembaga formal seperti sekolah dan perguruan tinggi. Kedua pendidikan non formal yaitu pendidikan yang diperoleh dari lembaga nonformal seperti kursus. Pendidikan yang diselenggarakan oleh lembaga kursus dapat memberikan sumbangan pendidikan kepada bangsa sebagai salah satu bentuk pendidikan nonformal (Pasal 13 ayat 1 UU No. 20 Tahun 2003). Pendidikan nonformal dapat berperan sebagai pelengkap (*complement*) terhadap pendidikan formal, yaitu pendidikan nonformal dapat menyajikan mata pelajaran atau kegiatan belajar yang belum termuat dalam kurikulum pendidikan formal.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, banyak bermunculan lembaga pendidikan yang menjalankan bisnis jasa pendidikan dan pelatihan dengan berbagai program pendidikan yang ditawarkan. Dengan banyak lembaga pendidikan, maka semakin banyak pilihan bagi calon peserta didik untuk memilih dan menentukan lembaga pendidikan yang sesuai dan tentunya memberikan hasil dengan kualitas lebih baik. Setiap lembaga pendidikan dan pelatihan memiliki kelebihan yang ingin ditawarkan kepada calon peserta didik sebagai keunggulan dari masing-masing lembaga pendidikan yang ada. Hal itu digunakan sebagai persaingan dalam industri lembaga pendidikan.

Dalam menghadapi persaingan lembaga pendidikan dan pelatihan yang begitu ketat, menuntut lembaga pendidikan dan pelatihan tersebut untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi dan informasi serta kebutuhan dunia kerja. Lembaga pendidikan harus mempunyai kemampuan dalam mengembangkan pilihan strategi supaya dapat beradaptasi dengan lingkungan bisnis pendidikan yang dinamis. Porter (2008:13) mengatakan persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat menyumbang kinerja perusahaan seperti inovasi, budaya kohesif atau implementasi yang baik.

Keberhasilan dan kegagalan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya bergantung pada strategi yang tepat disemua bidang yang ada didalam perusahaan, diantaranya adalah strategi bersaing. Dengan demikian perumusan strategi bersaing adalah menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya. Walaupun lingkungan yang relevan sangat luas, meliputi

kekuatan-kekuatan sosial sebagaimana juga kekuatan-kekuatan ekonomi, aspek utama dari lingkungan perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk tetap bertahan di dalam suatu industri dimana perusahaan tersebut bersaing. Persaingan antar lembaga pendidikan dan pelatihan merupakan persaingan yang telah bergeser dari konteks, substansi, strategi, dan polanya sehingga terdapat konsekuensi terhadap kecenderungan kompetisi dalam bisnis pendidikan. Persaingan lembaga pendidikan memiliki keunggulan pada hampir semua aspek (*input, proses, dan output*).

Lembaga pendidikan dan pelatihan berkaitan dengan dunia kerja yang membutuhkan tenaga kerja yang berkompoten. Hal ini memiliki keterkaitan yang saling membutuhkan. Dunia kerja menuntut para pencari kerja memiliki kemampuan dan ketrampilan dengan kualitas yang baik. Demikian pula lembaga pendidikan dan pelatihan dituntut dapat menghasilkan anak didik dengan kemampuan dan ketrampilan yang memiliki kualitas baik sehingga dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh dalam dunia kerja.

Tuntutan yang sangat tinggi dalam dunia kerja ini digunakan sebagai senjata untuk dapat menarik dan menghasilkan anak didik yang berkualitas. Hal ini menjadi strategi dalam menghadapi pesaing dengan lembaga pendidikan dan pelatihan yang sejenis. Demikian pula yang terjadi pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember. Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember merupakan lembaga pendidikan ketrampilan yang memberikan pendidikan dan pelatihan untuk siap memasuki dunia kerja. Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember dalam menjalankan kegiatan usahanya tidak lepas dari tingkat persaingan yang tinggi dengan lembaga pendidikan yang sejenis. Persaingan yang dirasakan oleh Lembaga Pendidikan ini adalah menarik minat dari masyarakat untuk bergabung dan mengikuti kegiatan pendidikan untuk diarahkan pada jurusan yang dibutuhkan dalam dunia kerja.

Kondisi persaingan dalam lembaga pendidikan seharusnya disikapi dengan berbagai langkah antisipatif sebagai strategi usaha pengembangan secara berkelanjutan. Salah satunya dengan pemberian kemudahan dalam pembiayaan pendidikan, fokus pada bidang pendidikan yang ditawarkan dan penawaran bidang pendidikan yang dapat ditempuh dalam waktu singkat. Hal ini merupakan tantangan yang positif bagi Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember untuk semakin meningkatkan kualitasnya.

Lembaga Pendidikan yang memberikan pelatihan di Jember selain Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember ada juga PIKMI CLEdS Jember yang merupakan sebuah lembaga pendidikan swasta yang memberikan pendidikan dan pelatihan pada dua bidang yaitu komputer dan manajemen. PIKMI CLEdS Jember yang merupakan kepanjangan dari Pusat Ilmu Komputer dan Manajemen Indonesia *Computer Laboratorium and Education System* adalah sebuah lembaga pendidikan swasta yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan komputer yang meliputi Komputer Aplikasi bisnis, Teknik Informatika, Komputer Grafis dan manajemen. Di kota Jember, lembaga pendidikan dan pelatihan yang setara dengan Magistra Utama hanyalah PIKMI CLEdS Jember, sehingga lembaga PIKMI CLEdS Jember dijadikan pembanding dalam penelitian ini.

Lembaga pendidikan PIKMI CLEdS Jember memfokuskan pelayanan pada bidang jasa pendidikan dalam bentuk kursus-kursus singkat. Adapun peserta kursus yang dapat mengikuti program tersebut adalah mereka yang bersekolah di bangku SMA khususnya kelas 3 dan kelas 1 dan 2 pada umumnya, sedangkan materi-materi yang diberikan adalah program yang sudah populer dan sangat dibutuhkan di dunia komputer saat ini yaitu Windows dan Microsoft Office (Ms. Word, Ms. Excel, Ms. Power Point). PIKMI CLEdS Jember memiliki tujuan untuk i) Menyiapkan Tenaga Kerja, ii) Melatih Skill Siswa Secara maksimal sesuai dengan kebutuhan kerja, iii) Melatih Soft Skill (Pengembangan Diri) agar mempunyai kesiapan mental, iv) Mendidik kedisiplinan, kejujuran, kesopanan dan sikap professional.

Lembaga Pendidikan dan Pelatihan PIKMI CLEdS Jember hanya berada di kota Jember saja. Lembaga ini merupakan sebuah lembaga pendidikan swasta yang memberikan pendidikan dan pelatihan pada dua bidang yaitu komputer dan manajemen selama kurang lebih satu tahun atau 12 bulan yang terbagi menjadi 2 semester. Biaya pendidikan PIKMI CLEdS Jember kurang lebih berkisar Rp 10.000.000,00. Lembaga Pendidikan dan Pelatihan PIKMI CLEdS Jember juga mempunyai program untuk menyalurkan lulusannya ke dunia kerja yaitu pada perusahaan swasta, instansi pemerintah maupun perusahaan asing.

Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember adalah lembaga pendidikan yang berskala nasional dimana terdapat 12 cabang lembaga pendidikan tersebar di Jawa Tengah dan Jawa Timur. Lembaga ini memberikan pendidikan dan pelatihan dengan beberapa jenis lulusan, seperti: Teknik Informatika dan Desain Web, Akuntansi Perusahaan dan Perbankan, Keuangan, Desain Grafik dan Digital Photographi, Sekretaris dan Manajemen

Bisnis, Administrasi Perkantoran dan Ekspor Impor, Teknisi komputer dan Jaringan. Berbeda dengan lembaga pendidikan lainnya yang menawarkan satu jenis pendidikan pelatihan bekal keahlian khusus. Hal ini sebagai diferensiasi produk yang ditawarkan kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat memilih dan bergabung sesuai dengan minat dan bakat yang dimiliki.

Magistra Utama merupakan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan yang meluluskan tenaga terampil dan siap memasuki dunia kerja. Menurut Yani Yusianto, ST selaku Direktur Pemasaran Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama menjelaskan bahwa Pemasaran Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember memberikan janji bahwa setiap peserta didik yang mendaftar serta lulus mengikuti pendidikan dan pelatihan akan mendapat pekerjaan. Magistra Utama berfokus pada pendidikan dan pelatihan peserta didik untuk siap kerja dan menjadi tenaga kerja siap pakai.

Sebagian besar lulusan Magistra Utama langsung bekerja baik di perusahaan swasta dan instansi pemerintah hingga mencapai 94%, sedangkan lulusan yang melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi jumlahnya sedikit bahkan kurang dari 2%. Setiap lulusan akan mendapatkan pekerjaan jika telah menyelesaikan program pendidikan selama 8 bulan, telah menyelesaikan program latihan magang kerja selama 2 bulan, telah tuntas pembayaran biaya pendidikan dan telah dinyatakan lulus mengikuti setiap mata pelajaran dengan nilai minimal C.

Selanjutnya dijelaskan bahwa Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember menyelenggarakan Pendidikan dan Pelatihan Siap dan Cepat Kerja Program 1 Tahun sebagai mitra pemerintah sebagai wujud peran serta masyarakat guna ikut mencerdaskan kehidupan bangsa. Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember mengembangkan potensi peserta program dengan penekanan pada penguasaan pengetahuan dan keterampilan fungsional serta pengembangan sikap dan kepribadian profesional yang dioperasikan bersama dunia kerja (*partnership*) melalui pendidikan keterampilan kerja, praktik kerja lapangan dan atau permagangan guna melayani setiap peserta program belajar dan berlatih sampai terampil dan mampu memenuhi kebutuhan dunia kerja dan dunia usaha.

Janji yang diberikan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember digunakan sebagai penarik minat dari peserta didik untuk mengikuti pendidikan dan pelatihan pada Magistra Utama Jember. Hal ini dikarenakan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan

Magistra Utama Jember memiliki kerjasama dengan beberapa perusahaan, sehingga berani bertanggung jawab bahwa peserta didik yang lulus memiliki prioritas untuk siap memasuki dunia kerja.

Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember masih memiliki peminat dengan jumlah yang besar. Terbukti pada tiga tahun berturut-turut Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember menerima dan meluluskan peserta didik dengan keahlian diberbagai jurusan dengan jumlah yang sama. Seperti pada tahun 2012 jumlah peserta didik yang masuk dan lulus menunjukkan jumlah 163 orang yang meliputi Teknik Informatika dan Desain Web 40 orang, Akuntansi Perusahaan dan Perpajakan 35 orang, Keuangan dan Perbankan 43 orang, Desain Grafik dan Digital Fotografi 14 orang, Sekretaris dan Manajemen Bisnis 18 orang, Administrasi Perkantoran dan Ekspor Impor 24 orang, Teknisi Komputer dan Jaringan 9 orang.

Selanjutnya pada tahun 2013 jumlah peserta didik yang masuk dan lulus menunjukkan jumlah 127 orang yang meliputi Teknik Informatika dan Desain Web 17 orang, Akuntansi Perusahaan dan Perpajakan 16 orang, Keuangan dan Perbankan 30 orang, Desain Grafik dan Digital Fotografi 10 orang, Sekretaris dan Manajemen Bisnis 13 orang, Administrasi Perkantoran dan Ekspor Impor 47 orang, Teknisi Komputer dan Jaringan 14 orang.

Sedangkan pada tahun 2014 jumlah peserta didik yang masuk dan lulus menunjukkan jumlah 148 orang yang meliputi Teknik Informatika dan Desain Web 20 orang, Akuntansi Perusahaan dan Perpajakan 38 orang, Keuangan dan Perbankan 18 orang, Desain Grafik dan Digital Fotografi 12 orang, Sekretaris dan Manajemen Bisnis 22 orang, Administrasi Perkantoran dan Ekspor Impor 22 orang, Teknisi Komputer dan Jaringan 16 orang. Dengan demikian diketahui bahwa Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember mengalami penurunan dalam menarik minat masyarakat untuk bergabung serta mengikuti pendidikan dan pelatihan pada Magistra Utama Jember. Hal ini dikarenakan pada tahun 2013 ada penurunan jumlah peserta didik yang masuk di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember.

Jumlah peserta didik yang telah bekerja sesuai dengan jumlah peserta didik yang lulus setiap tahunnya pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember. Tahun 2013 sampai dengan 2015 Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember telah meluluskan peserta didik dari beberapa jurusan program keahlian, sehingga dapat dijelaskan

bahwa beberapa peserta didik dari setiap jurusan telah bekerja di beberapa Departement Store, Minimarket, Perusahaan Keuangan (*Finance*), Warnet, Percetakan, Bank, Dealer, kantor advokat, perusahaan asuransi dan beberapa perusahaan milik pemerintah serta ada pula yang menjadi wiraswasta.

Masa studi yang ditempuh di Magistra Utama Jember kurang lebih satu tahun tepatnya 10 bulan yang dibagi atas 2 periode yaitu periode pembelajaran 8 bulan dan periode praktek 2 bulan. Biaya pendidikan yang di tempuh berkisar Rp 7.000.000,00. Dengan demikian dapat diketahui bahwa Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember memberikan pelatihan dan ketrampilan bagi peserta didik untuk mampu mengembangkan ilmu sesuai dengan jurusan program keahlian masing-masing bidang. Selain itu menunjukkan bahwa Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember memiliki kerjasama dengan instansi atau perusahaan lain, sehingga mampu memenuhi janji bagi peserta didik.

Biaya pendidikan Magistra Utama lebih terjangkau dibandingkan dengan lembaga pendidikan lain yang sejenis. Menurut Yani Yusianto, ST selaku Direktur Pemasaran Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama menjelaskan bahwa secara keseluruhan biaya pendidikan di Magistra Utama lebih murah dibandingkan dengan lembaga lain yaitu berkisar Rp 7.000.000,00. Hal ini dikarenakan Magistra Utama lebih mengedepankan pendidikan yang berkualitas dilengkapi dengan fasilitas memadai dan program pembelajaran yang terintegrasi baik pendidikan keilmuan, pendidikan akhlaq maupun peningkatan ketrampilan.

Magistra Utama mengedepankan kualitas pendidikan dan aplikasi praktek kerja yang praktis namun dapat dijangkau oleh masyarakat dari semua kalangan baik dari kalangan atas, menengah dan bawah. Selain itu biaya pendidikan ini juga mencakup masa studi dan praktek kerja yang relatif singkat dan padat sehingga sebelum satu tahun para lulusan Magistra Utama sudah mendapatkan pekerjaan dan disalurkan ke dunia kerja. Magistra Utama juga membuat program beasiswa yang diberikan kepada peserta didik yang berprestasi sehingga pengenaan biaya pendidikan yang lebih terjangkau dibandingkan lembaga lain ini tidak bertentangan dengan Undang-Undang Pendidikan.

Berikut ini disajikan tabel perbedaan Magistra Utama dan PIKMI CLEdS Jember:

Tabel 1.1 Perbedaan Magistra Utama Jember dan PIKMI CLEdS Jember

Keterangan	Magistra Utama Jember	PIKMI CLEdS Jember
1. Jumlah kantor cabang	12 cabang di Jawa Tengah	Hanya di Jember

2. Program pendidikan	dan Jawa Timur Teknik Informatika dan Desain Web, Akuntansi Perusahaan dan Keuangan, Sekretaris dan Administrasi Perkantoran, dan Teknisi Komputer dan Jaringan	Komputer Aplikasi bisnis, Teknik Informatika, dan Komputer Grafis dan manajemen.
3. Biaya pendidikan	Rp 7.000.000,00	Rp 10.000.000,00
4. Masa Studi	10 bulan yaitu 8 bulan pendidikan, dan 2 bulan magang.	12 bulan

Sumber: website Magistra Utama dan PIKMI CLEdS Jember

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti lebih tertarik meneliti pada lembaga pendidikan dan pelatihan Magistra Utama Jember dibandingkan dengan PIKMI CLEdS Jember, dengan alasan: (1). Magistra Utama merupakan lembaga pendidikan dan pelatihan yang besar dan berskala nasional dimana Magistra Utama memiliki 12 cabang salah satunya Magistra Utama Jember sedangkan PIKMI CLEdS Jember hanya berada di kota Jember saja. (2). Magistra Utama memiliki 7 program pendidikan yaitu Teknik Informatika dan Desain Web, Akuntansi Perusahaan dan Perpajakan, Keuangan dan Perbankan, Desain Grafik dan Digital Fotografi, Sekretaris dan Manajemen Bisnis, Administrasi Perkantoran dan Ekspor Impor, dan Teknisi Komputer dan Jaringan, sedangkan PIKMI CLEdS Jember hanya memiliki tiga program yaitu Komputer Aplikasi bisnis, Teknik Informatika, dan Komputer Grafis dan manajemen. (3). Biaya pendidikan pada Magistra Utama lebih murah yaitu Rp 7.000.000,00 per tahun sedangkan pada PIKMI CLEdS Jember sebesar Rp 10.000.000,00. (4) Masa belajar aktif pada Magistra Utama lebih singkat yaitu 10 bulan sedangkan pada PIKMI CLEdS Jember selama 12 bulan. (5) Magistra Utama merupakan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan siap kerja yang menyalurkan lulusannya bekerja di perusahaan, instansi pemerintah dan menjadi wirausaha, (6). Magistra merupakan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan yang memiliki hubungan kerjasama dengan beberapa perusahaan untuk menyalurkan lulusannya bekerja pada perusahaan tersebut.

Kendala dan permasalahan yang sering terjadi pada Magistra Utama Jember dalam menghadapi persaingan bisnis dengan lembaga pendidikan yang sejenis adalah:

1. Minimnya kualitas sumber daya manusia yang dimiliki Magistra Utama Jember dikarenakan jumlah pegawai tetap yang hanya 11 orang dibandingkan dengan tugas dan tanggung jawab yang cukup kompleks. Setiap pegawai/karyawan mendapat tugas dan tanggung jawab melaksanakan kegiatan administrasi sesuai bagiannya, selain itu dituntut juga untuk mengajar dan membantu tugas pemasaran dan *event-event* penting lainnya sehingga sering kali terjadi pembebanan pekerjaan yang berlebihan (*overload*) untuk tiap-tiap karyawan.

2. Laboratorium komputer di Magistra Utama Jember telah dilengkapi program dan *software* yang canggih dan telah disesuaikan dengan kebutuhan pasar kerja namun jumlahnya masih terbatas yaitu berisi 20 unit komputer sehingga seringkali peserta program/didik harus membawa laptop pribadi dengan menggunakan fasilitas wifi untuk mengerjakan tugas-tugas pembelajaran. Selain itu para peserta didik juga harus bergantian menggunakan laboratorium komputer secara bergantian sehingga disusun jadwal pemakaian laboratorium komputer untuk masing-masing kelas pembelajaran.

3. Fasilitas pembelajaran yang dimiliki oleh Magistra Utama Jember sudah bagus dan representatif, namun jumlah ruang kelas masih terbatas tidak sebanding dengan banyaknya peserta didik sehingga kegiatan pembelajaran berlangsung hingga sore hari.

4. Magistra Utama menerapkan strategi keunggulan bersaing *low cost*. Pada awal tahun pembelajaran, pihak manajemen telah menyusun rencana dan anggaran belanja dengan minimalisasi biaya untuk setiap bagian dan setiap kegiatan yang akan dilaksanakan. Namun pada saat pelaksanaan kegiatan seringkali terjadi perbedaan atau selisih antara anggaran biaya kegiatan dan realisasinya.

Berdasarkan kendala dan permasalahan yang ada pada Magistra Utama Jember tersebut, maka diajukan penelitian dengan judul: “Strategi Keunggulan Bersaing Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember”. Sebagai acuan dan pembanding dalam penelitian ini, peneliti menjadikan beberapa penelitian untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar peneliti laksanakan dan bukan hasil dari plagiasi. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti gunakan diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Hermawan (2010) dalam karya tulisnya yang berjudul ”Strategi Bersaing dalam Dunia Pendidikan”. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh

Denny Bagus (2011) dalam karya tulisnya yang berjudul “Strategi Keunggulan Bersaing melalui Pendekatan Diferensiasi Produk, Kualitas dan Citra.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setiap penelitian yang akan dilakukan haruslah mengandung suatu permasalahan, karena dalam suatu permasalahan itu akan kita ketahui apa yang harus peneliti lakukan nantinya. Menurut Sugiyono (2009:32) masalah dapat diartikan sebagai penyimpangan antara yang seharusnya dengan apa yang benar-benar terjadi, antara teori dengan praktek, antara aturan dengan pelaksanaan, antara rencana dengan pelaksanaan. Setelah masalah diketahui, maka langkah selanjutnya adalah menentukan rumusan masalah. “Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data” (Sugiyono, 2009:35).

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian dapat diketahui bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana Strategi Keunggulan Bersaing pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember?”

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian pada dasarnya ditujukan untuk menjawab pertanyaan yang dirumuskan dalam rumusan masalah. Sesuai rumusan masalah yang diajukan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: “Untuk mendeskripsikan strategi keunggulan bersaing pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember.”

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Kegunaan yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Manfaat Teoritis.**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan, khususnya bagi pengembangan Ilmu Administrasi Bisnis dalam hal ini strategi pemasaran pada lembaga pendidikan.

#### **b. Manfaat Praktis.**

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan saran dan pemikiran kepada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember dalam

mempertahan strategi keunggulan bersaing dengan lembaga pendidikan yang lain, serta sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi civitas akademik.

c. Manfaat Akademis

Memperdalam dan memperluas khazanah keilmuan dalam bidang bisnis, khususnya mengenai strategi keunggulan bersaing pada lembaga pendidikan dan pelatihan serta dapat digunakan sebagai landasan bagi penelitian selanjutnya yang relevan di masa yang akan datang.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Pengertian Strategi

Pada masa sekarang ini terminologi kata strategi sudah menjadi bagian integral dari aktivitas organisasi bisnis untuk dapat mempertahankan eksistensinya (tantangan perubahan lingkungan ekonomi, sosial budaya, teknologi, konsumen, suplier, dan terutama persaingan) sehingga strategi tidak lagi terbatas bagi keperluan kalangan militer saja. Strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategos*" yang berarti suatu cara memenangkan pertempuran. Strategi adalah cara mengerjakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi digunakan untuk rencana permanen untuk sebuah kegiatan. Hal ini mengindikasikan sebuah daya saing pekerjaan bisnis dalam mengolah organisasi dan mencegah pengaruh dari luar yang bersifat negatif dalam kegiatan organisasi (Mangkuprawira, 2004:13).

Menurut Jack dan Glueck dalam buku Jatmiko (2003: 5) Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh atau terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Sedangkan Umar (2002:7), menyatakan bahwa strategi adalah hal menempatkan arah kepada manajemen dalam arti orang tentang sumber daya di dalam bisnis dan tentang bagaimana mengidentifikasi suatu kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan didalam pasar.

Siagaan (2004:96) menyatakan definisi strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diterapkan seluruh jajaran dalam suatu organisasi demi pencapaian tujuan organisasi tersebut. Istilah strategi semula bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai "kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan". Dewasa ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi ataupun lembaga pendidikan dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis dan kebutuhan organisasi atau lembaga pendidikan yang menerapkannya.

Menurut Stoner, Freeman dan Gilbert yang dikutip oleh Tjiptono (2007:3) mendefinisikan strategi sebagai Perspektif pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon

organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Porter (2007:15 ) menjelaskan bahwa strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Selanjutnya dijelaskan bahwa terdapat 3 pendekatan strategi generik dalam menanggulangi kekuatan persaingan yang secara potensial akan berhasil mengungguli perusahaan lain dalam suatu industri, Porter menamakan ketiganya strategi umum, yaitu :

1. Keunggulan biaya menyeluruh. Keunggulan biaya yang menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah dapat menguntungkan untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Hal ini jika diterapkan untuk biaya pendidikan maka sangat diminati oleh peserta didik yang tergolong memiliki ekonomi menengah kebawah.
2. Diferensiasi (dengan cara mengkonsentrasikan diri pada pangsa pasar yang lebih kecil dengan prinsip biaya lebih rendah (*low cost*) atau diferensiasi (*differentiation*) yang lebih baik dari pada pesaing. Selain itu, Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga.
3. Fokus. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.

Sagala (2011: 129) menyatakan bahwa menentukan tujuan-tujuan strategi adalah memformulasikan hasil-hasil yang diharapkan dicapai menyeluruh selama satu periode. Dalam lembaga pendidikan, Para pimpinan dan tenaga pendidik menerjemahkan ke dalam istilah yang spesifik hasil-hasil penyelenggaraan program lembaga, untuk mencapai tujuan dan memenuhi misinya. Proses yang berperan penting menentukan tujuan-tujuan strategi dikembangkan oleh berbagai macam konfigurasi kekuatan dari dalam dan luar organisasi, seperti pemimpin lembaga dan tenaga pendidik, asosiasi guru, *stakeholders*, peserta didik dan orang tua, *supplier*, kebutuhan lembaga, pemerintah, kemudian kelompok-kelompok sosial yang menaruh perhatian terhadap program lembaga pendidikan.

Dalam menentukan strategi harus dipahami bahwa hal yang pokok dari formulasi strategi adalah penyusunan perencanaan berkelanjutan. Dalam hal-hal formulasi strategis, seperti yang dikemukakan Sharpin (1985) dalam Sagala (2011: 133), langkah-langkah strategi yaitu: (1) tugas yang mula-mula harus diperhatikan menetapkan misi suatu organisasi yang utuh dengan

melibatkan pemilik, pelanggan, dan pegawai sebagai konstituen organisasi. Berbicara misi juga harus melihat kemampuan dan keadaan internal organisasi; (2) melakukan *assessment* lingkungan eksternal organisasi dengan memperhatikan kondisi yang sedang terjadi dan kemungkinan perubahan yang akan terjadi, termasuk perkembangan dan kemampuan organisasi serupa; (3) menetapkan arah dan sasaran organisasi adalah tahapan ketiga dalam fase pertama ini. Mempertegas arah dan sasaran organisasi ini bukan sekedar penting melainkan merupakan faktor inti dalam manajemen strategi dan penggunaan manajemen lainnya. Yang penting sebenarnya arah dan sasaran hendaknya bersifat menantang dan dapat diraih. Karena itu, sasaran hendaknya spesifik, dapat dihitung, dan terukur; dan (4) begitu sasaran telah ditetapkan, arah telah ditentukan perlu segera dipilih dan ditentukan strategi apa yang hendak dipakai.

Berdasarkan beberapa definisi strategi penulis dapat mengetahui tentang definisi strategi yaitu suatu alat bantu dalam mencapai tujuan perusahaan dan strategi tersebut sudah tersusun dalam perencanaan berkelanjutan dengan harapan perusahaan dapat menciptakan keunggulan bersaing pada bidang usahanya dengan para pesaingnya. Bentuk strategi dapat bervariasi dari satu industri ke industri lain, dari satu perusahaan ke perusahaan lain dan dari lembaga yang satu dengan lembaga yang lain. Sehingga setiap perusahaan mempunyai strategi sendiri yang berbeda dengan para pesaingnya yang dijadikan alat untuk keunggulan lembaga masing-masing.

## **2.2. Jenis Strategi**

Banyak organisasi dan lembaga pendidikan menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika dijalankan terlalu jauh. Di perusahaan yang besar dan terdiversifikasi, strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yang berlainan menjalankan strategi yang berbeda. Selain itu, organisasi yang berjuang untuk tetap berkembang mungkin menggunakan gabungan dari sejumlah strategi defensif, seperti divestasi, likuidasi, dan rasionalisasi biaya secara bersamaan.

Jenis-jenis strategi menurut (David, 2004: 231) adalah sebagai berikut:

1. Strategi Integrasi, Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, atau pesaing.
2. Strategi Intensif Penetrasi pasar dan pengembangan produk, kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan

perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

3. Strategi Diversifikasi, Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.
4. Strategi Defensif, Disamping strategi integratif, intensif, dan diversifikasi, organisasi juga dapat menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi. Rasionalisasi Biaya, terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Kadang disebut sebagai strategi berbalik (*turnaround*) atau reorganisasi, rasionalisasi biaya dirancang untuk memperkuat kompetensi pembeda dasar organisasi. Selama proses rasionalisasi biaya, perencana strategi bekerja dengan sumber daya terbatas dan menghadapi tekanan dari para pemegang saham, karyawan dan media. Divestasi adalah menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akuisisi atau investasi strategis lebih lanjut. Divestasi dapat menjadi bagian dari strategi rasionalisasi biaya menyeluruh untuk melepaskan organisasi dari bisnis yang tidak menguntungkan, yang memerlukan modal terlalu besar, atau tidak cocok dengan aktivitas lainnya dalam perusahaan. Likuidasi adalah menjual semua aset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut. Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan akibatnya bisa merupakan strategi yang secara emosional sulit dilakukan. Namun, barangkali lebih baik berhenti beroperasi daripada terus menderita kerugian dalam jumlah besar. (David, 2004: 231) <http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2009/08/konsep-strategi-definisi-perumusan.html> **Senin, 8**

**Februari jam 20.00 WIB.**

Menurut Jatmiko (2003: 115) menjelaskan bahwa jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut:

1. Strategi pertumbuhan  
Pertumbuhan suatu perusahaan merupakan hasil dari variabel-variabel sumber daya finansial organisasi, produk atau jasa yang dihasilkan, kondisi lingkungan eksternalnya, kemampuan dan *skill* manajemennya. Kemampuan manajemen untuk menilai variabel-

variabel tersebut secara tepat adalah esensi pertumbuhan.

Terdapat beberapa jenis strategi perusahaan yang dikategorikan kedalam strategi pertumbuhan, yaitu:

- a. **Pertumbuhan Konsentrasi**  
Pertumbuhan konsentrasi adalah strategi untuk meningkatkan penggunaan produk-produk yang telah ada (produk lama) di dalam pasar yang ada (pasar lama) atau disebut penetrasi pasar. Strategi konsentrasi diterapkan apabila suatu perusahaan mengkonsentrasikan pada perluasan penjualan pada bisnis semula.
  - b. **Strategi Integral Vertikal**  
Strategi vertikal ini menunjukkan bahwa suatu bisnis bergerak ke arah yang melayani pelanggan atau pemakai akhir suatu produk/jasa.
  - c. **Strategi Diversifikasi**  
Strategi Diversifikasi merupakan alternatif strategi yang mempunyai risiko besar dan salah satu yang memiliki derajat sinergi paling rendah. Namun demikian, Strategi Diversifikasi merupakan salah satu yang populer dan seringkali membuahkan hasil yang memuaskan bagi organisasi.
2. **Strategi Stabilitas**  
Strategi Stabilitas berarti bahwa organisasi tetap melanjutkan pekerjaan atau aktivitas yang sama dengan sebelumnya. Asumsinya bahwa lingkungan eksternal tidak akan mengalami perubahan yang signifikan pada jangka pendek. Strategi ini menerapkan sikap menunggu (*wait and see*) strategi ini dapat menguntungkan dan merugikan bagi perusahaan, tergantung pada bagaimana respon perusahaan/organisasi terhadap lingkungannya.
3. **Strategi Penciutan atau Strategi Bertahan**  
Strategi ini diterapkan oleh perusahaan yang merasa bahwa strateginya tidak sesuai dengan sasaran atau misi dasarnya. Sehingga perusahaan perlu mengurangi skala operasionalnya. Derajat dimana perusahaan harus dicitkan tergantung pada bagaimana serius tidaknya persoalan atau permasalahan yang dihadapi strategi yang semula diterapkan organisasi. Strategi bertahan biasanya dipilih untuk jangka pendek disebabkan tidak adanya strategi alternatif yang lebih baik untuk dipilih.

Lebih lanjut strategi penciutan atau strategi bertahan ini merupakan upaya perusahaan untuk mengurangi resiko dari permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan dikarenakan kurang optimalnya pelaksanaan strategi yang sebelumnya diterapkan oleh perusahaan. Hal ini dinyatakan oleh Jatmiko (2003: 116-117) Jenis-jenis strategi penciutan yaitu:

- a. *Cutback* dan *turnaround* yaitu strategi penyehatan perusahaan yang bertujuan mengeliminasi kerugian dan biaya-biaya tetap, atau memotong biaya-biaya operasi, atau mengurangi ukuran operasional perusahaan agar beroperasi lebih efisien. Strategi ini dapat diterapkan apabila perusahaan mengalami penurunan keuntungan secara terus menerus.
- b. *Divestasi (Divestment)* yaitu strategi penyehatan atau penciutan perusahaan yang bertujuan mengeliminasi kerugian dan memotong biaya-biaya tetap yang ditanggung perusahaan dengan cara menjual sebagian aset atau kekayaan yang dimiliki organisasi perusahaan.

- c. Likuidasi (*liquidation*) yaitu strategi penciutan perusahaan dengan menjual seluruh aset perusahaan. Terdapat 2 jenis likuidasi, yaitu: 1) *likuidasi by choice* yaitu likuidasi yang dilakukan karena memang pilihan yang diambil oleh pihak perusahaan. 2) *likuidasi by force* adalah likuidasi yang dilakukan karena memang kondisi keuangan perusahaan sudah sangat buruk. Untuk melakukan likuidasi biasanya diperlukan pengetahuan dan keterampilan aspek-aspek penilaian aset, pengetahuan hukum baik hukum bisnis maupun hukum perburuan.

Jenis-jenis strategi yang peneliti paparkan di atas, adalah jenis-jenis strategi yang biasanya digunakan oleh perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan yang lainnya. Namun, strategi-strategi di atas tidak menutup kemungkinan bisa digunakan oleh lembaga-lembaga pendidikan dalam menghadapi pesaing lembaga mereka dan untuk meningkatkan kualitas lembaga.

### **2.3.Tingkatan Strategi**

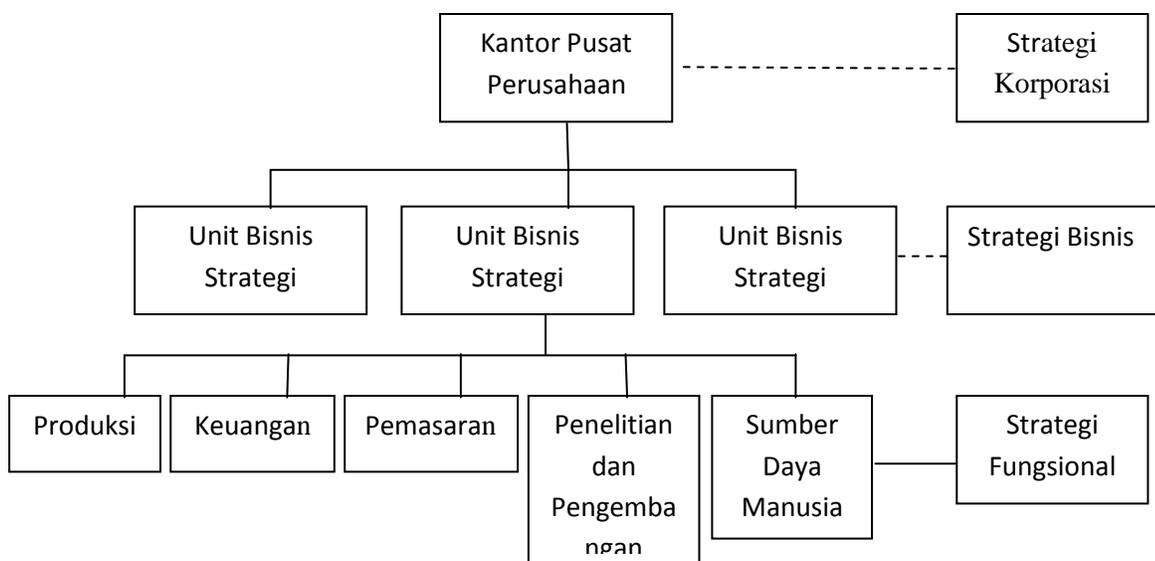
Menurut Griffin (2000:44) terdapat 3 tingkatan strategi yaitu :

1. Strategi Pada Tingkat Perusahaan (*coporate-level strategy*), ialah straregi yang dilakukan perusahaan sehubungan dengan persaingan antar perusahaan dalam sektor bisnis yang di jalankannya secara keseluruhan.
2. Strategi Pada Tingkat Bisnis (*business-level strategy*), ialah alternatif srategi yang di lakukan oleh perusahaan sehubungan dengan persaingan bisnis yang di jalankannya pada beberapa jenis bisnis yang di perdagangkan.
3. Strategi Pada Tingkat Fungsional (*funcional level strategy*), ialah strategi perusahaan pada bagian pemasarannya, khususnya di tingkat periklanan.

Setiap strategi pada dasarnya merupakan suatu pendekatan yang diterapkan di suatu perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing. Bahkan kerap kali suatu perusahaan menerapkan beberapa strategi atau mengkombinasikan beberapa strategi sehingga menjadi satu kesatuan strategi yang bertingkat. Beberapa perusahaan menerapkan strategi utama atau induk yang kemudian dibentuk strategi pendukung yang menunjang tercapainya strategi induk. Kombinasi antara strategi induk dan strategi pendukung ini juga dinyatakan oleh Umar (2003:32) menyatakan bahwa Strategi sebuah kesatuan atas tingkatan–tingkatan berdasarkan ruang lingkup strategi itu sendiri. Strategi yang dimaksud adalah strategi bersaing/generik (*generic strategy*) yang akan dijabarkan menjadi strategi utama/induk (*grand strategy*) yang kemudian akan dijabarkan menjadi strategi fungsional.

Hunger dan Wheelen (2003:24) menyatakan bahwa strategi terdiri atas: 1) strategi korporasi menggambarkan arah perusahaan secara keseluruhan tentang sikap perusahaan terhadap arah pertumbuhan dan manajemen berbagai bisnis dan lini untuk mencapai keseimbangan produk dan jasa; 2) strategi bisnis/bersaing menggambarkan segmen pasar yang dilayani divisi tersebut, dikembangkan pada level divisi, dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industri khusus; 3) strategi fungsional menekankan pada pemaksimalan sumber daya produktivitas perusahaan dan strategi bisnis di sekitar mereka. Berikut ini adalah gambar tingkatan strategi:

Gambar 2.1 Tingkatan Strategi



Sumber : Hunger dan Wheelen (2003)

Jika strategi tingkat korporasi merupakan suatu strategi untuk korporasi yang terdiri dari berbagai bisnis, atau suatu perusahaan *holding company* yang membawahi beberapa unit bisnis yang boleh dikelola secara otonomi. Korporasi (*holding*) harus berupaya untuk tumbuh berkembang secara keseluruhan melalui pengalokasian sumber daya yang dimiliki pada berbagai unit bisnis dan menciptakan sinergi antar bisnis tersebut melalui *resource sharing*. Seringkali unit bisnis yang sudah ditetapkan untuk dijalankan belum tentu akan memberikan kontribusi bagi korporasi, bahkan adakalanya unit bisnis tidak mampu untuk hidup dan bersaing dengan para pesaingnya. Untuk itu diperlukan suatu strategi bagi unit-unit bisnis agar mampu bertahan dan berkembang sehingga dapat memberikan kontribusi dalam pertumbuhan korporasi.

Dalam lembaga pendidikan, korporasi merupakan tempat terlaksananya proses belajar mengajar, sementara unit-unit bisnis adalah program-program yang dilaksanakan di lembaga tersebut. Untuk mengembangkan lembaga tersebut, maka program-program yang dilaksanakan harus dikembangkan secara sinergis, jika salah satu dari program tersebut tidak berjalan dan berkembang dengan baik, maka korporasi atau lembaga pendidikan tersebut akan memiliki kelemahan pada salah satu program dan dapat mengakibatkan kalahnya persaingan dengan lembaga yang lain.

Strategi tingkat unit bisnis merupakan suatu strategi bagaimana suatu/masing-masing unit bisnis yang dimiliki korporasi tumbuh dan berkembang. Setelah unit-unit bisnis sudah tumbuh dan berkembang dengan baik, maka selanjutnya yang harus dilakukan adalah pelaksanaan strategi pada tingkat fungsional. Pada tingkatan strategi fungsional perusahaan misalnya bagian pemasaran sebuah perusahaan harus mampu membuat strategi pemasaran yang sangat menarik sehingga suatu perusahaan mampu menumbuhkan kembangkan perusahaan tersebut dan meningkatkan daya saing produk atau jasa yang dipasarkan. Fungsi pemasaran yang menarik tentunya juga harus di buktikan dengan program-program yang menarik dan harus disertai dengan bukti nyata.

#### **2.4.Strategi Persaingan**

Strategi bersaing merupakan pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan didalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi. Strategi bersaing bertujuan menegakkan posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan terhadap kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan industri, yang mana pada akhirnya adalah untuk menanggulangi dan mengubah aturan itu demi kepentingan perusahaan.

Kemampuan perusahaan dalam memperoleh keunggulan bersaing merupakan aspek penting untuk pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan. Strategi kompetitif ini bisa dicapai melalui “*strategic initiative*” yaitu kemampuan untuk meraih kontrol strategi perilaku industri dan perusahaan pesaing. Keunggulan bersaing dapat dikembangkan dari nilai nilai yang berlaku di suatu perusahaan. Keunggulan bersaing dalam suatu perusahaan dapat ditingkatkan dengan kuat agar tercipta hubungan yang harmonis antara unit-unit perusahaan sehingga perusahaan yang mempunyai keunggulan bersaing juga akan mendapatkan keunggulan kompetitif dengan perusahaan lain dalam suatu industri. Hal ini dinyatakan pula oleh Schuller

dan Jackson (2006:24) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing memiliki 3 strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Inovasi (*Innovation strategy*)

Strategi ini bertujuan untuk mengembangkan produk dan atau jasa yang berbeda dengan pesaing, yaitu dengan memperbaiki kualitas SDM terlebih dahulu agar SDM menjadi lebih inovatif. Profil karyawan yang dibutuhkan mencakup: kreativitas tinggi, fokus jangka panjang, perilaku kerjasama dan saling ketergantungan, fokus pada kualitas dan kuantitas, keseimbangan antara proses dan hasil, berani menghadapi resiko, dan memiliki toleransi tinggi ambiguitas dan ketidakpastian. Fokus Utamanya adalah penawaran sesuatu yang baru dan berbeda dan yang terpenting menjadi produsen paling unik, sehingga harus menciptakan kondisi-kondisi untuk berinovasi.

2. Strategi Peningkatan Kualitas (*Quality Enhancement Strategy*)

Fokus utama strategi ini adalah meningkatkan mutu produk dan jasa. Dalam strategi ini perusahaan melibatkan komitmen para karyawan dalam merubah proses produksi menjadi lebih fleksibel dan lebih membutuhkan keterlibatan karyawan. Profil karyawan yang dibutuhkan dalam proses peningkatan kualitas dan kelangsungan perbaikan antara lain adalah perilaku yang relatif berulang dan dapat diramalkan, fokus jangka panjang, kerjasama dan saling ketergantungan, perhatian penuh terhadap kualitas dan kuantitas, aktivitas pengambilan resiko yang rendah atau *low risk taking*, dan komitmen terhadap tujuan organisasi.

3. Strategi Penurunan Biaya (*Cost Reduction Strategy*)

Fokus utama pada strategi ini adalah untuk meningkatkan produktivitas perusahaan yaitu biaya output per orang yang bisa berarti pengurangan jumlah karyawan dan atau pengurangan tingkat gaji. Perusahaan berusaha untuk meraih keunggulan kompetitif dengan menjadi perusahaan yang memiliki struktur biaya paling rendah. Pengurangan biaya juga dapat dicapai melalui peningkatan penggunaan paruh waktu, sub kontraktor, penyederhanaan kerja dan prosedur-prosedur pengukuran, otomatisasi, perubahan-perubahan aturan kerja dan fleksibilitas penugasan kerja.

Dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain, suatu perusahaan perlu menerapkan strategi bersaing dan perusahaan yang mampu bersaing dengan perusahaan lain dalam suatu industri yang sejenis akan mencapai keunggulan bersaing baik dari segi keunggulan produk atau jasa maupun pengelolaan perusahaan. Persaingan antar perusahaan akan menentukan kemampuan perusahaan untuk menyusun aktivitas yang dapat mendukung strategi bersaing. Kemampuan perusahaan untuk bersaing ini akan menempatkan perusahaan pada posisi yang lebih unggul dibandingkan perusahaan lain. Hal yang sama juga disampaikan oleh Hunger dan Wheelen (2003:244) berpendapat bahwa strategi bersaing disebut juga dengan strategi bisnis dimana berfokus pada peningkatan posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau segmen pasar tertentu yang dilayani perusahaan. Sedangkan pendapat lain juga menyatakan untuk mencapai keberhasilan perusahaan perlu mengembangkan strategi persaingan yaitu

pendapat Day, George S, et al,1997 dalam Sampurno (2010:158-159) mengatakan bahwa untuk mengembangkan strategi persaingan ada empat kunci yang menjadi tantangan perusahaan yaitu (1) Memahami perubahan lingkungan persaingan, (2) Antisipasi aksi kompetitor, (3) Memformulasi strategi persaingan dinamis, dan (4) Memilih alternatif strategi bersaing.

Strategi bersaing perusahaan merupakan upaya pencarian posisi bersaing yang menguntungkan dan bertujuan mempertahankan posisi dan kekuatan-kekuatan yang menentukan posisi perusahaan dalam persaingan bisnis. Kotler dan Gary Armstrong (2012:230) menyatakan terdapat lima tujuan pelaksanaan strategi bersaing yaitu:

1. Membentuk suatu positioning yang tepat. Perusahaan berusaha untuk menunjukkan suatu image atau citra tersendiri mengenai perusahaan kepada pelanggan atau pasar sasaran.
2. Mempertahankan pelanggan yang setia. Pelanggan yang setia bagaikan kekayaan untuk masa depan, yang jika dikelola dengan baik akan memberikan aliran pemasukan seumur hidup yang baik kepada perusahaan.
3. Mendapatkan pangsa pasar baru. Perusahaan berusaha untuk mendapatkan dan memperluas pangsa pasar dengan menggunakan strategi bersaing mereka masing-masing untuk meraih pasar seluas-luasnya.
4. Memaksimalkan penjualan. Proses untuk memaksimalkan laba atau keuntungan tergantung dari efektifitas strategi bersaingnya, selain itu juga tergantung pada seluruh sistem yang ada dalam perusahaan serta unit-unit fungsional lainnya.
5. Menciptakan kinerja bisnis yang efektif. Perusahaan harus menciptakan kinerja bisnis yang efektif, agar bisnis mereka dapat dikelola secara strategis, yaitu dengan mendefinisikan: kelompok pelanggan yang akan dilayani, kebutuhan pelanggan yang akan dipenuhi, serta teknologi yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai strategi bersaing, dapat diketahui bahwa strategi bersaing memiliki kekuatan yang cukup besar untuk membuat suatu perusahaan menjadi lebih baik. Dengan tercapainya tujuan-tujuan strategi bersaing maka sebuah perusahaan dapat memperbaiki kualitas sehingga dapat menguntungkan perusahaan dan mengalahkan persaingan yang ada.

## **2.5.Keunggulan Bersaing**

Salah satu faktor terpenting bagi keberhasilan dan kegagalan dalam perusahaan adalah persaingan. Persaingan menentukan juga ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat menyokong kinerjanya, seperti inovasi, budaya kohesif, atau pelaksanaan yang baik. Suatu perusahaan dapat mencapai sukses bersaing, dengan menghindari persaingan melalui pasar domestik yang diproteksi atau diregulasi, karena regulasi dapat membatasi persaingan

melalui penetapan harga dan pembatasan produk, tetapi sifatnya sementara.

Menurut Peter Senge (2000:16) keunggulan bersaing yang terus bertahan adalah kemampuan organisasi anda untuk belajar lebih cepat dari pada pesaingnya. Dalam sebuah lembaga, kemampuan masing-masing anggota atau organisasi dapat membantu perkembangan lembaga. Anggota yang mampu bergerak cepat menanggapi dan mengatasi masalah dan segera menemukan solusinya maka lembaga tersebut akan berkembang dengan baik dan mampu bertahan dari pesaingnya.

Setiap strategi pada dasarnya merupakan pendekatan yang berbeda untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing. Pada umumnya perusahaan harus membuat beberapa strategi untuk mencapai tujuan perusahaan dan keunggulan posisi dalam suatu industri dibandingkan perusahaan lain. Kotler dan Gary Armstrong (2012:311) menyatakan keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Penggunaan teori ini, harus bisa mempertimbangkan aspek-aspek apa saja yang akan ditawarkan dengan nilai rendah namun mendapatkan manfaat yang lebih besar. Misalnya menawarkan biaya pendaftaran yang murah namun program yang dilaksanakan tetap bagus bahkan mungkin sama dengan program yang biayanya mahal.

Peran keunggulan bersaing sangat penting dalam kinerja perusahaan. Keunggulan bersaing berasal dari banyaknya aktivitas perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produk atau jasa yang dihasilkan. Sebagaimana pendapat yang disampaikan oleh Noe et al (2003:39) menyatakan bahwa definisi keunggulan bersaing sebagai kemampuan perusahaan untuk membuat produk atau penawaran layanan yang lebih dihargai oleh pelanggan dibandingkan dengan perusahaan yang bersaing. Dalam hal ini lembaga pendidikan yang hendak menggunakan teori keunggulan bersaing Neo et al, harus mampu menunjukkan kualitas yang lebih tinggi dibanding dengan lembaga pesaing yang lainnya dan harus ada bukti nyata dalam setiap program, tidak hanya menarik dalam penawaran saja.

Definisi keunggulan bersaing juga dikemukakan oleh Porter (2008:35) adalah suatu kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan

mampu memilih strategi pemasaran yang efektif. Selanjutnya dijelaskan bahwa Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu di ciptakan oleh perusahaan bagi pelanggan atau pembeli. Porter (2008) menjelaskan keunggulan bersaing terdiri atas :

1. Biaya Rendah (*Low Cost*) yaitu Strategi yang mengandalkan keunggulan biaya yang relatif rendah dalam menghasilkan barang dan jasa.
2. Diferensiasi yaitu Kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa unik dan memiliki nilai lebih dalam bentuk kualitas, sifat-sifat khusus/ ciri khas dan pelayanan lainnya.
3. Fokus yaitu Strategi yang berusaha mencari keunggulan dalam segmen sasaran tertentu.

Gambar 2.2 Strategi Bersaing

<b>Target</b> \ <b>Keunggulan</b>	<b>Posisi Biaya Rendah</b>	<b>Kekashian yang dirasakan Konsumen</b>
Seluruh Industri	Keunggulan Biaya Menyeluruh	Diferensiasi
Segmen Tertentu	Fokus	

Sumber : Porter (2008)

Sampurno (2010:154) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah Kemampuan, *asset*, *skill*, kapabilitas dan lainnya yang memungkinkan perusahaan untuk bersaing secara efektif di dalam industri. Seluruh potensi yang dimiliki perusahaan untuk bersaing dapat mendukung perusahaan mencapai keunggulan biaya dan diferensiasi.

Berdasarkan pengertian diatas maka keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai satu keseluruhan. Keunggulan bersaing berasal dari banyak aktivitas berlainan yang dilakukan perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, mendukung produknya. Masing-masing aktivitas dapat mendukung posisi biaya relatif perusahaan dan menciptakan dasar untuk diferensiasi. Sebagai contoh keunggulan biaya dalam perusahaan dapat berasal dari sistem pemasaran dengan berbasis biaya murah, kegiatan operasional yang efektif dan efisien, pembelian bahan baku yang berkualitas tinggi, dan desain produk yang unggul.

Hermawan (2010) dalam jurnal yang berjudul "Strategi Bersaing dalam Dunia Pendidikan" menyatakan bahwa keunggulan bersaing berorientasi pada strategi yang efektif yaitu keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Berikut penjelasan masing-masing strategi:

### 1. Strategi Keunggulan Biaya

Pada strategi ini berupaya untuk meminimalkan biaya-biaya yang dikeluarkan pada aktivitas operasional dapat menekan biaya pendidikan bagi peserta didik.

### 2. Strategi Deferensiasi

Pada strategi ini berupaya untuk memberikan keunggulan yang berbeda yaitu antar lembaga pendidikan. Keunggulan dalam dunia pendidikan antara lain : program pendidikan, fasilitas, proses pendidikan dan layanan pasca pendidikan.

### 3. Strategi Diversifikasi

Pada strategi ini menunjukkan adanya tindakan untuk mengembangkan lembaga pendidikan dengan cara perluasan layanan dan upaya peningkatan secara berkelanjutan.

Diversifikasi yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan, meliputi:

1. Menambah jenis layanan yang diberikan kepada masyarakat
2. Perluasan pangsa pasar, misalnya dengan membuka lembaga pendidikan ditempat lainnya tetapi melalui upaya peningkatan jenis layanan dan penyesuaian dengan kultur setempat

### 4. Strategi Inovasi

Pada strategi ini dijelaskan bahwa inovasi pada dunia pendidikan digunakan untuk menjaga persaingan secara maksimal. Inovasi harus dilakukan secara terus menerus dan dilaksanakan dengan perencanaan yang tersusun, inovasi di dalam lembaga pendidikan antara lain dalam hal:

1. Program pendidikan
2. Media pembelajaran
3. Metode pembelajaran
4. Sumber belajar
5. Pengelolaan lembaga

### 5. Strategi Fokus

Pada strategi ini organisasi lembaga pendidikan lebih fokus untuk menentukan kemajuan sebuah lembaga, termasuk dalam hal ini adalah lembaga pendidikan. Organisasi lembaga pendidikan yang sehat terlihat dari dinamis dan utuhnya sebuah lembaga sehingga mereka memiliki kesatuan langkah untuk menuju kemajuan dan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Strategi fokus dapat diterapkan dengan menitik beratkan pada

kemampuan untuk memberikan pelayanan dan memuaskan konsumen yang menggunakan produk atau jasa.

## 2.6 Strategi Diferensiasi

Salah satu strategi keunggulan bersaing adalah menggunakan diferensiasi dimana suatu lembaga menciptakan produk atau jasa yang berbeda dibandingkan dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh pesaing. Suatu produk atau jasa yang dihasilkan untuk menjadi berbeda dengan produk atau jasa dari perusahaan lain, harus mempunyai identitas. Identitas produk atau jasa ini dapat berupa atribut-atribut yang melekat pada produk atau jasa tersebut sehingga dapat dikenal oleh pelanggan. Fokus utama strategi diferensiasi adalah pada loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan. Hal ini sebagaimana pendapat Wahyuningsih (2006:15) Identitas produk dibentuk dengan strategi *marketing* yang berhubungan dengan *positioning* produk, harga dan komunikasi. Sedangkan Kodrat (2009: 9-10) berpendapat strategi diferensiasi lebih fokus pada pelanggan ketimbang pada biaya. Strategi ini berusaha untuk membangun persepsi pelanggan akan keunggulan kualitas, desain produk, teknologi, jaringan distribusi, berat, bahan dan pelayanan. Bila korporasi mengimplementasikan strategi ini, maka korporasi dapat menaikkan harga untuk mendapatkan keuntungan yang optimal tetapi harus menciptakan produk yang bagi pelanggan tampak berbeda ketimbang produk lain yang sudah ada.

Cara melakukan diferensiasi tiap perusahaan berbeda beda. Hal ini tergantung pada karakteristik perusahaan, produk atau jasa yang dihasilkan dan besar kecilnya perusahaan. Sebagaimana yang dikemukakan Porter (2007: 14) diferensiasi dapat didasarkan pada produk itu sendiri, sistem penyerahan produk yang digunakan untuk dijual, pendekatan pemasaran, dan jajaran luas faktor lain.

Perbedaan atau ciri khas yang melekat pada suatu produk seringkali mencerminkan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk lain yang tidak memiliki diferensiasi, sehingga bagi pelanggan yang hendak membeli produk tersebut. Untuk menerapkan strategi diferensiasi, suatu lembaga perlu memperhatikan ketrampilan dan sumber daya korporasi dan organisasi korporasi. Ketrampilan dan sumber daya yang diperlukan antara lain (Kodrat 2009:10):

1. Kemampuan pemasaran yang kuat
2. Bakat yang kreatif
3. Perekayasaan produk

4. Kemampuan yang kuat dalam riset
5. Reputasi korporasi untuk kepemimpinan mutu dan teknologi
6. Tradisi yang lama berlaku di suatu industri
7. Kerjasama yang kuat dari saluran-saluran

Penerapan strategi diferensiasi memerlukan ketrampilan dan pemberdayaan sumber daya perusahaan yang optimal. Kemampuan pemasaran perusahaan yang kuat dan didukung dengan tenaga pemasaran yang handal akan memudahkan perusahaan untuk memperluas area pemasaran dan meningkatkan jumlah pelanggan yang loyal serta menumbuhkan jumlah pelanggan potensial. Strategi pemasaran disusun sebelum produk atau jasa dipasarkan. Strategi pemasaran memungkinkan dilakukan dengan cara jemput bola agar perusahaan dapat lebih banyak menjaring calon pelanggan baru. Strategi pemasaran akan berjalan dengan optimal jika produk atau jasa yang dijual memiliki diferensiasi dengan produk atau jasa lainnya. Untuk itu diperlukan inovasi dan kreativitas dari bagian *riset and development* yang terus menerus agar pelanggan merasakan keunikan produk yang berbeda. Proses perekasaan dan desain produk atau jasa memerlukan bakat, inovasi dan kreativitas dari perusahaan. Perusahaan harus menyiapkan biaya riset untuk menciptakan inovasi produk atau jasa. Selain menganggarkan biaya *riset and development*, perusahaan juga harus merekrut tenaga ahli untuk merencanakan produk serta biaya untuk penggunaan teknologi.

Perekrutan tenaga ahli untuk menciptakan inovasi produk serta penggunaan teknologi yang canggih akan menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan akan menghasilkan produk yang bermutu dan berdampak pada reputasi perusahaan yang semakin membaik. Reputasi perusahaan dibangun oleh perusahaan dalam kurun waktu yang cukup lama. Mempertahankan reputasi perusahaan dalam lingkup perusahaan lain dalam industri yang sejenis tentu bukan hal yang mudah. Terlebih lagi bila perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan lain dimana setiap perusahaan berusaha mempertahankan posisinya dalam suatu industri.

Penerapan strategi diferensiasi juga akan berdampak bagi kelangsungan reputasi perusahaan. Hal ini karena perusahaan mampu bersaing dengan menciptakan produk yang memiliki kualitas yang lebih baik bahkan memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk dari perusahaan lainnya. Strategi diferensiasi juga dapat dikembangkan apabila perusahaan dapat menjalin kerjasama dengan perusahaan pendukung misalnya perusahaan yang berperan penyalur

produk atau jasa seperti agen dan distributor. Dengan bekerja sama dengan perusahaan agen atau distributor akan memperpendek saluran distribusi produk. Perusahaan juga dapat melakukan *direct selling* dengan cara mendekati konsumen atau pelanggan akhir agar konsumen dapat dengan mudah mendapatkan produk.

## **2.7 Strategi Low Cost**

Berbeda dengan strategi diferensiasi, dalam strategi *low cost* suatu lembaga yang hendak menerapkan strategi *low cost* ini akan membuat produk atau jasa yang dijual dengan harga yang murah. Harga yang murah mencerminkan rendahnya biaya. Umumnya lembaga yang menerapkan strategi *low cost* seringkali mengabaikan biaya *riset and development*, dan biaya promosi. Bahkan lembaga ini umumnya meniru produk atau jasa yang sudah diproduksi oleh lembaga/korporasi lain yang terlebih dahulu membuat produk atau jasa tersebut.

Beberapa cara yang dapat diterapkan dalam strategi *low cost* adalah: (Kodrat 2009:9)

1. Membuat desain produk yang sederhana dan menstandarisasi komponen-komponennya
2. Berusaha mendapatkan bahan baku yang murah
3. Melakukan inovasi baru pada proses produksi
4. Mengembangkan jaringan pemasaran yang berbiaya murah
5. Mengusahakan pengurangan biaya overhead seperti biaya penyimpanan, tenaga kerja dan pemeliharaan.

Dalam strategi *low cost* perusahaan akan memproduksi produk dengan desain maupun proses produksi yang sederhana, bahkan dalam strategi ini perusahaan lebih cenderung mengabaikan biaya *riset and development* yang relatif mahal. Perusahaan akan membuat desain produk serta membuat standarisasi untuk produk yang dihasilkan agar kebutuhan biaya produksi dapat diminimalisasi. Selain itu perusahaan juga akan berusaha untuk mendapatkan bahan baku berkualitas namun dengan harga yang lebih murah. Pada umumnya perusahaan akan mencari bahan baku yang lokasinya berdekatan dengan lokasi perusahaan agar meminimalkan biaya angkut bahan baku.

Apabila perusahaan hendak melakukan inovasi baru untuk menghasilkan produk, maka perusahaan akan melakukannya dalam kegiatan produksi dan tidak melakukan inovasi dalam kegiatan riset. Hal ini ditujukan agar inovasi tidak memerlukan biaya yang besar melainkan biaya inovasi digabungkan dengan biaya produksi dan operasional perusahaan.

Strategi *low cost* lainnya adalah dengan mengembangkan saluran distribusi produk yang lebih murah. Bagi perusahaan yang menganut strategi *low cost*, biasanya akan saluran pemasaran dan pendistribusian produk yang relatif pendek. Perusahaan mendistribusikan produk hingga ke konsumen akhir dengan menggunakan agen atau distributor yang sedikit. Bahkan perusahaan yang menerapkan strategi *low cost* lebih memilih menerapkan *direct selling* untuk menjual produk atau jasanya ke konsumen akhir. Dengan menerapkan *direct selling* akan mengurangi biaya pemasaran.

Strategi *low cost* juga menerapkan minimalisasi biaya *overhead* bahkan cenderung memangkas biaya *overhead*. Biaya *overhead* pabrik umumnya terdiri dari biaya pergudangan, biaya angkut dan biaya penyimpanan. Bagi perusahaan yang menerapkan strategi *low cost*, biaya *overhead* akan diklasifikasi ke dalam biaya *overhead* yang menguntungkan dan biaya *overhead* yang tidak menguntungkan. Biaya *overhead* yang tidak menguntungkan akan diminimalisasi atau di reduksi sehingga perusahaan tidak perlu menganggarkan biaya *overhead* yang tidak menguntungkan.

Lebih lanjut Kodrat (2009:9) menyampaikan untuk menerapkan strategi *cost leadership* korporasi perlu memperhatikan keterampilan dan sumber daya korporasi dan organisasi korporasi. Keterampilan dan sumber daya yang diperlukan adalah: investasi modal yang terus menerus dan akses ke modal, keterampilan perekayasaan proses, supervisi tenaga kerja yang ketat, produk didesain untuk kemudahan dalam produksi dan sistem distribusi yang berbiaya rendah.

Apabila suatu perusahaan dapat mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing dengan biaya rendah (*low cost*), maka perusahaan akan menjadi perusahaan yang berkinerja diatas rata-rata dalam industri yang sejenis. Strategi biaya rendah dapat berupa perolehan bahan baku berkualitas dengan biaya yang lebih murah, biaya tenaga kerja yang dapat ditekan, dan saluran distribusi produk yang pendek akan memangkas biaya distribusi dan pemasaran. Dengan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing yang lain, akan menjadi keuntungan bagi perusahaan karena banyak pelanggan yang memilih produk yang *low cost* dibandingkan dengan produk sejenis dari perusahaan lain namun tidak menerapkan *low cost*.

## **2.8 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan perusahaan

untuk meningkatkan usaha dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Disamping kegiatan pemasaran perusahaan juga perlu mengkombinasikan fungsi-fungsi dan menggunakan keahlian mereka agar perusahaan berjalan dengan baik. Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran yang diterapkan perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan dua atau lebih program pemasaran yang diterapkan secara bersamaan karena setiap program pemasaran memiliki pengaruh yang berbeda beda terhadap permintaan produk dari pelanggan.

Menurut Alma (2007:5) pemasaran adalah penekanan pada analisis struktur pasar, orientasi dan dukungan pelanggan, serta memposisikan perusahaan dalam mengawasi rantai nilai. Sementara Kotler dan Keller (2009:38) berpendapat definisi pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Definisi pemasaran menurut Kotler dan Gary Amstrong (2012:28) adalah *“the process by which companies create value for customer and build strong relationship with customers in order to capture value from customers in return”* Artinya bahwa “proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk memperoleh nilai dari pelanggan sebagai imbalan”. Manajemen pemasaran yang efektif biasanya mencakup perencanaan, strategi dari seluruh usaha organisasi. Manajemen pemasaran dapat terjadi disebuah organisasi dalam hubungan dengan pasarnya dan juga untuk mempengaruhi tingkat, jangkauan, waktu dan komposisi permintaan dalam suatu cara sehingga membentuk organisasi untuk mencapai sarannya.

Pada umumnya peluang pemasaran dilakukan oleh perusahaan agar memperluas area permintaan pelanggan dan memaksimalkan strategi pemasaran dengan manajemen pemasaran yang intensif dan efektif. Kotler (2012:146) mengemukakan pengertian manajemen pemasaran adalah sebagai berikut: Manajemen Pemasaran adalah penganalisaan, pelaksanaan, dan pengawasan, program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong serta melayani pasar.

Berbagai upaya dalam hal marketing harus dijalani sehingga tidak makin tenggelam

dalam persaingan karena makin banyaknya kompetitor dari waktu ke waktu. Persaingan dari kompetitor yang makin ketat membuat aktivitas peningkatan skala produksi tak lagi dipandang sebagai masalah utama jika dibandingkan dengan aktivitas pemasaran barang atau jasa yang dihasilkan. bisa dikatakan, keberhasilan dalam pemasaran adalah kunci kesuksesan dari suatu entitas bisnis atau perusahaan.

Aktivitas pemasaran mempunyai nilai yang positif baik ditelaah dari sisi produsen ataupun dari sudut pandang konsumen. dari pihak konsumen katakanlah kegiatan pemasaran produk dipandang sebagai aktivitas yang bisa menawarkan berbagai alternatif pemuas suatu kebutuhan, sehingga nilai dari kepuasan itu sendiri meningkat. Dari sudut pandang produsen barang atau jasa, kegiatan pemasaran adalah aktivitas untuk meningkatkan pelayanan yang lebih untuk memenuhi kebutuhan para *customer*. Jadi, pemasaran semestinya bukanlah sekedar berkaitan dengan hanya kepentingan seorang produsen saja namun juga kepentingan para konsumen.

Aktivitas pemasaran adalah salah satu aktivitas pokok yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk terus menjaga kelangsungan hidupnya dan berkembang ke skala yang lebih lagi dengan tujuan akhir memperoleh laba. Arti kata pemasaran umumnya seringkali disalah-artikan dengan definisi penjualan, perdagangan serta distribusi. Padahal istilah itu hanyalah satu bagian dari kegiatan pemasaran secara menyeluruh. Proses kegiatan pemasaran dimulai jauh hari sebelum barang atau jasa diproduksi dan tidak berakhir dengan hanya penjualan, namun bagaimana seluruh kegiatan tersebut bisa memberikan suatu kepuasan yang diinginkan para konsumen. Berkenaan dengan strategi pemasaran, penjualan produk atau jasa harus difokuskan pada pemberian solusi bagi kebutuhan pelanggan.

Aktivitas pemasaran mempunyai dampak signifikan pada penyebaran produk dan perluasan area pemasaran. Dalam aktivitas pemasaran, biaya iklan dan promosi merupakan biaya yang paling besar. Hal ini sependapat dengan Robbert dan Gardial (2002) Iklan dan promosi memberikan dampak besar pada besar pada percepatan tingkat penyebaran produk. Selain untuk iklan dan promosi pengeluaran dana aktivitas marketing ditujukan pula untuk membantu meningkatkan permintaan dari pembeli yang ada dan tidak menekankan pada konsumen baru. Namun, secara tidak langsung akan menarik konsumen baru dan terutama adlah meningkatkan permintaan dari konsumen yang ada.

Komponen terakhir dari strategi pemasaran adalah *marketing mix* yaitu produk, harga,

tempat dan promosi dimana elemen penting dari *marketing mix* adalah produk atau jasa yang hendak dijual. Hal ini dikarenakan konsumen ingin dianggap tahu perkembangan model produk jasa yang dijual perusahaan atau dapat mengikuti perkembangan jaman. Selain itu strategi harga yang kompetitif ditujukan agar pelanggan akan mencari produk berkualitas sama dengan produk lain namun dengan harga yang lebih murah.

## 2.9 Pengertian Jasa

Menurut Rangkuti (2006:26) Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari suatu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberian jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Pendapat lain dikemukakan oleh William J. Stanton yang dikutip oleh Alma (2009:243) bahwa definisi jasa ialah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Definisi jasa menurut Zeithalm dan Bitner yang dikutip oleh Alma (2009:243) ialah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak wujud.

Sejumlah ahli jasa lain berpendapat tentang definisi jasa, diantaranya Kotler (1997:476) sebagaimana dikutip oleh Yazid (2005:2) yang merumuskan pengertian jasa sebagai setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak yang lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terkait pada suatu produk fisik. Sedangkan Leonard L. Berry dalam Yazid (2005:2) mendefinisikan jasa itu *deeds* (tindakan, prosedur, aktivitas), proses-proses dan unjuk kerja yang *intangible*.

Dari beberapa definisi jasa dapat diketahui bahwa jasa merupakan kegiatan yang memberikan manfaat yang dapat ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang pada dasarnya memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dapat dipindah kepemilikannya. Keberhasilan pemberian jasa bisa diketahui dengan tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan. Wujud jasa bisa juga mencakup laporan akhir yang berwujud atau berupa materi-materi instruksional yang *tangible* seperti pelaksanaan jasa training, jasa pendidikan, dan jasa dokter. Semua jasa yang dilakukan tersebut merupakan kumpulan dari *deeds* (tindakan, prosedur dan aktivitas) serta proses proses dan unjuk kerja.

Pendapat tentang pengertian dan perbedaan barang dan jasa dikemukakan oleh R.G. Mudrick, dkk (1990) yang dikutip oleh Yazid (2005:6) mengemukakan perbedaan barang dan jasa dalam segi penjualan. Barang adalah suatu objek yang tangible yang dapat diciptakan dan dijual atau digunakan setengah selang waktu tertentu. Jasa adalah *intangible* (seperti kenyamanan, hiburan, kecepatan, kesenangan, dan kesehatan) dan *perishable* (jasa tidak mungkin disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan). Jasa diciptakan dan dikonsumsi secara simultan.

Berdasarkan definisi diatas terdapat perbedaan sederhana antara barang dan jasa. Pada beberapa produk dapat dijumpai penggunaan jasa, namun pada beberapa jasa terdapat penggunaan produk pula. Pemisahan barang dan jasa tidak bisa dilakukan secara kontinum. Karena ada barang yang proporsi elemennya intangible seperti jasa, sebaliknya tidak ada barang yang dibuat tanpa menggunakan jasa. Misalnya jasa pendidikan secara *tangible* menggunakan kegiatan dan proses belajar, menggunakan bahan dan alat-alat pembelajaran berupa benda atau barang seperti buku dan alat tulis dan menghasilkan hasil belajar yang terukur berupa ijazah dan surat tanda kelulusan yang merupakan catatan tertulis dan laporan akhir dari kegiatan jasa pendidikan.

Berdasarkan pendapat tersebut, bahwa pendidikan sebagai produk jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik dimana proses yang terjadi merupakan interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa yang mempunyai sifat yang tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan. Selain itu, dalam dunia pendidikan hasil dari pemberian jasa dapat dilihat dengan diterimanya lulusan lembaga pendidikan di tempat-tempat kerja atau lembaga pendidikan lanjutan yang favorit.

## **2.10 Karakteristik Jasa**

Tjiptono (2006:16-17) mengemukakan ada empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik tersebut meliputi :

### *1. Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang. Jika barang menggunakan suatu obyek, alat, atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*) atau usaha. Jasa bersifat Intangibel

,artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Konsep Intangibel ini sendiri memiliki dua pengertian yaitu:

- a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan dirasa.
- b. Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohaniiah.

## 2. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi di antara penyedia jasa dan konsumen merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut. Dalam hubungan penyedia jasa dan konsumen ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa (*contact personel*) merupakan unsur penting. Dengan demikian, kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada proses rekrutmen kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawan.

## 3. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan Variabilitas kualitas jasa yaitu kerjasama atau partisipasi konsumen selama penyampaian jasa, moral/motivasi karyawan dalam melayani konsumen, dan beban kerja perusahaan. Penyedia jasa dapat menggunakan tiga pendekatan dalam pengendalian kualitasnya, yaitu :

- a. Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personil yang baik.
- b. Melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa (*service performance process*) .
- c. Memantau kepuasan konsumen melalui sistem saran dan keluhan, survey konsumen dan comparison shopping, sehingga pelayanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikoreksi.

## 4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan, dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Menurut Edward Wheatley yang dikutip oleh Alma (2009:244), ada beberapa perbedaan antara jasa dan barang, antara lain :

1. Pembelian jasa sangat dipengaruhi oleh motif yang didorong oleh emosi

2. Jasa bersifat tidak berwujud, berbeda dengan barang yang bersifat berwujud, dapat dilihat, dirasa, dicium, memiliki berat, ukuran dan lain-lain
3. Barang bersifat tahan lama, tetapi jasa tidak. Jasa dibeli dan dikonsumsi pada waktu yang sama
4. Barang dapat disimpan, sedangkan jasa tidak dapat disimpan
5. Ramalan permintaan dalam marketing barang merupakan masalah, tidak demikian halnya dengan marketing jasa
6. Usaha jasa sangat mementingkan unsur manusia
7. Distribusinya bersifat langsung, dari produsen kepada konsumen.

Pendidikan merupakan produk yang berupa jasa, yang mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- a. Lebih bersifat tidak berwujud dari pada berwujud (*more intangible than tangible*).
- b. Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*).
- c. Kurang memiliki standar dan keseragaman (*less standardized and uniform*).

Berdasarkan karakteristik tersebut, jasa pendidikan diterima setelah melakukan interaksi dengan penghubung yang sangat dipengaruhi oleh siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal itu menjelaskan bahwa keberhasilan pendidikan akan sangat tergantung pada siapa, kapan, dan dimana proses tersebut terlaksana. Berikut penjelasan masing-masingnya, yaitu :

1. Siapa, menunjukkan tenaga pendidik dan kependidikan, artinya semakin tinggi kualitas dari penyampai pendidikan maka akan semakin tinggi pula kualitas proses pendidikan tersebut.
2. Dimana, merupakan lokasi jasa pendidikan tersebut disampaikan, tentu saja hal ini akan mempunyai arti yang luas namun intinya adalah lingkungan yang kondusif akan mempengaruhi tingginya kualitas proses pendidikan.
3. Kapan, menunjukkan waktu yang paling tepat dilaksanakan proses pendidikan sehingga proses tersebut berkualitas.

## **2.11 Pemasaran Jasa**

Secara umum, pemasaran jasa mempunyai cara-cara melakukan kegiatan pemasaran jasa. Kegiatan pemasaran jasa yang efektif mungkin akan berbeda dengan cara-cara pemasaran barang

secara konvensional. Pada perspektif pemasaran jasa mempunyai cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan pemasaran barang. Hal ini karena pemahaman pemasaran jasa tidak hanya sebatas pada satu atau beberapa jenis jasa saja. Seorang petugas pemasar jasa harus mendapatkan bekal tentang pemahaman jasa yang dipasarkannya, kemampuan dan pengetahuan tentang pemasaran jasa.

Pemasaran jasa juga memerlukan strategi agar jasa yang dipasarkan dapat diterima oleh pelanggan dan dapat dirasakan manfaatnya. Strategi pemasaran jasa biasanya berupa aturan-aturan dan arahan-arahan serta prosedur kerja untuk karyawan bagian pemasaran jasa. Strategi jasa yang paling baik adalah strategi yang memperhatikan kebutuhan-kebutuhan mendasar para konsumen yang menggunakan jasa tersebut. Hal ini senada dengan pernyataan Lovelock dan Wright (2007:167) semua perusahaan jasa besar memiliki strategi jasa yang jelas dan tegas. Mereka memiliki alasan keberadaan yang memberikan kekuatan bagi organisasi dan mendefinisikan kata jasa. Strategi jasa memahami apa yang memberi nilai jasa tersebut untuk pelanggan. Untuk merintis jalan menuju jasa yang besar tersebut, para pemimpin perusahaan harus mendefinisikan secara tepat apa yang membuat jasa tersebut memaksa. Mereka harus menggerakkan dan mempertahankan visi kesempurnaan jasa yaitu beberapa penunjuk arah yang membimbing ke masa depan dan menunjukkan jalan.

Langkah awal dalam menyusun strategi jasa adalah memusatkan perhatian pada kebutuhan pelanggan. Kebutuhan jasa yang penting yang tidak terpenuhi oleh pesaing akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk memasuki pasar. Strategi jasa dapat dirancang sesuai dengan kebutuhan dan pengharapan (ekspektasi) pelanggan. Langkah berikutnya, setelah strategi jasa dikenal oleh pelanggan, perusahaan harus memutuskan bagaimana memposisikan jasa tersebut sehingga pelanggan akan kembali membutuhkan jasa perusahaan. Pemosisian ini melibatkan penetapan tempat atau area pemasaran jasa, pelanggan potensial, dan para pesaing. Pemosisian jasa ini akan menempatkan perusahaan lebih kuat dibandingkan para pesaing, dan perusahaan mampu mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan sebagai posisi di pasar jasa yang tidak mudah diambil oleh pesaing. Perusahaan yang telah mampu memposisikan jasanya diantara para pesaing, berarti telah mampu mempertahankan keunggulan bersaing dan mampu mempertahankan jasa yang berkualitas dan tidak mudah ditiru oleh para pesaing. Pemosisian jasa ini sependapat dengan pernyataan Jack Trout sebagaimana yang dikutip oleh Lovelock dan Wright (2007:169) yang menyaring esensi pemosisian jasa menjadi 4 hal yaitu:

- a. Suatu perusahaan harus membangun posisi dalam pikiran pelanggan yang dibidiknya.
- b. Posisi itu harus tunggal, dengan memberikan pesan yang sederhana dan konsisten.
- c. Posisi itu harus membedakan perusahaan dari pesaing-pesaingnya.
- d. Suatu perusahaan tidak dapat menyediakan semuanya untuk semua orang, maka ia harus memfokuskan upayanya.

## 2.12 Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan

Banyak perusahaan yang bergerak dibidang jasa pendidikan berlomba-lomba untuk menggalakkan strategi pemasaran jasa pendidikan. Banyak pula perusahaan yang mempunyai lingkup pekerjaan yang semakin beragam dikarenakan mengikuti perkembangan jaman dan kebutuhan pelanggan. Semakin banyak jasa yang diharapkan akan diterima oleh pelanggan, semakin besar informasi yang mereka butuhkan tentang bagaimana mencapai hasil yang terbaik. Perusahaan harus bertanggung jawab untuk mendidik pelanggan yang belum berpengalaman sesuai dengan bidang ilmu pendidikan yang diminati.

Pemasaran jasa pendidikan yang diperlukan oleh pelanggan dapat diberikan dengan berbagai cara diantaranya pemberian informasi berupa brosur, promosi paket pendidikan, pelayanan jasa pendidikan berkelanjutan dan penyebaran informasi pendidikan melalui media komunikasi dan social seperti video dan jejaring sosial.

Pemasaran jasa pendidikan ini juga tidak terlepas dari kualitas jasa pendidikan yang ditawarkan. Kualitas jasa pendidikan yang bagus dan bermutu akan meningkatkan minat pelanggan untuk menggunakan jasa pendidikan tersebut. Karena kualitas jasa pendidikan yang bagus akan menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan dan keterampilan sesuai dengan bidang yang diminati dan sebagaimana yang menjadi tujuan lembaga pendidikan. Berikut ini adalah 5 kriteria kualitas jasa pendidikan yang dikemukakan oleh Lovelock dan Wright (2007:99):

- a. Keandalan (*reliability*); apakah perusahaan dapat diandalkan dalam menyediakan jasa seperti yang telah dijanjikan dari waktu ke waktu?
- b. Keberwujudan (*tangible*): seperti apa terlihat fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi penyedia jasa tersebut?

- c. Daya tanggap (*responsiveness*); apakah karyawan perusahaan tersebut senang membantu dan mampu memberikan jasa yang cepat?
- d. Jaminan (*assurance*); apakah karyawan jasa memiliki pengetahuan yang cukup, sopan, kompeten, dan dapat dipercaya?
- e. Empati (*Empathy*); apakah perusahaan jasa tersebut memberikan perhatian yang besar dan khusus?

Dari kelima hal tersebut diatas, keandalan telah terbukti terus menerus menjadi faktor yang terpenting dalam penilaian jasa oleh pelanggan, keandalan menjadi inti kualitas jasa karena jasa yang tidak dapat diandalkan adalah jasa yang buruk walaupun ada atribut lainnya. Jika jasa yang telah dikerjakan dinilai handal oleh pelanggan, maka perusahaan juga akan dinilai berkompeten dibanding pesaing. Selain keandalan, perusahaan juga harus memiliki kualitas karyawan yang mampu memberikan layanan jasa yang berkualitas dan dapat dipercaya serta memiliki keahlian yang berkompeten. Perusahaan yang mempunyai kualitas jasa juga harus mempunyai sikap empati terhadap pelanggan dimana perusahaan dapat memberikan perhatian khusus bagi pelanggan misalnya keberlanjutan studi bagi pelanggan, adanya tambahan keterampilan yang dimiliki oleh pelanggan dan pendampingan dari perusahaan bagi lulusan lembaga pendidikan hingga mendapat pekerjaan.

Menurut Davies dan Ellison dalam Maisyaroh (2004:21) mengemukakan pemasaran dalam bidang pendidikan sebagai aktivitas sekolah untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan tujuannya, nilai dan produk sekolah kepada siswa, orang tua, staf dan masyarakat luas. Sementara itu John R. Silber (Buchari, 2007: 53) menyatakan bahwa "*in another sense, marketing ethics deal with avoiding the dubiously legitimized dishonesties of some commercial advertising and we should hope that institutions are supplied with the qualities of intellect and characters as well.*" Dengan kata lain bahwa etika marketing dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Hal itu karena pendidikan sifatnya lebih kompleks yang dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, hasil pendidikannya mengacu jauh kedepan, membina kehidupan warga Negara, serta generasi penerus ilmuwan di kemudian hari.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa pemasaran jasa pendidikan merupakan suatu proses sosial dan manajerial, baik oleh individu atau kelompok, untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh lembaga pendidikan melalui

penciptaan penawaran dengan pihak lain. Pemasaran jasa pendidikan tidak dapat dilakukan jika tidak ada bukti program-program yang menarik, tidak ada bukti lulusan yang berkualitas, fasilitas dan lain sebagainya yang ada dalam lembaga pendidikan. Dan semua proses pemasaran itu harus dilakukan dengan seksama dan teliti oleh tiap-tiap anggota dalam lembaga tersebut.

## 2.12 Acuan Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dan pembanding dalam penelitian ini, peneliti menjadikan beberapa penelitian untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar peneliti laksanakan dan bukan hasil dari plagiasi. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti gunakan diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Hermawan (2010) ditulis dalam karya tulisnya yang berjudul "Strategi Bersaing dalam Dunia Pendidikan".

Penelitian yang Hermawan (2010) menggunakan analisis SWOT sebagai alat yang digunakan untuk meneliti strategi bersaing pada lembaga pendidikan IEC di Jakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa IEC berada pada posisi pertumbuhan dimana yang menjadi fokusnya adalah pangsa pasar, keuntungan serta Strategi bersaing penjualan. Dengan meningkatkan kualitas SDM serta menjalankan strategi pemasaran yang efektif diharapkan mampu membangun citra IEC yang lebih baik lagi.

Berikut ini disajikan tabel persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu Hermawan (2010) dengan penelitian sekarang sehingga nampak jelas bahwa penelitian ini terbebas dari unsur plagiaris.

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang

Keterangan	Penelitian Terdahulu (Hermawan, 2010)	Penelitian Sekarang
Persamaan	Sama-sama meneliti strategi bisnis lembaga yang bergerak dibidang pendidikan	
Perbedaan:		
5. Tempat penelitian	Lembaga IEC Jakarta	Lembaga Magistra Utama Jember
6. Tahun penelitian	2010	2016

7. Strategi bisnis yang digunakan	Analisis SWOT	Keunggulan bersaing <i>low cost</i> dan diferensiasi
8. Metode pengambilan sampel	<i>Simple random sampling</i>	<i>Snowball sampling</i>

Sumber: Penelitian terdahulu

## **BAB 3. METODE PENELITIAN**

Dalam mengadakan kegiatan penelitian diperlukan suatu aturan yang standar mengenai keilmiahan penelitian. Metode ilmiah merupakan cara ilmiah yang digunakan oleh para peneliti untuk mendapatkan data lapangan dengan tujuan tertentu. Metode ini sebagai landasan bergerak dan mendapatkan data-data yang obyektif, lengkap dan dapat dipertanggungjawabkan.

Penggunaan metode penelitian sangat diperlukan untuk memandu peneliti melakukan penelitian tersebut. Menurut Achmadi dan Narbuko (2003:1) “metode berarti cara yang tepat untuk melakukan sesuatu”. Sedangkan “penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisa sampai menyusun laporan”. Jadi metode penelitian adalah cara yang digunakan dalam mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporan.

Pada dasarnya seseorang melakukan penelitian bertujuan untuk memahami suatu kejadian, situasi, dan keadaan khusus yang terjadi di dalam masyarakat. Selain itu, penelitian juga bertujuan mencari jalan keluar atau perpecahan masalah. Hal ini juga berarti bahwa metode penelitian harus dilakukan secara ilmiah agar hasilnya dapat diterima secara ilmiah.

### **3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, maka pendekatan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, sebagaimana yang dikemukakan oleh Moleong (2007:9) bahwa: “Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Peneliti memilih pendekatan kualitatif dalam rangka akan melakukan pengamatan-pengamatan mengenai strategi keunggulan bersaing dalam meningkatkan kualitas pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember melalui pendekatan yang bersifat induktif dengan cara menggali data sedalam-dalamnya baik tertulis maupun secara lisan dari sumber-sumber yang terkait untuk kemudian dituangkan ke dalam teks secara naratif dan deskriptif.

Pendekatan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai suatu bidang tertentu dengan berusaha untuk menggambarkan situasi atau kejadian dan data yang dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan tentang bagaimana

strategi keunggulan bersaing dalam meningkatkan kualitas pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember.

Sedangkan jenis penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah lapangan (*field research*) (Supranto, (2003) dalam *Metode Riset repository upi .edu/operator/upload/s\_ktp\_054235\_ chapter2. Pdf*, (tt)). Penelitian ini menggunakan teknik penelitian lapangan (*field research*) karena peneliti akan langsung melakukan penggalian data ke lembaga terkait di Magistra Utama Jember dan kemungkinan juga mencari informasi dari masyarakat sekitar untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan strategi keunggulan bersaing dalam meningkatkan kualitas pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember. Sehingga pada akhirnya dapat dikatakan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan yang cenderung deskriptif dan normatif.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat di mana peneliti melakukan kegiatan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan guna menjawab permasalahan yang telah ditetapkan. Peneliti dalam penelitian mengambil lokasi penelitian di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember. Alasan pemilihan lokasi ini melalui pertimbangan bahwa:

- a. Magistra Utama Jember merupakan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan yang menawarkan beberapa jenis lulusan untuk siap terjun dalam dunia kerja.
- b. Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember memiliki kerja sama dengan beberapa perusahaan.

### **3.3 Sumber dan Jenis Data**

Sumber data yang dimaksud adalah yang berkaitan dengan sumber-sumber penyedia informasi yang mendukung dan menjadi pusat perhatian penelitian. Sumber data adalah subyek dimana data dapat diperoleh. Menurut Moleong (2007:157), “Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata, tindakan, dan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen, dan lain-lain”. Sementara itu menurut Suharsimi Arikunto (1993: 116) Sumber data didefinisikan sebagai benda, hal atau orang, tempat peneliti mengamati, membaca dan bertanya

tentang data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 sumber data yaitu data primer dan data sekunder yang akan dijelaskan di bawah ini.

a. Data Primer

Data primer adalah data-data yang berkaitan langsung dengan permasalahan yang diteliti tanpa perantara yaitu mengenai keterangan orang-orang yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan penelitian, bisa melalui wawancara dengan sumber secara langsung maupun data yang diperoleh dari observasi langsung di lapangan. Data primer sangat penting dalam penelitian karena merupakan data utama yang diperoleh langsung dari sumbernya.

Data primer pada penelitian ini diperoleh berdasarkan keterangan dari beberapa pihak tentang strategi keunggulan bersaing dalam meningkatkan kualitas pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember. Misalkan data yang diperoleh dari keterangan pimpinan Magistra Utama atau data yang diperoleh dari tenaga pendidik yang ada di lembaga Magistra Utama Jember.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya yaitu data yang telah terbentuk dalam dokumen-dokumen yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang menunjang penelitian ini. Data sekunder dapat berupa dokumen, catatan, laporan, majalah ilmiah, makalah, karya tulis ilmiah, dan sebagainya yang mendukung penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diterbitkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember yang berkaitan dengan strategi keunggulan bersaing dalam meningkatkan kualitas.

### **3.4 Penentuan Informan Penelitian**

Penelitian kualitatif tidak dimaksudkan membuat generalisasi dari hasil penelitiannya, namun yang terpenting adalah kedalaman informasi yang diperolehnya. Oleh karena itu, pada penelitian kualitatif tidak dikenal adanya populasi dan sampel, namun menggunakan informan. Menurut Moleong (2007:132) mengenai pengertian informan adalah “orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian”. Informan dalam penelitian kualitatif sangat penting, karena itu peneliti harus memilih orang yang benar-benar tepat sebagai informan agar data atau informasi yang diperoleh dapat benar-benar tepat, akurat dan dapat dipertanggungjawabkan

Menurut Sugiyono (2009:218) orang yang dipilih sebagai informan adalah orang yang dianggap bisa menjelaskan keseluruhan medan secara jelas. Selanjutnya Sugiyono (2009:218) juga menentukan kriteria informan dengan maksud pertimbangan tertentu ini sebagai berikut:

- a. Orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan;
- b. Informan, mungkin sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi fokus yang diteliti.

Salah satu ciri utama penelitian kualitatif adalah orang sebagai alat pengumpul data atau dengan kata lain peneliti adalah instrumen utama penelitian. Dalam menentukan sumber data pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling* untuk menentukan banyaknya data yang ingin peneliti dapatkan maka peneliti menggunakan *Snowball*, sedangkan untuk menentukan siapa sumber data yang peneliti tuju maka peneliti menggunakan *purposive sampling*.

*Snowball* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit itu belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data. Dengan demikian jumlah sampel sumber data akan semakin besar, seperti bola salju yang menggelinding, lama-lama menjadi besar.

Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan, atau mungkin orang tersebut seorang penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti.

Penelitian ini menentukan informan berdasarkan instruksi dari pimpinan pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember yang mengetahui dan menunjuk beberapa orang sebagai *Key Informan*. Hal ini dikarenakan orang-orang tersebut benar-benar mengetahui kondisi dan keberadaan Magistra Utama Jember. Informan yang ditunjuk adalah sebagai berikut ;

1. Nama : Dedi Wicaksono, M.Pd  
Jabatan : Manager

Hal yang terkait :

- a. Sejarah Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember
- b. Jumlah tenaga pengajar

- c. Sistem kerja pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember
- d. Kegiatan belajar pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember
- e. Strategi dalam melakukan persaingan bisnis
- f. Strategi untuk memenangkan persaingan bisnis dunia pendidikan

2. Nama : Amin,SE

Jabatan : Kabag. Pemasaran

Hal yang terkait :

- a. Keunggulan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember
- b. Jenis keahlian yang ditawarkan
- c. Tidak fokus pada satu jenis keahlian
- d. Jaminan dapat bekerja pada beberapa instansi

3. Nama : Maria Ulfa,SS

Jabatan : Kabag. Diklat

Hal yang terkait :

- a. Kegiatan pembinaan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember
- b. Respon dari kegiatan pembinaan

Maka dari itu peneliti menggunakan dua teknik sekaligus, supaya siapa dan berapa banyak data yang peneliti butuhkan lebih terarah.

4. Nama : Ivan Febrianto, A.Md.

Jabatan : Kabag Pasker

Hal yang terkait :

- a. Pelayanan kepada PP pada saat akan memasuki dunia kerja.
- b. Pelayanan kepada PP terkait lowongan kerja.
- c. Pelayanan kepada PP menjadi alumni.

Informan-informan tersebut merupakan subyek langsung dalam lembaga pendidikan Magistra Utama yakni meliputi Manajer, Kepala Bagian Pemasaran, Kepala Bagian Pendidikan dan Pelatihan, serta Kepala Bagian pasar Kerja, sehingga informasi yang diperoleh dari mereka dapat dipertanggungjawabkan validitas dan akurasi, mengingkar secara umum syarat penelitian harus menggunakan sumber data atau informasi yang valid dan akurat.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1. Pengumpulan Data Primer

Pengumpulan data primer bertujuan untuk menunjukkan data-data yang berkaitan langsung dengan permasalahan yang diteliti tanpa perantara. Data primer sangat penting dalam penelitian karena merupakan data utama yang diperoleh langsung dari sumbernya.

##### a. Teknik Observasi

Observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian. Observasi langsung dilakukan terhadap obyek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa yang akan diselidiki (Sugiyono, 2008:145). Metode ini merupakan pengamatan langsung atau tidak langsung melalui fakta dan data yang ada, jadi dalam penerapan metode ini dilakukan pencatatan khusus secara sistematis terhadap fenomena yang diselidiki terkait dengan bukti fisik di lapangan yang ditemukan peneliti.

Tahapan observasi menurut Basrowi dan Suwandi (2008: 98) terdiri dari: pengamatan deskriptif, pengamatan terfokus, dan pengamatan terseleksi. Pengamatan deskriptif dilakukan pada tahap eksplorasi secara umum, memperhatikan dan merekam sebanyak mungkin aspek elemen situasi sosial yang diamati sehingga diperoleh gambaran secara umum. Pengamatan terfokus merupakan kelanjutan dari pengamatan deskripsi yang lebih fokus terhadap detail suatu ranah yang diteliti. Pengamatan terseleksi merupakan pengamatan yang mengamati komponen tertentu untuk mendapat data yang diperlukan dalam analisis setiap perspektif.

Pelaksanaan observasi memerlukan rancangan yang sistematis, penyesuaian dengan tujuan penelitian, pencatatan dalam bentuk pencatatan lapangan, dan pengendalian terhadap hasil penelitian sehingga diperoleh validitas dan reliabilitasnya. Pelaksanaan observasi ini disusun dalam suatu tabel pedoman observasi yang memuat unsur-unsur manajemen strategi, sasaran penelitian, dan pertanyaan observasi. Observasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi pasif (*passive participation*), artinya mengamati situasi tertentu tanpa melibatkan diri dalam aktifitas tersebut.

##### b. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan didasarkan pada tujuan penelitian. Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal atau semacam percakapan yang bertujuan untuk memperoleh

informasi. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi secara lebih mendalam dari suatu masalah dengan jumlah responden yang sedikit. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan metode campuran (semi struktur), yaitu mula-mula pewawancara menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam dengan mengorek keterangan lebih lanjut.

Tahapan wawancara ini dilakukan dengan: (1) mempersiapkan wawancara; (2) melakukan wawancara yang produktif; (3) mengakhiri dengan rangkuman hasil wawancara. Pelaksanaan wawancara ini merujuk pada rancangan terstruktur yang berupa pedoman wawancara. Hasil wawancara direkam menggunakan *recorder* dan dirangkum secara langsung dari catatan-catatan yang dibuat di tempat penelitian, diringkas dan diberi kode-kode yang mudah dimengerti oleh peneliti.

### **3.5.2. Pengumpulan Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang tidak secara langsung dapat memberikan informasi dan sebagai informasi pendukung bagi peneliti. Data sekunder ini merupakan data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya yaitu data yang telah terbentuk dalam dokumen-dokumen yang diperoleh dari lembaga atau instansi terkait dan dari sumber-sumber lain yang menunjang penelitian.

#### **a. Studi Kepustakaan**

Mempelajari literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian sesuai dengan konsep yang ada agar penelitian berjalan dengan konteksnya. Konsep yang dipakai oleh peneliti adalah konsep perumusan kebijakan dari kutipan bukunya Wayne Parson dan Joko Widodo.

#### **b. Dokumentasi**

Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel/dapat dipercaya apabila didukung oleh dokumentasi yang berkaitan dengan data-data yang didapatkan di lapangan. Menurut Usman (2006: 73), studi dokumenter adalah teknik pengumpulan data dengan dokumentasi atau pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Studi dokumenter digunakan untuk mempelajari berbagai sumber dokumentasi, terutama yang berada di lingkungan obyek penelitian, yaitu lembaga pendidikan dan pelatihan

Magistra Utama Jember, dalam hubungannya dengan strategi keunggulan bersaing di lembaga tersebut.

Dokumen yang dijadikan bahan kajian antara lain dokumen tentang profil dan keadaan lembaga, proses pembelajaran, program pendidikan, dokumen keberhasilan yang telah diperoleh lembaga baik bersifat akademis maupun non akademis, dan dokumen lain yang relevan.

Studi dokumentasi ini bertujuan untuk mengungkapkan aktifitas dan tindakan-tindakan yang dapat menambah pemahaman peneliti terhadap masalah-masalah yang diteliti. Studi dokumentasi ini memungkinkan ditemukannya perbedaan atau pertentangan antara hasil wawancara dan observasi dengan hasil yang terdapat dalam dokumen. Bila hal ini terjadi dapat mengkonfirmasi dengan bentuk wawancara kembali dengan nara sumber yang terdahulu.

Studi dokumentasi ini merupakan kegiatan pengumpulan data yang dapat berupa foto, buku-buku, modul, jurnal, piagam, dan sebagainya yang diperoleh saat wawancara maupun observasi dilakukan.

### **3.6 Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model analisa interaktif (*interactive model of system*) yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992:20). Model Analisis interaktif melalui tahap sebagai berikut:

#### **1. Tahap Reduksi Data**

Pada tahap ini, yang dilakukan peneliti adalah:

- a. Mencatat data yang diperoleh dari lokasi penelitian (data lapangan) baik dari observasi, field note, rekaman wawancara, serta dokumen ke dalam uraian atau laporan yang lengkap dan terinci. Laporan lapangan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok, difokuskan pada indikator dari *sub variable* yakni jenis peranan dan jalur pendidikan.
- b. Pengkodean, yaitu pemberian tanda atau simbol atau kode bagi tiap-tiap jawaban yang termasuk dalam kategori yang sama. Dan selanjutnya, tabulasi atau pentabelan, yaitu jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dalam suatu tabel.

#### **2. Tahap Penyajian Data**

Hasil dari analisa akan disajikan secara deskriptif dan dengan memberikan pemahaman maknawi terhadap fenomena yang terjadi. Deskripsi mempunyai pengertian menggambarkan fenomena yang terjadi secara lengkap sehingga pembaca tanpa melihat objek mampu memahami objek studi. Pemahaman berarti memberikan gambaran mengenai alasan-alasan yang melatar belakangi perilaku individu yang saling berinteraksi. Dengan penyajian data secara deskripsi kiranya mampu memberikan pemahaman yang mendalam terhadap para pembaca.

### 3. Tahap Kesimpulan (*Verification*)

Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung. Sejak awal memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data, peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari makna dari data yang dikumpulkan yaitu dengan cara mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagainya yang dituangkan dalam kesimpulan yang masih bersifat *tentative*, akan tetapi dengan bertambahnya data melalui proses verifikasi secara terus menerus, maka akan diperoleh kesimpulan yang bersifat grounded. Dengan kata lain, setiap kesimpulan senantiasa terus dilakukan verifikasi selama penelitian berlangsung yang melibatkan interpretasi peneliti. Apabila hasil dari verifikasi dapat memperkuat kesimpulan atas data, maka pengumpulan data untuk komponen itu dapat dihentikan.

### **3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep kesahian (*validitas*) dan kendala (*reability*) menurut versi positifisme dan sesuai dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri. Teknik pemeriksaan keabsahan data menjadi sesuatu yang sangat penting dalam sebuah penelitian, terutama dalam penelitian dengan data dan analisis kualitatif. Hal ini dikarenakan adanya keraguan dan kemungkinan terjadinya distorsi atas sebuah informasi, data maupun hasil analisis data dalam penelitian. Berdasarkan hal tersebut, peneliti memandang perlu untuk melakukan teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini. Berdasarkan pendapat Moleong (2007:326-332), teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Ketekunan pengamatan

Teknik pemeriksaan data dengan ketekunan pengamatan bertujuan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal tersebut secara rinci.

b. Triangulasi

Metode keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Hal ini dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh. Triangulasi yang digunakan dalam peneliti ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi metode.

1) Triangulasi dengan Sumber

Peneliti melakukan perbandingan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif dengan menggunakan cara:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dengan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti orang biasa, akademisi praktisi politik, dan orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara isi suatu dokumen yang berkaitan.

2) Triangulasi dengan Metode

Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan cara:

- a. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data.
- b. Pengecekan beberapa sumber data dengan metode yang sama .
- c. Pengecekan sejawat

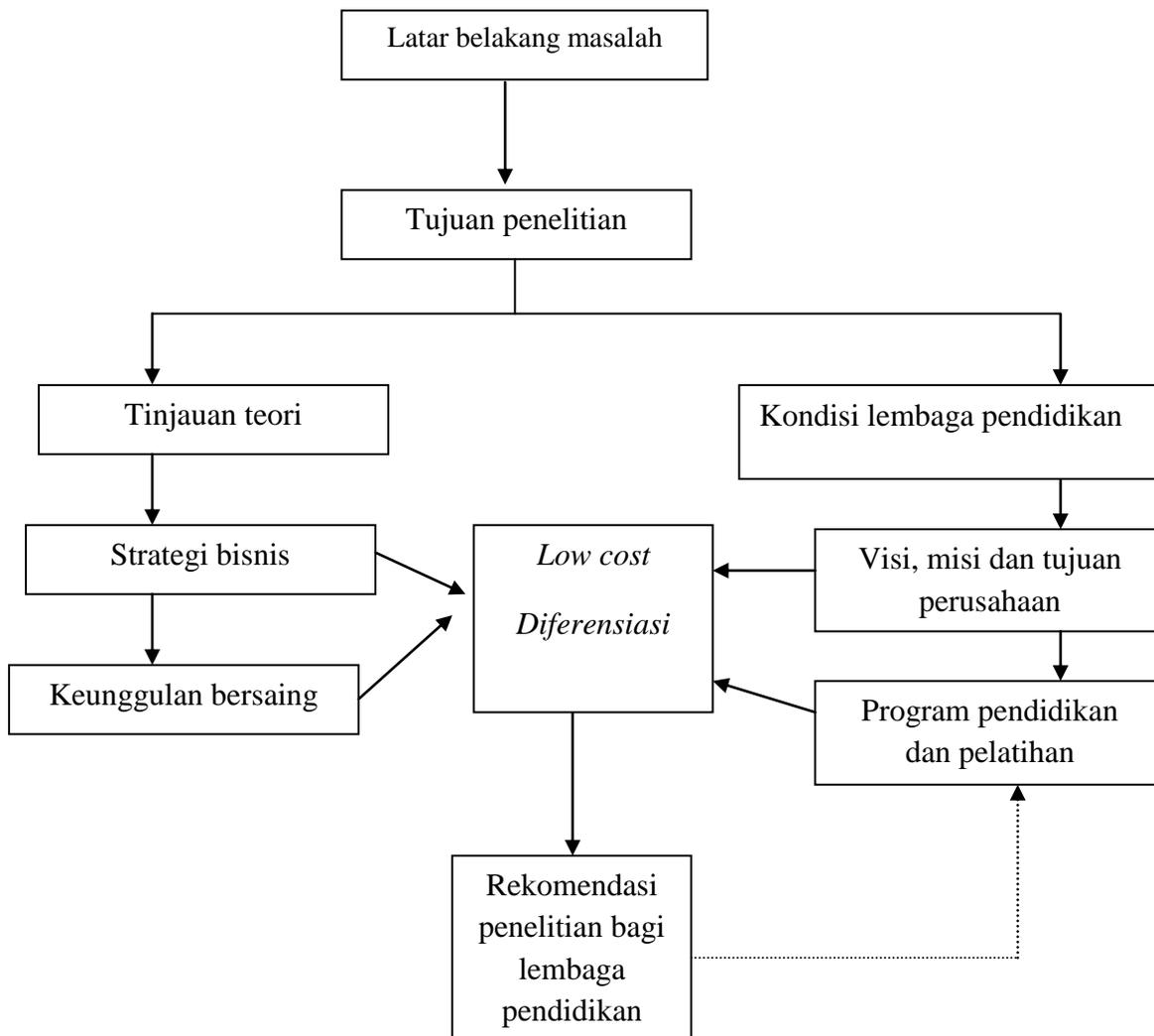
Teknik ini dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi analitik dengan rekan-rekan sejawat. Dengan demikian pemeriksaan sejawat berarti pemeriksaan yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan rekan-rekan yang sebaya, yang memiliki pengetahuan umum

yang sama tentang apa yang sedang diteliti, sehingga bersama mereka peneliti dapat me-review persepsi, pandangan dan analisis yang dilakukan.

### 3.8 Kerangka Pemikiran Penelitian

Kerangka pemikiran penelitian diperlukan dalam penelitian ini agar penelitian ini berfokus pada tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui secara jelas Strategi Keunggulan Bersaing pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember, untuk mendeskripsikan deferensiasi, biaya rendah sebagai Strategi Keunggulan Bersaing pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember. Berikut ini disajikan gambar kerangka pemikiran penelitian:

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian



## **BAB 4. MANAJEMEN PEMBELAJARAN MAGISTRA UTAMA**

### **4.1 Perkembangan Magistra Utama Dari Awal Sampai Sekarang**

Magistra Utama merupakan lembaga pendidikan dan pelatihan bagi lulusan SMU/SMK yang menjadi peserta didik untuk dididik dan dilatih agar memiliki pengetahuan dan keterampilan yang kompeten untuk memasuki dunia kerja. Magistra Utama menyelenggarakan Pendidikan Siap Kerja dan Cepat Kerja dengan konsep *Triple Competence* sebagai mitra pemerintah ikut mencerdaskan kehidupan bangsa dengan mengembangkan penguasaan pengetahuan dan keterampilan fungsional serta pengembangan sikap dan kepribadian profesional. Magistra Utama berkantor pusat di Yogyakarta dan memiliki cabang di 12 kota yang tersebar di Jawa timur dan Jawa Tengah. Beberapa cabang diantaranya berada di Jawa Timur yaitu Surabaya, Malang, Jember, Banyuwangi, Kediri, dan Tuban. Sedangkan cabang Magistra Utama yang berada di Jawa Tengah diantaranya Yogyakarta, Semarang, Surakarta, Purwokerto, dan Tegal. Dalam penelitian ini menggunakan objek penelitian Magistra Utama Jember yang beralamatkan di Jalan Karimata no 42 Jember.

Magistra Utama Jember berdiri mulai tahun 1996. Magistra Utama telah mendidik dan melatih 52.752 orang alumni melalui program pendidikan dan pelatihan non gelar selama 1 tahun. Selama masa pendidikan dan pelatihan dibagi 2 periode yaitu 8 bulan proses pembelajaran dan praktikum, 2 bulan persiapan dan penyaluran magang kerja. Magistra Utama Jember berorientasi pada mencetak lulusan yang siap terjun ke dunia kerja secara profesional dan berkompeten. Calon peserta didik akan dibantu mendapatkan pekerjaan pertama sampai berhasil. Terbukti 94% peserta program telah berhasil bekerja sebelum lulus. Guna memastikan setiap Peserta Program berstatus Puas – Tuntas – Mahir – Terampil, dan berhasil meraih pekerjaan pertama, maka Magistra Utama juga memberikan layanan pada setiap alumni melalui layanan pasca lulus dengan membantu dan mendampingi lulusannya mendapatkan pekerjaan pertamanya.

Magistra Utama berfokus pada memberikan pelayanan jasa pendidikan dan pelatihan yang profesional dan berkualitas sehingga para peserta program dapat merasa puas, tuntas, mahir dan terampil. Kepuasan peserta program/didik diukur dari kemampuan peserta didik menguasai ilmu yang diajarkan oleh para instruktur dan mendapatkan fasilitas pendidikan telah disediakan oleh Magistra Utama. Peserta didik dinyatakan tuntas diukur dari tuntas mengikuti seluruh tahapan proses pendidikan dan pelatihan, tuntas penyelesaian biaya pendidikan dan tidak

menanggung biaya pendidikan. Peserta didik dinyatakan mahir jika telah dinyatakan lulus mengikuti ujian akhir periode dengan nilai minimal C dan dinyatakan terampil jika telah mampu mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti program pendidikan dan pelatihan ke dunia kerja. Magistra Utama mencetak lulusannya agar dapat berkompetisi dengan lulusan dari lembaga lain ketika memasuki dunia kerja sehingga menjadi tenaga kerja siap pakai.

Saat ini, Magistra Utama memiliki program pendidikan pelatihan yang banyak dibutuhkan oleh dunia kerja yaitu: Akuntansi Perusahaan dan Perbankan, Sekretaris dan Administrasi Perkantoran, Perhotelan dan Pariwisata, Ass. Paramedis & Komputer Adm. Rumah Sakit, Teknik Informatika dan Desain Web, Teknik Otomotif, Desain Grafis dan Animasi. Magistra Utama membuat 7 program pendidikan tersebut dengan tujuan agar dapat memenuhi kebutuhan tenaga terampil pada bidang-bidang tersebut. Banyak perusahaan swasta dan instansi pemerintah yang bekerja sama dengan Magistra Utama sebagai wadah untuk menyalurkan lulusan yang siap kerja sebagai karyawan/pegawainya.

Beberapa penghargaan telah diraih oleh Magistra Utama sebagai salah satu lembaga pendidikan dan pelatihan yang berkualitas dan menghasilkan lulusan yang siap kerja secara berkualitas dan berkompeten. Penghargaan dari Dirjen PNFI sebagai Lembaga Kursus dan Pelatihan terbaik No.1 Se-Indonesia tahun 2008. Juara I Lembaga Kursus dan Pelatihan Tingkat Nasional Tahun 2009. Magistra Utama juga dinobatkan sebagai Lembaga Pendidikan dan Pelatihan terbaik No.1 Se-Indonesia selama 5 berturut-turut yaitu tahun 2008, 2009, 2010, 2011, dan 2013.

#### **4.2 Visi, Misi dan Tujuan Magistra Utama**

Visi Magistra Utama adalah mengembangkan sumber daya manusia (SDM) Indonesia berkualitas yang berdedikasi tinggi dan berguna bagi umat dan bangsa sebagai ikhtiar untuk memakmurkan bumi dan mencerahkan umat manusia dengan penyadaran dan ikhtiar pemberdayaan.

Misi Magistra Utama adalah:

1. Mencetak tenaga terampil dan berkemampuan profesional yang siap kerja sesuai kebutuhan perusahaan dan pasar kerja.
2. Mendidik dan melatih peserta selama 1 tahun untuk mendapatkan ketrampilan sesuai program keahlian serta pemahaman tentang kepribadian dan agar siap kerja di perusahaan.

3. Mendidik dan melatih peserta dalam bidang kewirausahaan agar supaya yang bersangkutan dapat membuka usaha dan sekaligus menciptakan lapangan kerja bagi yang lain.
4. Mendidik dan melatih peserta didik yang memiliki ketrampilan ganda yaitu bidang ketrampilan keahlian per satuan program dan keahlian pendukung melalui berbagai kegiatan *short course* yang diselenggarakan oleh lembaga.
5. Membangun sikap mental positif dengan spirit 9 etos kerja unggul bagi peserta didik dan pegawai Magistra Utama.

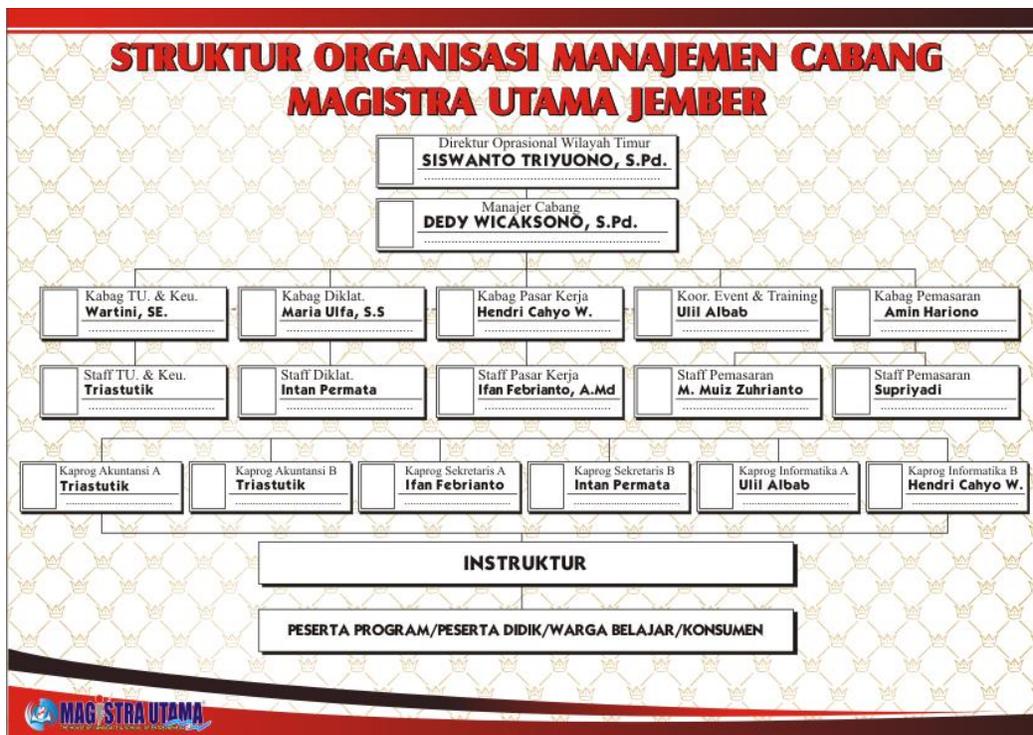
Tujuan Magistra Utama adalah:

1. Memberi kesempatan bagi peserta didik usia produktif untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, dan sikap mental yang sesuai dengan kebutuhan/peluang pangsa kerja pada dunia usaha/industri baik dalam maupun luar negeri dalam rangka penurunan jumlah pengangguran usia produktif serta pengentasan kemiskinan.
2. Untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan dan sikap warga masyarakat kota sebagai bekal untuk dapat kerja dan atau usaha mandiri sesuai dengan potensi dan sumber daya serta peluang kerja yang ada di lingkungannya.
3. Memberikan layanan pendidikan bagi masyarakat agar memiliki kompetensi yang diperlukan dalam dunia usaha atau dunia kerja sesuai dengan jenis kursus yang diikuti sehingga mampu merebut peluang kerja pada perusahaan atau industri dengan penghasilan yang wajar atau sepanjang memungkinkan mampu memulai menciptakan lapangan pekerjaan sendiri.

### **4.3 Mekanisme Kerja Magistra Utama**

Magistra Utama Jember dipimpin oleh Manager cabang yaitu Dedi Wicaksono,S.Pd. dengan 11 orang pegawai tetap. Berikut ini adalah struktur organisasi Magistra Utama Jember:

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Manajemen Cabang Magistra Utama Jember



Sumber: Manajemen Magistra Utama Jember

Struktur organisasi yang ada pada Magistra Utama adalah struktur organisasi garis lurus yang menunjukkan pusat pertanggungjawaban terletak pada pimpinan puncak, selain itu pembagian tugas dan kewenangan serta juga terletak pada direktur operasional wilayah. Begitu juga dengan pengambilan keputusan dan pengembangan strategi perusahaan merupakan kewenangan pimpinan puncak. Struktur organisasi garis lurus Magistra Utama Jember terdapat satu pimpinan puncak yaitu direktur wilayah yang membawahi manajer cabang, dan manajer cabang membawahi seluruh bagian dalam perusahaan.

Dalam struktur organisasi Magistra Utama Jember terdapat beberapa orang yang bertugas dan mempunyai posisi yang ganda atau perangkapan tugas dan fungsi oleh beberapa orang karyawan. Magistra Utama Jember menganut strategi pengembangan dan pemanfaatan sumber daya manusia yang optimal. Magistra Utama Jember memiliki fleksibilitas penugasan kerja dimana jumlah karyawan 11 orang dengan dipimpin oleh 1 orang manajer cabang dan dimonitoring oleh 1 orang manajer wilayah. Magistra Utama memiliki 5 bagian yaitu bagian keuangan dan administrasi, bagian diklat, bagian pasar kerja, bagian event dan training serta bagian pemasaran.

Ditinjau dari jumlah karyawan yang terbatas untuk 5 bagian tersebut, tentunya

memerlukan pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Dalam satu bagian atau departemen dipimpin oleh 1 orang kepala bagian dimana kepala bagian ini dibantu oleh 1 orang staff. Sehingga dalam menjalankan program kerja, seringkali suatu bagian dibantu oleh bagian lain.

Hal ini bertujuan untuk:

1. Perangkapan tugas dan fungsi para karyawan diupayakan agar tercapai produktivitas kerja, dimana antar karyawan dapat menjalankan tugas dan fungsi bagian terkait apabila karyawan lain tidak dapat ataupun berhalangan menjalankan fungsi dan tugas tersebut.
2. Dengan perangkapan tugas dan fungsi pekerjaan oleh beberapa orang dapat menghindari waktu kerja yang luang dan terbuang pada saat karyawan yang bersangkutan sedang tidak ada tugas, atau dengan kata lain untuk mencegah waktu menganggur.
3. Perangkapan tugas dan fungsi bagian juga ditujukan agar pelaksanaan pekerjaan lebih efektif dan efisien tidak menunda-nunda dan menunggu karyawan lain yang melakukan.
4. Perangkapan tugas dan fungsi ditujukan untuk menghemat biaya tenaga kerja, dengan jumlah karyawan yang sedikit tetapi dapat bekerja secara optimal dan menjalankan beberapa tugas dan fungsi sekaligus maka biaya tenaga kerja dapat diminimalisasi.

Adapun tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing pegawai:

1. Manajer operasional wilayah, bertugas dan bertanggung jawab untuk mengkoordinasi seluruh kegiatan operasional Magistra Utama baik yang berada di Jember maupun di Banyuwangi.
2. Manager cabang, bertugas dan bertanggungjawab untuk memimpin kegiatan operasional pendidikan dan pelatihan, berkoordinasi dengan dunia kerja serta perusahaan yang membutuhkan lulusan peserta didik Magistra Utama.
3. Kabag TU dan Keuangan, bertugas untuk mengatur kegiatan administrasi dan mengatur keuangan serta menyiapkan pendanaan untuk kegiatan operasional Magistra Utama. Kabag TU dan Keuangan memimpin staf keuangan yang

bertugas membantu mengurus keperluan administrasi dan keuangan untuk kegiatan operasional Magistra Utama.

4. Kabag Diklat, bertugas untuk mengatur kegiatan pendidikan dan pelatihan bagi peserta didik, mengatur jadwal pendidikan serta berkoordinasi dengan tenaga pengajar. Staf diklat bertugas membenatu pelaksanaan tugas kabag diklat.
5. Kabag pasar kerja, bertugas untuk menyiapkan pekerjaan awal bagi para peserta didik yang telah menyelesaikan program pendidikan dan pelatihan serta menjalin kerja sama dengan dunia kerja.
6. Kabag *event* dan *training*, bertugas menyelenggarakan kegiatan dan pelatihan serta bekerja sama dengan lembaga lain yang membutuhkan kursus singkat untuk meningkatkan kualitas dan kemampuan pegawainya.
7. Kabag pemasaran bertugas untuk melakukan kegiatan pemasaran mencari peserta didik baru, menentukan program pemasaran, dan menentukan harga paket pendidikan dan pelatihan.

Selain pegawai tetap, Magistra Utama Jember juga memperkerjakan tenaga pengajar *part timer* yang berasal dari berbagai latar belakang pendidikan dan kalangan profesional diantaranya dari universitas negeri dan swasta, instansi pemerintah, praktisi, pelaku bisnis dan wirausaha muda sukses yang ada di kota Jember dan berlatar pendidikan strata 1 dan strata 2.

Dengan memperkerjakan tenaga pengajar *part timer* yang berasal dari berbagai latar belakang pendidikan dan kalangan profesional ini ditujukan agar program pendidikan dan pelatihan lebih berkualitas dan dapat mengikuti perkembangan dan tuntutan dunia kerja yang semakin kompleks. Berikut ini adalah data pengajar *part timer* yang ada di Magistra Utama Jember:

Tabel 4.1 Data Tenaga Pengajar *Part Timer* Magistra Utama

NO	NAMA LENGKAP & GELAR	PROGRAM	MATA KETERAMPILAN	HP/TLP RUMAH	PENDIDIKAN TERAKHIR	PERGURUAN TINGGI
1	NURITA KUSTIARI NINGRUM, S. Sos	ADM, SKR	AKUNTANSI DASAR	087712713718	S1	UNIVERSITAS JEMBER
		ADM, SKR	FILLING MAILING			
		ADM, SKR	CORRESPONDENCE			
2	HARIS HERMAWAN. BSM, S.E,M.M	SKR	SEKRETARIS I	08283313232	S2	UNIVERSITAS JEMBER
		SKR	SEKRETARIS II			
		ADM	EKSPOR IMPOR			
		ADM	PABEAN DAN BEA CUKAI			
3	MARTCILIA PONGA T, S.Sos	ADM, SKR	STENOGRAFI	085236497799	S1	
		ADM, SKR	MANAJEMEN PERKANTORAN			
4	ANDRI WAHYUDI, S.E	ADM, SKR	PURCHASING	085236056793	S1	UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
		SKR	PUBLIC RELATION			
5	RISKA ANTYANTI WARSITA, S. Sos	ADM, SKR	CUSTOMER SERVICE	085749325522	S1	UNIVERSITAS JEMBER
6	FITRIYAH KUMALASARI	DES	DASAR TEKNIK MENGGAMBAR	083853986953	S1	UNIVERSITAS JEMBER
7	ADITYA MAULA IRSYAD	DES	TEKNIK FOTOGRAFI DAN SHOOTING	085859994887	D1	MAGISTRA UTAMA
8	SUGIANTO	DES	ADOBE PHOTOSHOP	08976335878	D1	MAGISTRA UTAMA
		DES	AUDIO & VIDEO EDITING			
9	ULIL ALBAB	DES	COREL DRAW	085749923539	D1	MAGISTRA UTAMA
10	DAVIN S. BUDI	DES	MACROMEDIA FLASH	081934832823	S1	UNIVERSITAS NEGERI MALANG
		DES	ADOBE INDESIGN			
11	HUJJAH AINUN RIZKY	DES	AUTOCAD	087712442941	D1	MAGISTRA UTAMA
12	M. KHOIRUR ROZIQIN	DES	WEB DESAIN	081803804813	S1	UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG

Sumber: Manajemen Magistra Utama Jember

#### 4.4. Kurikulum Magistra Utama

Kurikulum yang disusun oleh Magistra Utama Jember mengacu pada kurikulum yang telah ditetapkan oleh Balai Pendidikan dan Pelatihan Non Formal dan Informal (BPPNFI) wilayah Jawa Timur. Kurikulum pendidikan dan pelatihan yang diajarkan harus mencakup ilmu pengetahuan dan aplikasi terapan yang dapat dikembangkan secara praktis dan mengikuti tuntutan dunia kerja yang menghendaki lulusan peserta program/didik menjadi tenaga kerja terampil dan siap kerja. Magistra Utama Jember mempunyai 4 program pendidikan dan pelatihan, sehingga kurikulum yang disusun berdasarkan ke empat program tersebut. Berikut ini data kurikulum mata pelajaran yang diajarkan di Magistra Utama Jember:

Tabel 4.2 Kurikulum Magistra Utama Jember

NO	PROGRAM	PERIODE	MATA KETRAMPILAN	ALOKASI WAKTU	JUMLAH PERTEMUAN	
1	AKUNTANSI KEUANGAN PERBANKAN DAN PERPAJAKAN	1	AKUNTANSI DASAR	4 BULAN	16 X 1,5 JAM	
2			AKUNTANSI BIAYA		16 X 1,5 JAM	
3			AKUNTANSI PERBANKAN		16 X 1,5 JAM	
4			PERPAJAKAN		16 X 1,5 JAM	
5			MYOB		16 X 1,5 JAM	
6			MICROSOFT OFFICE		16 X 1,5 JAM	
7			MAGANG KERJA	2 BULAN	SESUAI JAM KERJA	
8			2	AKUNTANSI MENENGAH	4 BULAN	16 X 1,5 JAM
9		MANAJEMEN KEUANGAN		16 X 1,5 JAM		
10		MANAJEMEN BIAYA		16 X 1,5 JAM		
11		KEWIRAUSAHAAN		16 X 1,5 JAM		
12		BAHASA INGGRIS		16 X 1,5 JAM		
13		PUBLIC RELATION		16 X 1,5 JAM		
14	ADMINISTRASI DAN SEKRETARIS	1	AKUNTANSI DASAR	4 BULAN	16 X 1,5 JAM	
15			FILLING MAILING		16 X 1,5 JAM	
16			CORRESPONDENCE		16 X 1,5 JAM	
17			SEKRETARIS I		16 X 1,5 JAM	
18			SEKRETARIS II		16 X 1,5 JAM	
19			EKSPOR IMPOR		16 X 1,5 JAM	
20			MAGANG KERJA	2 BULAN	SESUAI JAM KERJA	
21			2	PABEAN DAN BEA CUKAI	4 BULAN	16 X 1,5 JAM
22		STENOGRAFI		16 X 1,5 JAM		
23		MANAJEMEN PERKANTORAN		16 X 1,5 JAM		
24		PURCHASING		16 X 1,5 JAM		
25		PUBLIC RELATION		16 X 1,5 JAM		
26		CUSTOMER SERVICE		16 X 1,5 JAM		
27	INFORMATIKA DAN	1	DASAR TEKNIK MENGGAMBAR	4 BULAN	16 X 1,5 JAM	
28			TEKNIK FOTOGRAFI DAN SHOOTING		16 X 1,5 JAM	
29			ADOBE PHOTOSHOP		16 X 1,5 JAM	
30			AUDIO & VIDEO EDITING		16 X 1,5 JAM	
31			COREL DRAW		16 X 1,5 JAM	
32			MACROMEDIA FLASH		16 X 1,5 JAM	
33			MAGANG KERJA	2 BULAN	SESUAI JAM KERJA	
34			2	ADOBE INDESIGN	4 BULAN	16 X 1,5 JAM
35		AUTOCAD		16 X 1,5 JAM		
36		WEB DESAIN		16 X 1,5 JAM		
37		MICROSOFT OFFICE		16 X 1,5 JAM		
38		SOFTWARE DAN HARDWARE		16 X 1,5 JAM		
39		PERAKITAN KOMPUTER		16 X 1,5 JAM		
40	PERSIAPAN, PENDAMPINGAN DAN PENYALURAN KERJA			2 BULAN		

Sumber: Manajemen Magistra Utama Jember

Berdasarkan data kurikulum Magistra Utama, dapat diketahui bahwa program pendidikan dan pelatihan ini terbagi atas 2 fase yaitu fase pertama berisi pendidikan dan pelatihan sesuai dengan bidang ilmu pengetahuan yang diminati yang ditempuh selama kurang lebih 8 bulan terdiri dari 2 periode yaitu periode 1 dan periode 2. Masing-masing periode pembelajaran dilakukan sebanyak 16 kali pertemuan dimana setiap pertemuan sebanyak 1,5 jam pelajaran.

Selama periode pembelajaran dilakukan evaluasi dan pengujian berupa ujian tengah periode dan ujian akhir periode.

Fase kedua yaitu magang kerja selama kurang lebih 2 bulan dimana pelaksanaan magang kerja dilakukan di antara periode pembelajaran 1 dan 2. Magang kerja dilakukan pada perusahaan atau instansi pemerintah dengan waktu pelaksanaan yang disesuaikan dengan jam kerja pada masing-masing tempat magang. Magang kerja merupakan sarana bagi peserta didik untuk mengenal dunia kerja sehingga pada saat peserta didik dinyatakan lulus telah memiliki pemahaman dan pengalaman magang kerja.

Beberapa keahlian dan materi yang diajarkan di Magistra Utama berdasarkan pada metode pembelajaran yang ditujukan agar peserta didik memiliki ketrampilan dan kemampuan yang diperlukan kelak memasuki dunia kerja dan mampu bersaing dengan lulusan dari lembaga kursus lainnya. Kabag diklat Maria Ulfa,SS. membuat rencana pembelajaran selama 1 tahun yang terdiri dari 8 bulan kegiatan pembelajaran dan pelatihan dan 2 bulan untuk program magang kerja dan persiapan memasuki dunia kerja sebagai bentuk upaya implementasi strategi-strategi untuk memenangkan persaingan bisnis dunia pendidikan terutama yang ada di kota Jember.

Rencana pembelajaran Magistra Utama tertuang dalam Kurikulum Magistra Utama yang disesuaikan dengan kurikulum Dinas Pendidikan Non Formal dan Informal (BPPNFI) untuk menyediakan program pendidikan dan pelatihan yang menggabungkan antara teori dan praktek sesuai dengan keahlian yang diminati peserta didik. Kurikulum yang disusun oleh Kabag diklat Maria Ulfa,SS. berupa silabus mata pelajaran dan rencana pengajaran dan pembelajaran. Untuk mendukung penyerapan mata pelajaran, Kabag diklat Maria Ulfa,SS juga menyusun beberapa program ketrampilan pendukung sebagai tambahan ketrampilan dan salah satu bentuk praktek bagi peserta didik.

Berikut ini hasil wawancara dengan Kabag diklat Maria Ulfa,SS. mengenai beberapa program ketrampilan pendukung:

”Supaya peserta program memiliki ketrampilan tambahan maka setiap jurusan wajib diadakan *Unit Support Skill* pendukung ketrampilan jurusan, Misalnya: Jurusan Akuntansi diadakan *short course Teller & Cashier*, Jurusan Desain diadakan *short course*

Desain Animasi Film kartun, Otomotif diadakan short course tambal ban. Peningkatan kemampuan berkomunikasi didukung dalam program *Intensive Speaking Class*.”

Sebagai bentuk implementasi strategi-strategi bisnis untuk memenangkan persaingan di dunia pendidikan, Magistra Utama Jember memberikan ketrampilan tambahan dan pendukung selain pendidikan dan ketrampilan utama sesuai dengan bidang keahlian. Beberapa ketrampilan pendukung ini telah disesuaikan dengan ketrampilan dan pendidikan utama serta kebutuhan dunia kerja dimana peserta didik akan bekerja.

Ketrampilan tambahan ini ditujukan supaya peserta program memiliki kemampuan lebih karena dimungkinkan peserta didik mendapat pekerjaan yang bidangnya berbeda dengan ilmu yang selama ini dipelajari namun masih berkaitan. Maka setiap jurusan atau program studi wajib mengadakan kegiatan *Unit Support Skill* (pendukung ketrampilan jurusan).

Sebagai contoh ketrampilan tambahan yang dilakukan seperti jurusan Akuntansi diadakan *short course Teller & Cashier*, jurusan Desain diadakan *short course* Desain Animasi Film kartun, Otomotif diadakan short course tambal ban, dan program *Intensive Speaking Class*. Pemberian ketrampilan tambahan/pendukung ini bertujuan supaya peserta didik lebih terpacu lagi untuk belajar dan mengasah kemampuan serta mendapatkan nilai yang baik akhir periode belajar sesuai program keahlian yang diminati.

## **4.5 Sistem dan Metode Pembelajaran Magistra Utama**

### **4.5.1. Sistem Pembelajaran**

Sistem pembelajaran yang diterapkan oleh Magistra Utama Jember adalah sistem pembelajaran pendidikan dan pelatihan (DIKLAT) satu tahun non gelar. Sistem pembelajaran ini mengacu pada sistem pembelajaran dan kurikulum yang ditetapkan oleh pemerintah dalam hal ini Balai Pendidikan dan Pelatihan Non Formal dan Informal (BPPNFI) wilayah Jawa Timur yang berada di Surabaya.

Agar keseluruhan program pendidikan dan pelatihan dapat berjalan dengan lancar, Kabag Diklat Maria Ulfa, SS menerapkan sistem pembelajaran yang kreatif dan inovatif yang melibatkan para pengajar dari luar lembaga dalam hal ini dari instansi pendidikan, dunia bisnis dan para pengusaha. Hal ini dimaksudkan agar peserta didik lebih siap memasuki dunia kerja dan

memiliki kompetensi yang berkualitas dibandingkan dengan lulusan dari lembaga pendidikan lainnya.

Menurut penjelasan Kabag Diklat Maria Ulfa,SS. mengenai sistem pembelajaran yang diterapkan pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember adalah Sistem pembelajaran yang diterapkan di lembaga kami ini merupakan sistem pembelajaran yang dirancang agar peserta didik dapat menguasai keterampilan yang diajarkan, berikut ini penjelasan dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Kewajiban peserta didik dalam membuat sebuah hasil karya belajar yang pada akhir program dijadikan, sebagai bukti hasil belajar dan berlatih maka dibentuk kelompok untuk membuat sebuah hasil karya yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong peserta didik untuk menciptakan sebuah *product* belajar untuk ditampilkan di *entrepreneur corner* ataupun galeri karya.”

Bentuk sistem pembelajaran semacam ini, mendorong peserta didik untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari ke dalam bentuk hasil karya nyata seperti membuat surat menyurat dan korespondensi untuk peserta didik jurusan sekretaris dan administrasi, membuat laporan keuangan perusahaan perorangan untuk peserta didik jurusan akuntansi dan membuat *web desain* untuk peserta didik teknik informatika.

Semua mata pelajaran yang diajarkan, mewajibkan setiap peserta didik melakukan kegiatan praktikum seperti praktikum komputer, praktikum akuntansi, dan praktikum perbankan. Selain kegiatan praktikum, juga peserta didik diharapkan mengerti bagaimana cara mengaplikasikan ilmu yang diterima selama mengikuti pendidikan dan pelatihan di Magistra Utama.

Dalam kegiatan proses belajar mengajar, kerap kali dijumpai peserta didik yang kurang mampu memahami mata pelajaran yang diajarkan ataupun peserta didik yang memerlukan bimbingan dan perhatian khusus dikarenakan sering tidak mengikuti jam pelajaran. Maka Magistra Utama mengadakan kegiatan pendampingan berupa bekerja sama dengan para instruktur untuk memberikan jam pelajaran tambahan dan juga mengadakan kunjungan kepada peserta didik yang bermasalah.

Kegiatan pendampingan ini diungkapkan oleh Kabag Diklat Maria Ulfa,SS. Dengan tujuan agar peserta didik mendapatkan perhatian dan pendampingan yang maksimal serta

mencegah peserta didik tidak menyelesaikan pendidikannya. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

“Kami bekerja sama dengan para instruktur agar memberikan bimbingan khusus untuk peserta didik yang agak kurang dalam proses belajarnya misalkan sering membolos, atau kurang memahami pelajaran yang diajarkan. Untuk itu kami memfasilitasi layanan bimbingan khusus, remedial kelas tambahan, Disini setiap pengajar wajib bersedia untuk meluangkan waktu untuk kelas tambahan. Jika jumlahnya kurang dari kuota maka dilaksanakan secara privat.”

Bimbingan khusus yang dilakukan oleh Magistra Utama Jember ini dilakukan dengan cara membuka layanan konsultasi bagi peserta didik yang bermasalah baik dari segi proses belajar mengajar maupun masalah yang lain seperti masalah keterlambatan pembayaran angsuran pendidikan. Magistra Utama Jember seringkali mengadakan kunjungan kepada wali murid atau orang tua peserta didik yang bermasalah untuk melakukan pendekatan dan mencari jalan keluar beserta wali murid agar peserta didik yang bermasalah ini dapat melanjutkan studinya.

Selain itu, Magistra Utama Jember juga bekerja sama dengan para instruktur agar bersedia memberikan jam pelajaran tambahan atau tugas-tugas tambahan. Jam pelajaran dan tugas tambahan yang dirasakan perlu dilakukan agar peserta didik yang kurang mampu mengikuti pelajaran dapat lebih memahami dan mengerti ilmu pelajaran yang diajarkan oleh instruktur yang bersangkutan.

#### **4.5.2. Metode Pembelajaran**

Metode pembelajaran yang diterapkan pada Magistra Utama adalah Bukti Belajar Dan Berlatih 50 Teknik Ajar (BB50TA). Implementasi Bukti Belajar Dan Berlatih 50 Teknik Ajar (BB50TA) pada penyelenggaraan DIKLAT setiap tahun program pendidikan selalu dilakukan beberapa *redesain* yang bertujuan untuk meningkatkan Mutu DIKLAT dan Mutu Lulusan untuk memudahkan proses penyaluran magang ataupun bekerja. Untuk mendukung program tersebut, maka manajemen Magistra Utama menetapkan point-point pengajaran yang harus diterapkan oleh Manajer, Kabag diklat dan Instruktur/Pengajar Part Timer Magistra Utama untuk menjamin

agar pada akhir program tercapai peningkatan kualitas lulusan yang siap kerja dan memenuhi standar kebutuhan perusahaan penerima tenaga kerja. Maka poin-poin pengajaran merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan satu sama lain untuk diterapkan dalam satu tahun program diklat. Berikut ini beberapa poin-poin pengajaran yang ada pada Magistra Utama: (Lampiran 2)

1. Pembinaan awal pendidikan berupa orientasi sahabat.

Pembinaan di awal program supaya peserta program yang belajar dan berlatih memahami tentang hakikat meraih sukses dan berhasil bersama Magistra Utama maka, semua peserta program harus mengikuti 100% program pembinaan di ORSAB sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

2. Pembinaan kepribadian.

Setiap instruktur wajib memberikan bekal kepribadian utama (*Personal Excellence*) maka setiap pengajar bertanggungjawab untuk melakukan otomatisasi konseling pada peserta didik.

3. Menampakkan unsur ketrampilan (skill) yang diajarkan.

Para pengajar wajib menampakkan manfaat aplikatif dari keterampilan (*Skill*) mata keterampilan yang diajarkan sangat dibutuhkan oleh Dunia Kerja/Dunia Usaha dalam bentuk penugasan baik secara individu maupun kelompok belajar.

4. Karya bukti dan wujud hasil belajar dan berlatih.

Karya/bukti/wujud hasil belajar dan berlatih merupakan proyek yang wajib dikerjakan oleh setiap kelompok tetap, hal ini mendorong untuk terjadinya interaksi yang kuat dalam setiap kelompok tetap untuk bersungguh-sungguh dalam belajar dan berlatih.

5. Simulasi kerja, praktikum dan kelompok belajar/diskusi.

Pengajaran teori di kelas harus menampakkan dan melakukan unsur simulasi kerja untuk merangsang proses diskusi atau interaksi bersama kelompok tetap.

6. *Short course* atau ketrampilan pendukung.

Supaya peserta program memiliki ketrampilan tambahan maka setiap jurusan wajib diadakan *Unit Support Skill* pendukung ketrampilan jurusan, Misalnya: Jurusan Akuntansi diadakan short course Teller & Cashier, Jurusan Desain diadakan *short course* Desain Animasi Film kartun, Otomotif diadakan *short course* tambal ban.

7. Penguatan *entrepreneur*.

Untuk mendukung penguatan *entrepreneurship* maka pengajar juga harus bisa memanfaatkan *entrepreneur corner* sebagai wahana belajar mandiri bagi peserta didik yang berminat untuk berwirausaha. Setiap pengajar wajib untuk memotivasi penugasan kelompok tetap untuk merancang sebuah *Business Plan* sesuai dengan tema kelompok tetap.

8. *Business plan*.

Supaya DIKLAT berbasis *Entrepreneur* yang dilaksanakan Magistra Utama dapat terwujud maka, di akhir program setiap kelompok tetap diwajibkan memiliki sebuah *business plan* sesuai dengan tema dalam kelompok tetap. Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong peserta program untuk menjadi seorang *entrepreneur*.

9. *Factory visit*

Supaya peserta program mengenali situasi dunia kerja, maka setiap kelompok tetap diberi tugas untuk melakukan *factory visit* sekaligus mengenali dunia usaha/dunia kerja.

10. *Beauty class*.

Sebagai bekal memiliki kepribadian utama maka peserta program dibekali ketrampilan melalui kegiatan *Beauty Class* sehingga peserta program menguasai ketrampilan tentang tatacara dalam berpatut diri.

11. Pembinaan magang kerja.

Peserta program saat magang dimungkinkan menghadapi berbagai persoalan teknis maupun non teknis, oleh karena itu setiap awal bulan magang, Magistra Utama mengadakan pembinaan tengah magang untuk membekali ketrampilan *softskills* maupun ketrampilan sesuai kompetensi kerja di tempat magang.

12. *Intensive Speaking Class*

Supaya peserta didik memiliki ketrampilan seperti yang dibutuhkan oleh *Multy National Company* maka setiap peserta didik wajib aktif mengikuti pembinaan di *Speaking Intensive Class*.

#### **4.6. Program Kewirausahaan**

Magistra Utama Jember selalu berinovasi dan mengembangkan sistem dan metode pembelajaran bagi para peserta didik agar sistem dan metode pengajaran yang diterapkan tidak ketinggalan jaman atau *up to date* dan sesuai dengan perkembangan dunia kerja. Magistra Utama Jember juga mengadakan pembekalan kewirausahaan bagi peserta didik agar para peserta didik yang telah lulus tetapi tidak ingin bekerja sebagai karyawan pada perusahaan atau instansi pemerintah dapat bekerja sebagai wirausaha dan bisa membuka lapangan pekerjaan bagi warga di lingkungannya berada.

Untuk menguatkan pemahaman, maka peserta didik diberi penugasan untuk mempraktikkan keterampilan langsung di dunia kerja, yang dapat dilaksanakan bersama kelompok tetap dengan memanfaatkan jaringan antar kelompok sehingga bisa belajar dan berlatih langsung bersama ahlinya di bidang kewirausahaan. Berikut ini adalah wawancara dengan Kabag diklat Maria Ulfa,SS berkaitan dengan metode pembelajaran yang diterapkan di Magistra Utama Jember.

” Program penguatan *entrepreneur* didukung dengan adanya proyek *Babarafi Academy* dan *Kedai Digital Institut*. Setiap pengajar wajib untuk memotivasi penugasan kelompok tetap untuk merancang sebuah *Business Plan* sesuai dengan tema kelompok tetap. Untuk membekali Peserta Program sebelum direkrut kerja maka peserta program didorong untuk terlibat aktif di kelas perusahaan yang telah disediakan Magistra Utama diantaranya *Babarafi Academy* “*Modern Food School & Kedai Digital Institut*.”

Adanya paradigma bekerja membuka usaha sendiri atau wirausaha akan mencapai kesuksesan yang sama bahkan lebih dengan bekerja di suatu perusahaan membuat Magistra Utama Jember juga memberikan pembekalan kewirausahaan. Magistra Utama pusat di Jakarta membentuk unit bisnis berupa *Babarafi Academy* dan *Kedai Digital Institut* sebagai wadah pendidikan dan pelatihan kewirausahaan. Dimana unit bisnis ini merupakan lingkup bisnis *entrepreneur* yang membentuk jaringan kerja (*net working*) dengan Magistra Utama unit bisnis pendidikan. *Babarafi Academy* dan *Kedai Digital Institut* menampung peserta didik Magistra Utama yang ingin mengembangkan diri sebagai seorang wirausaha yang memberikan pendidikan, pelatihan dan pendampingan wirausaha. Sebelum Peserta program memasuki

*Babarafi Academy* dan *Kedai Digital Institut* akan dibekali ketrampilan kewirausahaan dan perencanaan bisnis (*Business Plan*) yang dibutuhkan saat kelak menjadi wirausaha.

Untuk mendukung penguatan *entrepreneurship* (kewirausahaan) terdapat beberapa metode pendidikan dan pelatihan dimana setiap pengajar juga harus bisa memanfaatkan *entrepreneur corner* sebagai wahana belajar mandiri peserta didik yang berminat untuk berwirausaha diantaranya proyek *Babarafi Academy*, *Modern Food School* dan *Kedai Digital Institut*. Pembekalan kewirausahaan ini harus diikuti oleh seluruh peserta didik agar kelak jika peserta didik berkeinginan bekerja sebagai wirausaha dengan membuka usaha sendiri dan dengan kekuatan sendiri, maka peserta didik yang bersangkutan dapat menjalankan usahanya dengan sukses. Bahkan dapat membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain yang berada di lingkungannya. Dengan pembekalan kewirausahaan ini mencetak calon-calon wirausaha muda yang bisa mempunyai usaha sendiri, dengan modal dan kekuatan yang dimiliki serta ketrampilan yang memadai.

## BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan judul “Strategi Keunggulan Bersaing Lembaga Pendidikan Dan Pelatihan Magistra Utama Jember” ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Magistra Utama mempunyai strategi bisnis untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi yang dibangun adalah pengembangan pemasaran dan inovasi dari segi kurikulum, layanan, fasilitas dan sarana pembelajaran, serta inovasi teknologi pembelajaran.
2. Keunggulan bersaing yang telah dicapai yaitu keunggulan *low cost* dan diferensiasi merupakan keunikan dan keunggulan sebagai lembaga pendidikan yang berkompeten.
3. Magistra Utama melakukan strategi pemasaran untuk mencapai keunggulan bersaing seperti optimalisasi kegiatan pemasaran, meminimalkan biaya pemasaran, promosi dan presentasi, memberdayakan dan mengoptimalkan penggunaan social media baik facebook, website dan group chat.
4. Strategi inovasi Magistra Utama penerapan kurikulum BB50TA dan SKKNI serta program kewirausahaan untuk mendidik calon tenaga kerja siap pakai dan berkompeten.
5. Strategi inovasi fasilitas dan sarana pembelajaran yang terkomputerisasi, metode pembelajaran dan inovasi teknologi informasi dengan menyediakan program pendidikan berkompeten dikombinasikan dengan pelatihan kerja dan program magang kerja dan pendampingan menghadapi dunia kerja.
6. Pendidikan terintegrasi meliputi penyaluran kerja bagi lulusan yang telah layak kerja melalui layanan pasca lulus dan memberikan bantuan mencarikan pekerjaan bagi para lulusan.
7. Magistra Utama bekerja sama dengan dunia usaha dan bisnis untuk menyediakan tempat magang kerja, penyaluran kerja dan penyediaan tenaga pengajar dan praktisi untuk transfer ilmu dan ketrampilan bagi peserta didik.

8. Keunggulan *low cost* yang diterapkan yaitu menawarkan biaya pendidikan yang relatif terjangkau berisi pendidikan berbasis kompetensi dan *Unit Support Skill* tanpa mengenakan biaya tambahan, dan minimalisasi biaya operasional secara efektif dan efisien.
9. Keunggulan diferensiasi dikembangkan melalui pengembangan program dan sistem pengajaran, pendidikan dan pelatihan yang disesuaikan dengan perkembangan dunia kerja.
10. Keunggulan diferensiasi program pendidikan sesuai dengan perkembangan dunia kerja meliputi: Akuntansi Perusahaan dan Perbankan, Sekretaris dan Administrasi Perkantoran, Perhotelan dan Pariwisata, Ass. Paramedis & Komputer Adm. Rumah Sakit, Teknik Informatika dan Desain Web, Teknik Otomotif, Desain Grafis dan Animasi untuk memenuhi kebutuhan tenaga terampil dan mahir di beberapa bidang dan tidak berfokus pada satu bidang saja.

## **6.2 Saran**

Dari hasil analisis penelitian ini maka penulis ingin memberikan masukan dan saran kepada Magistra Utama Jember sebagai lembaga pendidikan dan pelatihan yang ternama di kota Jember sebagai berikut:

1. Pembukaan kelas regular dan non regular berupa kursus singkat hingga mempunyai skill, ketrampilan dan mendapatkan pekerjaan layak yang diperuntukkan bagi siswa siswa lulusan SMU atau SMK yang tidak mampu dan putus sekolah sehingga Magistra Utama juga berperan mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran sebagaimana yang menjadi salah satu tujuan utama Magistra Utama.
2. Menciptakan peluang kemitraan dengan lembaga pendidikan bahasa asing untuk meningkatkan kemampuan dan pemenuhan standar kualitas bahasa selain bahasa Inggris seperti bahasa mandarin agar para peserta didik yang kelak akan bekerja di luar negeri dan yang hendak melanjutkan harusnya dipakai sebagai bahasa pengantar dalam pelajaran sehari-hari.
3. Pemanfaatan teknologi dalam pelayanan diharapkan dapat mampu meningkatkan loyalitas dan ketepatan pembayaran biaya pendidikan sebagai bagian dari keunggulan

*low cost*. Salah satu caranya adalah pemakaian alat EDC (*Electronic Debit Card*) yang telah ada kerjasama dengan pihak perbankan.

4. Menyediakan program pendidikan dan pelatihan yang bervariasi yang mampu menjawab kebutuhan dunia kerja seperti program *public relation*, presenter, dan periklanan. Pengembangan serta inovasi terhadap jasa pendidikan yang ditawarkan harus mampu menjawab kebutuhan dunia bisnis industri kreatif seperti periklanan dan pertelevisian.

Bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan ilmu manajemen strategi bisnis dan keunggulan bersaing, maka peneliti menyarankan agar penelitian yang akan datang:

1. Menggunakan strategi yang berbeda dan mengkombinasikan dengan kondisi dan lingkungan yang ada di dalam dan di luar perusahaan seperti menggunakan analisis *value chain* atau *balance scorecard*.
2. Menggunakan objek penelitian yang berbeda seperti pada instansi pemerintah maupun pelaku bisnis yang independen seperti wirausahawan yang sukses.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2003). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka. Cipta. Ballesteros, JM.
- Bagus, Denny. 2011 *Strategi Keunggulan Bersaing melalui Pendekatan Diferensiasi Produk, Kualitas dan Citra*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Basrowi & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Cholid Narbuko, dan Abu Achmadi. (2003). *Metodologi Penelitian*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Davis, B. & Ellison, L. 1997. *Strategic Marketing for School: How to Integrate Marketing and Strategic Development for an Effective School*. London: Picman Publishing.
- Griffin, Ricky. 2000. *Management*. Edisi 2. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan, Kartajaya. 2004. *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan, Yudha, 2010. *Strategi Bersaing Lembaga Pendidikan Nonformal (Studi Kasus: Intensif English Course Harapan Indah)*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Jatmiko, Rammad Dwi. 2003. *Manajemen Stratejik*. Malang. Universitas Muhammadiyah: Malang Press.
- Kodrat, Sukardi David. 2009. *Manajemen strategi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid Kesatu. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler dan Armstrong. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip dkk. 2012. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku Dua, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andy.
- Kotler Philip. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialih bahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Lovelock, Christopher H. dan Laurent K Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.

- Mangkuprawira, T. B. Sjafri. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Maisyaroh. 2004. *Hubungan Masyarakat*. Malang: FIP UM.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif (Buku Sumber tentang Metode-metode Baru)*. Jakarta: UIP.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Noe, Raymond A., Hollenbeck, John R., Gerhart, Barry., & Wright, Patrick M. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Mencapai Keunggulan Bersaing*.(Edisi 6, Jilid 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, Michael E. 2007. *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Cetakan Kelima. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Sagala, Syaiful. 2011. *Konsep dan Makna Pembelajaran* . Bandung : Alfabeta.
- Sampurno. 2010. *Manajemen Strategik: Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Senge, Peter. 2006. *The fifth discipline, the art and practice of the learning organization*. Random house: Doubleday.
- Siagian, Henry. 2004. *Manajemen Strategik*. Jakarta. PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supranto. 2003,*Metode Riset repository upi .edu/operator/upload/s\_ktp\_054235\_ chapter2. Pdf , (tt)*.
- Schuler, Randal S. dan Jackson, Susan E, 1996, *Manajemen Sumber Daya Manusia Menghadapi Abad ke 21*, Jilid 2, Edisi Keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi.
- Umar, Husein. 2002. *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Usman & Akbar.2006. *Pengantar statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wahyuningsih. 2006. *Perilaku konsumen: Kerangka Berpikir Konseptual*, Forum Manajemen Prasetiya Mulya,XX No. 88:16-24.

Wodruff, Robert B dan Sarah Fisher Gardial.2002 *Understansing Your Customer: Opportunities, Needs, Value, & Satisfaction*. New Delhi: Infinity Books.

Yazid. 2005. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, Ekonisia, Yogyakarta.

<http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2009/08/konsep-strategi-definisi-perumusan.html>Senin, 8 Februari jam 20.00 WIB.

### DAFTAR WAWANCARA

1. Apa yang harus dilakukan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember dalam melakukan persaingan bisnis dalam era globalisasi?
2. Adakah strategi-strategi tertentu untuk memenangkan persaingan bisnis ini, khususnya dalam dunia pendidikan?
3. Dari beberapa strategi yang ada, manakah strategi yang memiliki keunggulan lebih dan dapat digunakan sebagai pembeda dengan lembaga pendidikan yang lain?
4. Faktor apa saja yang dapat mempengaruhi Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember agar dapat lebih unggul dari perusahaan yang lainnya?
5. Bagaimana caranya Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember bisa mendapatkan keunggulan bersaing tersebut?
6. Keahlian apa sajakah yang ada di Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember?
7. Mengapa Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember tidak fokus pada satu jenis pendidikan dan pelatihan?
8. Bagaimana Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember dapat menjamin bahwa peserta didik dapat diterima kerja pada instansi baik pemerintah maupun swasta?
9. Apasajakah keunggulan yang dimiliki Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember?
10. Sejak kapan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember mulai berjalan?
11. Berapakah jumlah tenaga pengajar pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember?
12. Bagaimanakah sistem kerja pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember?

- 13.** Bagaimanakah sistem belajara yang diterapkan pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember?
- 14.** Bagaimanakah kegiatan pembinaan pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember?
- 15.** Bagaimana respon atas kegiatan pembinaa pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember

**DAFTAR MATA KETERAMPILAN**

**SEKRETARIS DAN ADMINISTRASI PERKANTORAN**

PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KANDIDAT KARYAWAN (PROGRAM 1 TAHUN)

**MAGISTRA UTAMA CABANG JEMBER**

**ANGKATAN XX TAHUN PROGRAM 2015/2016**

**A DAFTAR KEGIATAN PRA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN**

NO.	KODE	JENIS KEGIATAN	SPB
1.	OSB	Orientasi Sahabat dan Pengenalan Dunia Kerja	
2.	PBE	Pembekalan Budaya dan Etos Kerja Perusahaan	
3.	TPA	Tes Potensi Akademik	
4.	KKP	Konseling Karir dan Profesi	
5.	ENG-101	<i>General English</i>	2
6.	MDR-101	<i>General Mandarin</i>	2
7.	PDK	Pendidikan Dasar Kepribadian (Penampilan & Sikap)	1

**B DAFTAR MATA KETERAMPILAN UMUM (MKU) DAN MATA KETERAMPILAN KEAHLIAN (MKK)**

NO.	KODE	MATA KETERAMPILAN (MK)	SPB
<b>BUILDING THE WINNING CHARACTER</b>			
1.	DUM-101	Pengembangan Kepribadian/ <i>Personality Development</i>	2
2.	DUM-102	Customer Services	2
3.	DUM-103	Studi Islam Efektif	2
4.	DUM-104	Keamanan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja (K3)	2
5.	DUM-201	Pembinaan Dunia Kerja	2
<b>JOB SKILL</b>			
6.	ADM-101	Business Typing	2
7.	ADM-	Correspondence	2

	102		
8.	ADM-103	Kearsipan & Tata Persuratan/ <i>Filing And Mailing</i>	3
9.	ADM-104	Manajemen Perkantoran/ <i>Office Management</i>	3
10.	SKR-101	Sekretaris I/ <i>Secretary I</i>	3
11.	SKR-201	Sekretaris II/ <i>Secretary II</i>	3
12.	SKR-202	Public Relation	2
13.	SKR-202	Tugas Akhir/ <i>Final Project</i>	3
14.	SKR- 201	Praktik Kerja Keahlian/ <i>On The Job Training</i>	4
15.	KOM-101	Microsoft Windows	1
16.	KOM-102	Microsoft Word	2
17.	KOM-103	Microsoft Excel	2
18.	KOM-201	Microsoft Power Point	2
19.	KOM-202	Microsoft Access	2
20.	KOM-203	Microsoft Excel for Business	2
21.	KOM-204	Internet for Business	2
22.	ENG-102	English Conversation	3
23.	ENG-201	English for Business	3
24.	AKT-101	Akuntansi Dasar/ <i>Basic Accounting</i>	3
25.	AKT -105	Program Komputer Akuntansi-1: Myob/ <i>Computer Accounting Program-1: Myob</i>	2
26.	ADM-105	Tatalaksana Ekspor Impor/ <i>Export Import</i>	2
<b>PRAKTIK KERJA KEAHLIAN/<i>ON THE JOB TRAINING</i></b>			
27.	KWU-	Dasar Kewirausahaan/ <i>Basic Entrepreneurship</i>	2

	101		
28.	KWU-201	Kewirausahaan Lanjutan/Advance Entrepreneurship	2

**C SPECIAL PROGRAM**

NO.	JENIS KEGIATAN
29.	Role Playing
30.	Pembinaan Profesional
31.	Pekan Pembekalan Magang
32.	Job Market Fair & Pameran Wirausaha
33.	Kelas Perusahaan

**DAFTAR MATA KETERAMPILAN**

**PERHOTELAN DAN PARIWISATA**

PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KANDIDAT KARYAWAN (PROGRAM 1 TAHUN)

**MAGISTRA UTAMA CABANG \_\_\_\_\_**

**ANGKATAN XX TAHUN PROGRAM 2015/2016**

**D DAFTAR KEGIATAN PRA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN**

NO.	KODE	JENIS KEGIATAN	SPB
8.	OSB	Orientasi Sahabat dan Pengenalan Dunia Kerja	
9.	PBE	Pembekalan Budaya dan Etos Kerja Perusahaan	
10.	TPA	Tes Potensi Akademik	
11.	KKP	Konseling Karir dan Profesi	
12.	ENG-101	<i>General English</i>	2
13.	MDR-101	<i>General Mandarin</i>	2
14.	PDK	Pendidikan Dasar Kepribadian (Penampilan & Sikap)	1

**E DAFTAR MATA KETERAMPILAN UMUM (MKU) DAN MATA KETERAMPILAN KEAHLIAN (MKK)**

NO.	KODE	MATA KETERAMPILAN (MK)	SPB
<b>BUILDING THE WINNING CHARACTER</b>			

1.	DUM-101	Pengembangan Kepribadian/ <i>Personality Development</i>	2
2.	DUM-102	Customer Services	2
3.	DUM-103	Studi Islam Efektif	2
4.	DUM-104	Keamanan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja (K3)	2
5.	DUM-201	Pembinaan Dunia Kerja	2
<b>JOB SKILL</b>			
6.	HTL-101	Housekeeping	3
7.	HTL-102	Food & Beverage Service	2
8.	HTL-103	Front Office Hotel	2
9.	HTL-104	Food & Beverage Product	3
10.	HTL-105	Tour & Travel	2
11.	HTL-106	Ticketing	2
12.	HTL-107	Bahasa Mandarin/ <i>Mandarin Language</i>	2
13.	HTL-109	Pastry & Bakery	2
14.	SKR-202	Public Relation	2
15.	HTL-110	Sistem Kepemanduan Wisata/ <i>Guiding System</i>	2
16.	HTL-108	Akuntansi Perhotelan/ <i>Accounting for Hotel</i>	3
17.	HTL-112	Tugas Akhir/ <i>Final Project</i>	3
18.	HTL-113	Praktik Kerja Keahlian/ <i>On The Job Training</i>	4
19.	KOM-101	Microsoft Windows	1
20.	KOM-102	Microsoft Word	2
21.	KOM-103	Microsoft Excel	2
22.	KOM-203	Microsoft Power Point	2
23.	KOM-	Internet for Business	2

	104		
24.	ENG-201	English for Business	3
25.	ENG-102	English Conversation	3
26.	RUK-101	Manajemen Restoran (Restaurant Management)	2
27.	RUK-102	Usaha Kuliner	2
<b>ENTREPRENEUR SKILL</b>			
28.	KWU-101	Dasar Kewirausahaan/Basic Entrepreneurship	2
29.	KWU-201	Kewirausahaan Lanjutan/Advance Entrepreneurship	2

#### **F SPECIAL PROGRAM**

NO.	JENIS KEGIATAN
34.	Role Playing
35.	Pembinaan Profesional
36.	Pekan Pembekalan Magang
37.	Job Market Fair & Pameran Wirausaha
38.	Kelas Perusahaan

**DAFTAR MATA KETERAMPILAN****AKUNTANSI PERUSAHAAN DAN PERBANKAN**

PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KANDIDAT KARYAWAN (PROGRAM 1 TAHUN)

**MAGISTRA UTAMA CABANG JEMBER**

ANGKATAN XX TAHUN PROGRAM 2015/2016

**G DAFTAR KEGIATAN PRA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN**

NO.	KODE	JENIS KEGIATAN	SPB
15.	OSB	Orientasi Sahabat dan Pengenalan Dunia Kerja	
16.	PBE	PembekalanBudayadanEtosKerja Perusahaan	
17.	TPA	TesPotensiAkademik	
18.	KKP	KonselingKarirdanProfesi	
19.	ENG-101	General English	2
20.	MDR-101	General Mandarin	2
21.	PDK	Pendidikan Dasar Kepribadian (Penampilan & Sikap)	1

**H DAFTAR MATA KETERAMPILAN UMUM (MKU) DAN MATA KETERAMPILAN KEAHLIAN (MKK)**

NO.	KODE	MATA KETERAMPILAN (MK)	SPB
<b>BUILDING THE WINNING CHARACTER</b>			
22.	DUM-101	PengembanganKepribadian/ <i>Personality Development</i>	2
23.	DUM-102	Customer Services	2
24.	DUM-103	Studi Islam Efektif	2
25.	DUM-104	Keamanan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja (K3)	2
26.	DUM-201	PembinaanDuniaKerja	2
<b>JOB SKILL</b>			
27.	AKT-101	AkuntansiDasar/ <i>Basic Accounting</i>	3
28.	AKT-102	SistemAkuntansi/ <i>Accounting System</i>	2
29.	AKT-103	AkuntansiManajemen/ <i>Accounting Management</i>	2
30.	AKT-105	Program Komputer Akuntansi-1: MYOB/ <i>Computer</i>	2

NO.	KODE	MATA KETERAMPILAN (MK)	SPB
		<i>Accounting Program-1: MYOB</i>	
31.	BNK-104	AkuntansiPerbankan/ <i>Banking Accounting</i>	2
32.	BNK-101	PerbankanSyari'ah/ <i>Islamic Banking</i>	2
33.	AKT-107	AkuntansiMenengah/ <i>Intermediate Accounting</i>	3
34.	AKT-110	AkuntansiBiaya/ <i>Cost Accounting</i>	2
35.	AKT-108	Program Komputer Akuntansi-2: <i>Accurate/Computer Accounting Program-1:ACCURATE</i>	2
36.	AKT-112	PraktikKerjaKeahlian/ <i>On The Job Training</i>	4
37.	AKT-111	TugasAkhir/ <i>Final Project</i>	3
<b>Komputer</b>			
38.	KOM-101	Microsoft Windows	1
39.	KOM-102	Microsoft Word	2
40.	KOM-103	Microsoft Excel	2
41.	KOM-201	Microsoft Power Point	2
42.	KOM-202	Microsoft Access	2
43.	KOM-203	Microsoft Excel for Business	2
44.	KOM-204	Internet for Business	2
<b>BahasaInggris</b>			
45.	ENG-102	English Conversation	3
46.	ENG-201	English for Business	3
47.	AKT-104	Perpajakan/ <i>Taxation</i>	3
48.	AKT-109	ManajemenKeuangan/ <i>Financial Management</i>	2
<b>ENTREPRENEUR SKILL</b>			
49.	KWU-101	DasarKewirausahaan/ <i>Basic Entrepreneurship</i>	2
50.	KWU-201	KewirausahaanLanjutan/ <i>Advance Entrepreneurship</i>	2

#### I SPECIAL PROGRAM

NO.	JENIS KEGIATAN
-----	----------------

51.	Role Playing
52.	Pembinaan Profesional
53.	Pekan Pembekalan Magang
54.	Job Market Fair & Pameran Wirausaha
55.	Kelas Perusahaan

**DAFTAR MATA KETERAMPILAN**

**ASISTEN PARAMEDIS DAN KOMPUTER ADMINISTRASI RUMAH SAKIT**

PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KANDIDAT KARYAWAN (PROGRAM 1 TAHUN)

**MAGISTRA UTAMA CABANG \_\_\_\_\_**

**ANGKATAN XX TAHUN PROGRAM 2015/2016**

**J DAFTAR KEGIATAN PRA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN**

NO.	KODE	JENIS KEGIATAN	SPB
56.	OSB	Orientasi Sahabat dan Pengenalan Dunia Kerja	
57.	PBE	Pembekalan Budaya dan Etos Kerja Perusahaan	
58.	TPA	Tes Potensi Akademik	
59.	KKP	Konseling Karir dan Profesi	
60.	ENG-101	<i>General English</i>	2
61.	MDR-101	<i>General Mandarin</i>	2
62.	PDK	Pendidikan Dasar Kepribadian (Penampilan & Sikap)	1

**K DAFTAR MATA KETERAMPILAN UMUM (MKU) DAN MATA KETERAMPILAN KEAHLIAN (MKK)**

NO.	KODE	MATA KETERAMPILAN (MK)	SPB
<b>BUILDING THE WINNING CHARACTER</b>			
1.	DUM-101	Pengembangan Kepribadian/ <i>Personality Development</i>	2
2.	DUM-102	Customer Services	2
3.	DUM-103	Studi Islam Efektif	2

NO.	KODE	MATA KETERAMPILAN (MK)	SPB
4.	DUM-104	Keamanan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja (K3)	2
5.	DUM-201	Pembinaan Dunia Kerja	2
<b>JOB SKILL</b>			
6.	MED-101	Keperawatan Dasar / <i>Basic Nursing</i>	4
7.	MED-102	Etika Dan Psikologi Keperawatan/ <i>Psychology And Ethic Of Nursing</i>	2
8.	MED-103	Pertolongan Pertama / <i>First Aid</i>	3
9.	MED-104	Anatomi & Fisiologi Manusia / <i>Human Anatomy &amp; Physiology</i>	2
10.	MED-105	Farmakologi Dasar / <i>Basic Pharmacology</i>	2
11.	MED-106	Asuhan Keperawatan/ <i>Nursing Upbringing</i>	2
12.	MED-107	Kebidanan Dasar / <i>Basic Obstetry</i>	2
13.	MED-108	Epidemiologi Penyakit Kronis Dan Menular / <i>Cronic &amp; Infected Disease Epidemiology</i>	2
14.	MED-110	Ilmu Gizi Dan Diit / <i>Nutrition &amp; Dietary</i>	2
15.	MED-111	Kesehatan Dan Psikologi Anak / <i>Children's Health &amp; Psychology</i>	2
16.	MED-112	Fisioterapi Dan Geriatry / <i>Physhioteraphy &amp; Geriatry</i>	2
17.	MED-113	Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)	2
18.	MED-114	Tugas Akhir/Final Project	3
19.	MED-115	Praktik Kerja Keahlian/ <i>On The Job Training</i>	4
20.	KOM-101	Microsoft Windows	1
21.	KOM-102	Microsoft Word	2
22.	KOM-103	Microsoft Excel	2
23.	KOM-203	Microsoft Power Point	2

NO.	KODE	MATA KETERAMPILAN (MK)	SPB
24.	KOM-104	Internet for Business	2
25.	ENG-201	English for Business	3
26.	ENG-102	English Conversation	3
27.	ARS-104	Rekam Medik/ <i>Medical Report</i>	2
28.	ARS-105	Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit/ <i>Hospital Management Information System</i>	2
<b>ENTREPRENEUR SKILL</b>			
29.	KWU-101	Dasar Kewirausahaan/ <i>Basic Entrepreneurship</i>	2
30.	KWU-201	Kewirausahaan Lanjutan/ <i>Advance Entrepreneurship</i>	2

#### **L SPECIAL PROGRAM**

NO.	JENIS KEGIATAN
39.	Role Playing
40.	Pembinaan Profesional
41.	Pekan Pembekalan Magang
42.	Job Market Fair & Pameran Wirausaha
43.	Kelas Perusahaan

**DAFTAR MATA KETERAMPILAN**

**TEKNIK INFORMATIKA DAN DESAIN WEB**

PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KANDIDAT KARYAWAN (PROGRAM 1 TAHUN)

**MAGISTRA UTAMA CABANG JEMBER**

**ANGKATAN XX TAHUN PROGRAM 2015/2016**

**M DAFTAR KEGIATAN PRA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN**

NO.	KODE	JENIS KEGIATAN	SPB
63.	OSB	Orientasi Sahabat dan Pengenalan Dunia Kerja	
64.	PBE	Pembekalan Budaya dan Etos Kerja Perusahaan	
65.	TPA	Tes Potensi Akademik	
66.	KKP	Konseling Karir dan Profesi	
67.	ENG-101	<i>General English</i>	2
68.	MDR-101	<i>General Mandarin</i>	2
69.	PDK	Pendidikan Dasar Kepribadian (Penampilan & Sikap)	1

**N DAFTAR MATA KETERAMPILAN UMUM (MKU) DAN MATA KETERAMPILAN KEAHLIAN (MKK)**

NO.	KODE	MATA KETERAMPILAN (MK)	SPB
<b>BUILDING THE WINNING CHARACTER</b>			
70.	DUM-101	Pengembangan Kepribadian/ <i>Personality Development</i>	2
71.	DUM-102	Customer Services	2
72.	DUM-103	Studi Islam Efektif	2
73.	DUM-104	Keamanan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja (K3)	2
74.	DUM-201	Pembinaan Dunia Kerja	2
<b>JOB SKILL</b>			
75.	INF-101	Algoritma Pemrograman and Visual Basic/ <i>Algorithm Programming and Visual Basic</i>	2

NO.	KODE	MATA KETERAMPILAN (MK)	SPB
76.	INF-103	Sistem Informasi & Manajemen Data Base	2
77.	DIV-101	Desain Grafis - 1 : Adobe Photoshop	3
78.	DIV-102	Desain Grafis -2 : Corel Draw	3
79.	DIV-105	Macromedia Flash	3
80.	DIV-109	Desain Web: (Macromedia Dreamweaver, Photoshop For Web & Flash For Web)	2
81.	INF-104	Pemrograman Visual Basic 2 / <i>Programming: Visual Basic-2</i>	3
82.	INF-105	Web Programming: Macromedia Dreamweaver, Html, Php & My Sql	3
83.	KOM-101	Microsoft Windows	1
84.	KOM-102	Microsoft Word	2
85.	KOM-103	Microsoft Excel	2
86.	KOM-201	Microsoft Power Point	2
87.	KOM-202	Microsoft Access	2
88.	KOM-204	Internet for Business	2
89.	ENG-102	English Conversation	3
90.	ENG-201	English for Business	3
91.	TEK-101	Perakitan Komputer Dan Teknik Instalasi/ <i>Computer Assembling &amp; Installation Technique</i>	3
92.	TEK-104	Sistem Jaringan Komputer/ <i>Computer Networking System</i>	3
93.	TEK-106	Sistem Operasi & Sistem Jaringan Linux/ <i>Operation and Network System Of Linux</i>	3
<b>ENTREPRENEUR SKILL</b>			
94.	KWU-101	Teori Kewirausahaan	2
95.	KWU-201	Praktikum Kewirausahaan	2

#### **0 SPECIAL PROGRAM**

NO.	JENIS KEGIATAN
44.	Role Playing
45.	Pembinaan Profesional

46.	Pekan Pembekalan Magang
47.	Job Market Fair & Pameran Wirausaha
48.	Kelas Perusahaan

**DAFTAR MATA KETERAMPILAN**

**DESAIN GRAFIS DAN ANIMASI**

PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KANDIDAT KARYAWAN (PROGRAM 1 TAHUN)

**MAGISTRA UTAMA CABANG JEMBER**

ANGKATAN XX TAHUN PROGRAM 2015/2016

**P DAFTAR KEGIATAN PRA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN**

NO.	KODE	JENIS KEGIATAN	SPB
96.	OSB	Orientasi Sahabat dan Pengenalan Dunia Kerja	
97.	PBE	Pembekalan Budaya dan Etos Kerja Perusahaan	
98.	TPA	Tes Potensi Akademik	
99.	KKP	Konseling Karir dan Profesi	
100.	ENG-101	<i>General English</i>	2
101.	MDR-101	<i>General Mandarin</i>	2
102.	PDK	Pendidikan Dasar Kepribadian (Penampilan & Sikap)	1

**Q DAFTAR MATA KETERAMPILAN UMUM (MKU) DAN MATA KETERAMPILAN KEAHLIAN (MKK)**

NO.	KODE	MATA KETERAMPILAN	SPB
<b>BUILDING THE WINNING CHARACTER</b>			
8.	DUM-101	Pengembangan Kepribadian/ <i>Personality Development</i>	2
9.	DUM-102	Customer Services	2
10.	DUM-103	Studi Islam Efektif	2
11.	DUM-104	Keamanan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja (K3)	2
12.	DUM-201	Pembinaan Dunia Kerja	2
<b>JOB SKILL</b>			
13.	DES-101	Desain Grafis-1 : Adobe Photoshop	3

14.	DES-102	Desain Grafis-2: Corel Draw	3
15.	DES-103	Desain Grafis-3: Adobe Indesign	3
16.	DES-104	Teknik Fotografi / <i>Photographic Technique</i>	2
17.	DES-201	Macromedia Flash	2
18.	DES-202	Desain Grafis -4: Autocad & Viz	3
19.	DES-203	Desain Web: (Macromedia Dreamweaver, Photoshop for Web & Flash for Web)	2
20.	DES-204	Dasar-Dasar Teknik Menggambar/ <i>Basic Drawing Techniques</i>	2
21.	DES-206	Tugas Akhir/ <i>Final Project</i>	3
22.	DES-205	Praktik Kerja Keahlian/ <i>On The Job Training</i>	4
23.	KOM-101	Microsoft Windows	1
24.	KOM-102	Microsoft Word	2
25.	KOM-103	Microsoft Excel	2
26.	KOM-203	Microsoft Power Point	2
27.	KOM-104	Internet for Business	2
28.	ENG-201	English for Business	3
29.	ENG-102	English Conversation	3
30.	TEK-101	Perakitan Komputer dan Teknik Instalasi/ <i>Computer Assembling &amp; Installation Technique</i>	3
31.	DES-105	Video and Audio Editing	3
<b>ENTREPRENEUR SKILL</b>			
32.	KWU-101	Dasar Kewirausahaan/ <i>Basic Entrepreneurship</i>	2
33.	KWU-201	Kewirausahaan Lanjutan/ <i>Advance Entrepreneurship</i>	2

#### **R SPECIAL PROGRAM**

NO.	JENIS KEGIATAN
49.	Role Playing
50.	Pembinaan Profesional
51.	Pekan Pembekalan Magang

52.	Job Market Fair & Pameran Wirausaha
53.	Kelas Perusahaan

**DAFTAR MATA KETERAMPILAN**

**TEKNIK OTOMOTIF**

PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KANDIDAT KARYAWAN (PROGRAM 1 TAHUN)

**MAGISTRA UTAMA CABANG \_\_\_\_\_**

**ANGKATAN XX TAHUN PROGRAM 2015/2016**

**S DAFTAR KEGIATAN PRA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN**

NO.	KODE	JENIS KEGIATAN	SPB
103.	OSB	Orientasi Sahabat dan Pengenalan Dunia Kerja	
104.	PBE	Pembekalan Budaya dan Etos Kerja Perusahaan	
105.	TPA	Tes Potensi Akademik	
106.	KKP	Konseling Karir dan Profesi	
107.	ENG-101	<i>General English</i>	
108.	MDR-101	<i>General Mandarin</i>	2
109.	PDK	Pendidikan Dasar Kepribadian (Penampilan & Sikap)	1

**T DAFTAR MATA KETERAMPILAN UMUM (MKU) DAN MATA KETERAMPILAN KEAHLIAN (MKK)**

NO.	KODE	MATA KETERAMPILAN (MK)	SPB
<b>BUILDING THE WINNING CHARACTER</b>			
110.	DUM-101	Pengembangan Kepribadian/ <i>Personality Development</i>	2
111.	DUM-102	Customer Services	2
112.	DUM-103	Studi Islam Efektif	2
113.	DUM-104	Keamanan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja (K3)	2
114.	DUM-201	Pembinaan Dunia Kerja	2

<b>JOB SKILL</b>			
115.	OTO-101	Peralatan Otomotif/ <i>Automotive Equipment</i>	2
116.	OTO-102	Teknologi Sepeda Motor/ <i>Motorcycle Technology</i>	2
117.	OTO-103	Praktikum Sepeda Motor/ <i>Motorcycle Practical Work</i>	4
118.	OTO-104	Manajemen Bengkel/ <i>Machine Workshop Management</i>	2
119.	OTO-105	Kelistrikan Otomotif/ <i>Automotive Electricity</i>	2
120.	OTO-106	Autocad	3
121.	OTO-201	Teknologi Motor Diesel/ <i>Diesel Engine Technology</i>	2
122.	OTO-202	Teknologi Motor Bensin/ <i>Petroleum Engine Technology</i>	2
123.	OTO-203	Kelistrikan Otomotif/ <i>Automotive Electricity</i>	2
124.	OTO-204	Chasis Otomotif	2
125.	OTO-205	Transmisi Otomatis Mobil/ <i>Automatic Transmission</i>	2
126.	OTO-206	Praktikum Motor Bensin Dan Diesel/ <i>Petroleum And Diesel Engine Practical Work</i>	4
127.	OTO-207	Tugas Akhir/ <i>Final Project</i>	3
128.	OTO-208	Praktik Kerja Keahlian/ <i>On The Job Training</i>	4
129.	KOM-101	Microsoft Windows	1
130.	KOM-102	Microsoft Word	2
131.	KOM-103	Microsoft Excel	2
132.	KOM-203	Microsoft Power Point	2
133.	KOM-104	Internet for Business	2
134.	ENG-201	English for Business	3
135.	ENG-102	English Conversation	3
136.	OTO 108	Modifikasi Motor	2
137.	OTO 109	Teknik Airbrush	2
<b>ENTREPRENEUR SKILL</b>			

138.	KWU-101	Dasar Kewirausahaan/Basic Entrepreneurship	2
139.	KWU-201	Kewirausahaan Lanjutan/Advance Entrepreneurship	2

#### U SPECIAL PROGRAM

NO.	JENIS KEGIATAN
54.	Role Playing
55.	Pembinaan Profesional
56.	Pekan Pembekalan Magang
57.	Job Market Fair & Pameran Wirausaha
58.	Kelas Perusahaan

## PENJELASAN

### IMPLEMENTASI BUKTI BELAJAR DAN BERLATIH 50 TEKNIK AJAR (BB50TA) DALAM PENGELOLAAN PENDIDIKAN DAN PELATIHAN

#### MENUJU PENINGKATAN MUTU DIKLAT & MUTU LULUSAN

#### PUAS TUNTAS MAHIR TERAMPIL DAN SIAP KERJA

Saat ini lulusan Magistra Utama banyak yang terserap di perusahaan multi nasional "*Multi National Company*", perusahaan Nasional, dan perusahaan bergengsi seperti **AQUA, COCA COLA, PANASONIC LIGHTNG INDONESIA, HOTEL HYATT, TRANS 7, PT POS INDONESIA, PLN, TELKOM, BANK BCA, BANK BNI, PT INKA, PT YAMAHA ELECTRONIC MANUFACTURING INDONESIA** dsb. Oleh karena itu pada penyelenggaraan DIKLAT tahun program 2015/2016 dilakukan beberapa **Redesain** yang bertujuan Utama untuk **meningkatkan Mutu DIKLAT dan Mutu Lulusan** untuk **memudahkan proses penyaluran magang ataupun bekerja**. Untuk mendukung program tersebut, maka manajemen Magistra Utama menetapkan Point berikut dibawah ini yang harus diterapkan oleh Manajer, Kabag DIKLAT dan Instruktur/Pengajar Part Timer Magistra Utama untuk menjamin agar pada akhir program tercapai peningkatan kualitas lulusan yang **SIAP KERJA** dan memenuhi standar kebutuhan perusahaan penerima tenaga kerja. Maka point berikut merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan satu sama lain untuk diterapkan dalam satu tahun program DIKLAT:

#### 1. ORIENTASI SAHABAT (ORSAB):

- a. ORSAB adalah pembinaan di awal program supaya peserta program yang belajar dan berlatih memahami tentang hakikat meraih sukses dan berhasil bersama Magistra Utama maka, semua peserta program harus mengikuti 100% program pembinaan di ORSAB sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.
- b. Hasil akhir ORSAB adalah PP bersemangat untuk belajar dan berlatih memiliki kualitas pribadi yang memenuhi syarat kebutuhan perusahaan nasional ataupun multinasioanl kualifikasi " Quantum Bintang Lima".

2. **PEMBINAAN KEPERIBADIAN UTAMA:**
  - a. Kabag DIKLAT wajib membuat jadwal layanan untuk menangani PP berkebutuhan khusus yang perlu pembinaan kepribadian.
  - b. Guna membekali bekal kepribadian utama (Personal Excellence) maka setiap pengajar bertanggungjawab untuk melakukan otomatisasi konseling begitu melihat ada PP yang penampilan kurang standar sampai berubah.
3. **MENAMPACKAN UNSUR KETERAMPILAN (SKILL) YANG AKAN DIAJARKAN/DILATIHKAN;**
  - a. Saat belajar dan berlatih pada hari pertama, pengajar WAJIB menjelaskan **satuan keterampilan yang akan dipraktikkan di dunia kerja dan hasil karya yang bisa diwujudkan** untuk dipajang di ruang galeri karya dan entrepreneur corner.
  - b. Pengajar wajib membuat **Bagan/Alur/Charta** untuk menggambarkan unsur keterampilan yang akan diajarkan atau dilatihkan saat mengajar di kelas.
  - c. Pengajar membuat **daftar unsur keterampilan** untuk dijadikan **bahan diskusi sesuai dengan kelompok tetap**. Sehingga kelompok **tetap aktif untuk melakukan interaksi** bersama kelompok tetap.
  - d. Materi yang diajarkan harus mendorong peserta untuk bisa dan tahu tentang unjuk kerja keterampilan di perusahaan.
  - e. Peserta program (PP) juga didorong untuk belajar mandiri dan berlatih sendiri sesuai dengan kelompok tetap yang sudah ditetapkan di awal program.
  - f. Dalam pelaksanaan belajar dan berlatih di kelas atau lab, maka pengajar wajib **menampakkan manfaat aplikatif dari keterampilan (Skill)** mata keterampilan yang diajarkan sangat dibutuhkan oleh **Dunia Kerja/Dunia Usaha**.
4. **KARYA/BUKTI/WUJUD HASIL BELAJAR DAN BERLATIH;**
  - a. Karya/bukti/wujud hasil belajar dan Berlatih merupakan proyek yang WAJIB dikerjakan oleh setiap **kelompok tetap**, hal ini mendorong untuk terjadinya interaksi yang kuat dalam setiap kelompok tetap untuk bersungguh-sungguh dalam belajar dan berlatih. Sehingga **problem keterlambatan pengumpulan hasil karya DIJAMIN tidak terjadi**, karena **sejak di awal program telah diketahui kelompok penyusun karya/bukti/wujud hasil belajar dan berlatih**.
  - b. Kegiatan pembelajaran mendorong setiap PP untuk berusaha kreatif **menciptakan. Karya/Bukti/Wujud** hasil belajar dan berlatih adalah hasil dari penguasaan unsur keterampilan (skill) dan menghasilkan Tugas Akhir Mata Keterampilan (**point 10**).
  - c. Untuk mendorong supaya PP menciptakan sebuah karya/bukti/wujud hasil belajar dan berlatih dari setiap mata keterampilan untuk menjadi salah satu point penilaian akhir.
5. **SIMULASI KERJA;**
  - a. Target utama dalam DIKLAT 2015/2016 adalah **untuk terciptanya PP yang terampil dan memenuhi kualifikasi dalam "Project Quantum Five Star"** maka dalam pengajaran teori di kelas harus **menampakkan dan melakukan unsur simulasi kerja**.
  - b. Saat pembelajaran di kelas juga dimaksimalkan untuk merangsang **proses diskusi atau interaksi bersama kelompok tetap**.
  - c. Sehingga target tercapainya kualitas lulusan yang dibutuhkan perusahaan tercapai. **Pengajaran harus melibatkan langsung PP untuk mencoba melakukan langsung** (mensimulasikan) unsur keterampilan keahlian sebagai pelaksanaan atas 12 unjuk kerja. Simulasi Kerja (point 3) adalah pelaksanaan dari unsur keterampilan (point 1), Praktikum skill (point 5) dan implementasi dari tugas keahlian (point 6) serta menjadi bagian dari role playing rumpun mata keterampilan (point 12).
6. **DEMO ALAT/BAHAN/BARANG;**
  - a. Dalam proses pengajaran harus memanfaatkan media bahan ajar yang sudah disediakan yaitu, **EBOOK dan Modul berbasis Entrepreneur**.
  - b. Dalam proses belajar & berlatih di kelas ataupun lab Komputer setiap pengajar WAJIB **menunjukkan bagan, gambar, charta, skema, contoh hasil karya** dan sebagainya.

- c. Sehingga dalam pengajaran tidak hanya dilakukan dengan memberikan teori, tetapi **harus juga menunjukkan model atau barang asli atau mendemokan operasi sebuah alat kepada peserta dan menjadi bagian atau dilaksanakan saat simulasi kerja** (point 3), praktikum skill (point 5), dan atau role playing rumpun mata keterampilan/drama (point 12). Termasuk dalam demo alat/bahan/barang (point 4) adalah VCD Keahlian (point 8).
7. **PRAKTIKUM SKILL (TERAMPIL);**
- Supaya PP memiliki *Skill* atau keterampilan kerja maka dalam pengajaran teori di kelas Wajib memperbanyak unsur-unsur praktikum skill.
  - Guna mendorong PP belajar mandiri maka setiap **kelompok tetap** diberikan penugasan untuk **melakukan Factory Visit, Observasi Dunia Kerja atau Magang kecil** untuk mengasah keterampilan setiap PP.
8. **MEMBERI TUGAS KEAHLIAN;**
- Dalam pengajaran setiap mata keterampilan maka setiap kelompok tetap wajib mengerjakan **tugas keahlian sebagai bahan kajian dalam kelompok tetap.**
  - Pengajar wajib memberikan tugas keahlian sesuai dengan kelompok tetap untuk mendorong **kelompok tetap melakukan kajian, diskusi, sesuai dengan tema yang diberikan oleh pengajar.**
  - Pengajar harus **mendorong kelompok tetap untuk belajar secara mandiri dengan memanfaatkan EBOOK** sebagai salah satu sumber belajar.
9. **BELAJAR DAN BERLATIH BERSAMA ALUMNI SUKSES;**
- Kuliah bersama **alumni sukses bertujuan untuk memberikan ilustrasi atau rekam perjalanan sukses alumni** kepada PP **apa yang harus** dilakukan supaya saat **di dunia belajar** Magistra Utama, PP berhasil di **pekerjaan pertama** dan pada akhirnya **berhasil di dunia profesi**, sukses berkarir dan kuliah sambil bekerja.
  - Guna memotivasi PP** untuk dapat meraih sebagaimana yang telah diraih oleh alumni Magistra Utama maka dilaksanakan agenda belajar & berlatih bersama alumni sukses.
  - Para **alumni sukses dihadirkan untuk transfer pengalaman di tempat kerja sesuai mata keterampilan yang diajarkan**, misalnya mata keterampilan house keeping menghadirkan alumni yang bekerja sebagai house keeper; mata keterampilan sekretaris menghadirkan alumni yang bekerja sebagai sekretaris dan lain-lain.
10. **SAM, E-BOOK, MODUL KEAHLIAN & VCD KEAHLIAN;**
- Guna **peningkatan kualitas DIKLAT** maka Magistra Utama telah menyediakan sumber belajar yang disediakan dalam bentuk **EBOOK**. Sehingga, dalam proses pengajaran **setiap materi yang ada di EBOOK** harus dijadikan bahan **kajian ilmiah setiap kelompok tetap.**
  - Selain itu **pengajar juga harus mendorong setiap peserta program untuk memanfaatkan semua sumber media belajar** yang telah tersedia dan **mencari media belajar pendukung lainnya secara mandiri**, misalnya aktif mencari **literatur dari internet, memiliki BLOG, Face Book dsb.**
11. **OUTDOOR ACTIVITY (KUNJUNGAN/BELAJAR DAN BERLATIH DI LUAR KELAS);**
- Target akhir DIKLAT 2015/2016 adalah **mempersiapkan PP memiliki kualitas “QUANTUM BINTANG 5” yang siap bergabung di perusahaan nasional maupun multinasional** oleh karena itu dalam proses pengajarann PP diberi penugasan sesuai dengan kelompok tetap untuk melakukan Observasi ke perusahaan sesuai dengan mata keterampilan yang diajar. Semakin sering PP melakukan observasi maupun kunjungan perusahaan maka **PP akan semakin siap baik dari segi penampilan, etika maupun budaya kerja.**
  - Supaya proses belajar & berlatih menjadi lebih menarik maka dilakukan proses belajar di luar kelas misalnya, **praktik atau simulasi di perusahaan mitra, kunjungan ke perusahaan dsb.**
12. **TUGAS AKHIR MATA KETERAMPILAN;**
- Salah satu Bukti PP menguasai keterampilan yang diajarkan adalah PP dapat membuat sebuah hasil karya belajar yang pada akhir program dijadikan,

- b. Sebagai bukti hasil belajar & berlatih maka **setiap kelompok tetap di akhir program wajib membuat sebuah hasil karya yang dapat dimanfaatkan** untuk mendorong PP untuk menciptakan sebuah *product* belajar **untuk ditampilkan di entrepreneur corner ataupun galeri karya.**
13. **KAJIAN KASUS AKTUAL SESUAI DENGAN TEMA KELOMPOK TETAP;**
  - a. Guna mendorong PP belajar secara mandiri untuk belajar dan berlatih maka setiap pengajar **WAJIB memberikan bahan-bahan diskusi untuk dijadikan bahan kajian kasus aktual.**
  - b. **Hasil kajian kasus aktual setiap kelompok tetap** dikumpulkan dalam bentuk paper untuk **dijadikan bahan penambah belajar yang diletakkan di lab sesuai dengan jurusan.**
  - c. Untuk melatih kemampuan berfikir dan analisa peserta, maka pengajar harus memberikan tugas yang sesuai dengan Mata Keterampilan yang diajarkan dan dilatihkan untuk mengkaji dan mendeskripsikan satu kasus yang berkembang. Misalnya: **Tema Kelompok Tetap** tentang **bisnis laundry**, maka peserta rogram didorong untuk fokus, berdiskusi dan melakukan kajian sesuai denga tema kelompok.
14. **ROLE PLAYING RUMPUN MATA KETERAMPILAN (DRAMA);**
  - a. Salah satu aspek untuk **mengukur tingkat penguasaan kompetensi PP sesuai dengan jurusannya** adalah kemampuan PP untuk menyimulasikan unsur keterampilan jurusan dalam **bentuk drama keahlian atau role playing.**
  - b. Supaya peserta program dapat mensimulasikan kegiatan belajar dan berlatih maka dilaksanakan role playing rumpun mata keterampilan. Role Playing PP merupakan **kegiatan simulasi/praktik seolah-olah PP merasakan di dunia kerja yang sesungguhnya**, sehingga saat PP bekerja diperusahaan telah mengalami prosesnya.
15. **REMEDIAL/BIMBINGAN KHUSUS;**
  - a. Untuk memfasilitasi layanan bimbingan khusus, remedial ataupun kelas pengayaan **disediakan meja layanan** yang diberi label "Layanan Pendaftaran Kelas Tambahan", kelas tambahan akan dilaksanakan jika jumlah peserta minimal 20.
  - b. Jika sebuah mata keterampilan jumlah peserta yang ingin diadakan kelas tambahan sudah mencukupi maka Kabag DIKLAT akan menghubungi pengajar untuk menyediakan jam tambahan.
  - c. Disini **setiap pengajar WAJIB bersedia untuk meluangkan waktu untuk kelas tambahan.** Jika jumlahnya kurang dari kuota maka dilaksanakan secara privat.
16. **PROYEK KHUSUS PLUS;**
  - a. Untuk mendorong PP menjadi wirausaha **maka setiap kelompok tetap ditargetkan untuk mencari proyek khusus plus** dari hasil observasi atau kunjungan perusahaan.
  - b. Kegiatan Proyek Khusus Plus ini berbentuk **kerjasama dengan perusahaan hasil observasi yang membutuhkan tenaga tambahan untuk mengerjakan proyek-proyek khusus**, misalnya; Jurusan Desain mencari proyek untuk pembuatan kartu nama atau hasil karya desain lainnya.
17. **SHORT COURSE SKILL PENDUKUNG (UNIT SUPPORT SKILL);**
  - a. Supaya peserta program memiliki ketrampilan tambahan maka setiap jurusan wajib diadakan **Unit Support Skill pendukung ketrampilan jurusan**, Misalnya: Jurusan Akuntansi diadakan short course Teller & Cashier, Jurusan Desain diadakan short course Desain Animasi Film kartun, Otomotif diadakan short course tambal ban dll.
18. **SKILL OLYMPIADE;**
  - a. Guna memacu peserta untuk menampilkan karya terbaiknya, maka di akhir periode belajar dan berlatih akan diadakan SKILL OLYMPIADE berupa **lomba karya setiap program keahlian** yang agenda pelaksanaannya dikoordinasikan oleh Kabag DIKLAT.
19. **PAPER IMPLEMENTATION SKILL;**
  - a. Paper Implementation Skill merupakan wujud akhir belajar bersama setiap kelompok tetap sesuai dengan kajian tema utama setiap mata keterampilan.
  - b. Dari penugasan Kajian Kasus Aktual (point 11) **setiap kelompok tetap melaporkan dalam bentuk studi kasus/kertas kerja** dan membuat gagasan manfaat atas studi kasus tersebut.
20. **SPEECH: COMMUNICATION & PRESENTATION;**

- a. **Peningkatan kemampuan berkomunikasi** PP didukung dalam **program Intensive Speaking Class**.
  - b. Dalam kegiatan ini peserta diminta mempresentasikan hasil dari teknik 17 (*paper implementation skill*) dan juga mempresentasikan keterampilan keahliannya dalam bentuk simulasi kerja.
21. **PRAKTIK DI DU/DI (MAGANG KECIL);**
- a. Untuk menguatkan pemahaman peserta, maka peserta diberi **penugasan untuk mempraktikkan keterampilan langsung di dunia kerja**, yang dapat dilaksanakan **bersama kelompok tetap** dengan memanfaatkan jaringan *city learning* sehingga bisa belajar dan berlatih langsung bersama ahlinya.
22. **BELAJAR DAN BERLATIH BERSAMA PELAKU KERJA/USAHA (BELAJAR DAN BERLATIH BERSAMA AHLINYA);**
- a. Dengan peserta hadir langsung ke dunia kerja, maka peserta dapat belajar dan berlatih langsung dengan ahlinya sekaligus menerapkan langsung materi yang diterima di tempat kerja
23. **BELAJAR DAN BERLATIH BERSAMA ORANG TUA/MASYARAKAT SEKITAR;**
- a. Selain belajar dan berlatih keahliannya, PP juga didorong untuk belajar dan berlatih bersama masyarakat sekitar dalam bentuk **short course pendukung, magang kecil atau belajar dan berlatih** dengan orang tua PP yang bekerja di perusahaan untuk mendapatkan transfer pengalaman kerja.
24. **BELAJAR DAN BERLATIH BERSAMA MITRA PAKAR PROGRAM;**
- a. adalah bagian pelaksanaan belajar dan berlatih bersama pelaku kerja/usaha (point 20) dan belajar dan berlatih bersama alumni sukses (point 7).
25. **PENGUATAN ENTREPRENEURSHIP;**
- a. Program penguatan entrepreneur didukung dengan adanya proyek **Babarafi Academy dan Kedai Digital Institut**.
  - b. Untuk mendukung penguatan entrepreneurship maka pengajar juga haru bisa memanfaatkan **entrepeneur corner** sebagai wahana belajar mandiri PP yang berminat untuk berwirausaha.
  - c. Setiap pengajar wajib untuk memotivasi penugasan kelompok tetap untuk merancang sebuah **Business Plan** sesuai dengan tema kelompok tetap.
26. **CREATIVE LEARNING AND TEACHING;**
- a. Untuk memastikan peserta benar-benar memiliki status siap kerja dan memenuhi standar kebutuhan perusahaan penerima tenaga kerja serta mampu melakukan unjuk kerja di perusahaan, maka secara terus menerus pengajar diharapkan mengembangkan berbagai teknik mengajar yang tepat untuk peserta program
27. **ENTREPRENEUR CORNER.;**
- Untuk mewadahi ketrampilan Entrepreneur Peserta Program, maka telah disediakan ruang Entrepreneur tempat untuk belajar berwirausaha dan melakukan kajian-kajian wirausaha serta memamerkan hasil karya wirausaha.
28. **KONSELING HARIAN;**
- Program ini dilaksanakan untuk mengatasi dengan cepat tentang berbagi permasalahan PP terutama yang terkait dengan Proses Pendidikan & Pelatiha. **Sehingga, semua PP yang bermasalah tertangani dengan cepat dan selalu bersemangat dalam belajar.**
29. **KELAS PERUSAHAAN;**
- Untuk membekali Peserta Program sebelum direkrut kerja maka peserta program didorong untuk terlibat aktif di kelas perusahaan yang telah disediakan Magistra Utama diantaranya Babarafi Academy “Modern Food School & Kedai Digital Institut. Dimana Peserta program akan dibekali ketrampilan yang dibutuhkan oleh perusahaan yang menyelenggarakan kelas perusahaan di Magistra Utama
30. **KELOMPOK TETAP;**
- Supaya di akhir program peserta program memiliki Business Plan untuk diterapkan di dunia usaha maka Peserta Proram selama belajar dan berlatih wajib melakukan diskusi, kajian, dan fokus pada tema kelompok tetap yang telah ditetapkan di awal program DIKLAT

31. **PRASASTI KELOMPOK:**  
Guna mendorong PP selalu Semangat dan Loyal dalam setiap kelompok, maka di awal program setiap kelompok tetap menuliskan Motto Kelompok tetap untuk menimbulkan motivasi para kelompok tetap untuk bersemangat dalam belajar dan berlatih dan sungguh-sungguh untuk membahas setiap tema kelompok tetap.
32. **Business Plan:**  
Supaya DIKLAT berbasis Entrepreneur yang dilaksanakan Magistra Utama dapat terwujud maka, di akhir program setiap kelompok tetap diwajibkan memiliki sebuah business plan sesuai dengan tema dalam kelompok tetap. Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong peserta program untuk menjadi seorang entrepreneur.
33. **MADING ENTREPENUR:**  
Supaya proyek peningkatan minat peserta program untuk menjadi wirausaha/entrepreneur maka sesuai dengan kelompok tetap diwajibkan untuk aktif mengisi Mading Enterpreneur. Sesuai dengan Jadwal yang telah disediakan.
34. **SUPERCAMP FOR ENTERPRENEUR:**  
Guna membekali jiwa dan mental entrepreneur maka Peserta program wajib mengikuti kegiatan Enterpreneur Camp bersamaan dengan para alumni yang jadwalnya ditetapkan oleh manajemen.
35. **SELLING PRACTICES:**  
Supaya Peserta Program sejak dari awal program memiliki jiwa Salesmanship & Marketing maka pada saat ORSAB dilaksanakan kegiatan Selling Practices, yang kemudian peserta yang berminat untuk mendalami ketrampilan bidang sales & marketing diwadahi melalui kelas perusahaan dengan perusahaan yang mendukung program tersebut yaitu, PT Gunung Slamet, PT Mayora dll.
36. **PEMBINAAN JELANG MAGANG:**  
Sebagai bekal sikap mental sebelum masuk ke dunia kerja maka peserta program wajib mengikuti program pembinaan yang dilaksanakan sebelum berangkat magang. Sehingga saat masuk ke dunia kerja peserta program diharapkan memiliki kesiapan mental yang mantap.
37. **BEAUTY CLASS:**  
Sebagai bekal memiliki kepribadian utama maka peserta program dibekali ketrampilan melalui kegiatan Beauty Class sehingga peserta program menguasai ketrampilan tentang tatacara dalam berpatut diri.
38. **FACTORY VISIT:**  
Supaya peserta program mengenali situasi dunia kerja, maka setiap kelompok tetap diberi tugas untuk melakukan factory visit sekaligus mengenali dunia usaha/dunia kerja.
39. **PEMBINAAN JELANG REKRUTMEN:**  
Guna membekali secara mantap sekaligus memperbesar peluang peserta program lolos tahapan seleksi/rekrutmen kerja, maka sebelum PP mengikuti rekrutmen kerja wajib mengikuti pembinaan pra rekrutmen dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh manajemen Magistra Utama
40. **TRY OUT TES POTENSI AKADEMIK:**  
Supaya peserta program menguasai materi-materi yang umumnya diujikan oleh perusahaan yang merekrut, maka saat masuk di awal periode dua semua peserta program wajib telah simulasi atau latihan mengerjakan tes potensi akademik.
41. **KAJIAN KEISLAMAN & TAFALAH DIENUL ISLAM:;**  
Guna membekali Hakikat Bekerja sebagai aktualisasi beribadah kepada Allah SWT, maka dalam proses belajar dan berlatih wajib dilakukan proses Islamisasi (Berdoa sebelum dan sesudah belajar). Sehingga dengan

ditanamkan pentingnya selalu taat untuk beribadah melalui aktivitas kajian keislaman 7 tafaqih dienul Islam diharapkan terbangun suasana hormat, cinta dan patuh sesama teman, orang tua maupun instruktur.

42. **UJIAN KOMPETENSI KEAHLIAN JURUSAN;**

Untuk mengukur pencapaian kompetensi dan kualitas lulusan maka pada periode dua dilakukan ujian kompetensi jurusan. Sehingga PP yang kompetensinya masih dibawah standar dilakukan drilling kompetensi sampai- benar-benar kompetensi dan layak untuk disalurkan baik di tempat magang maupun tempat kerja.

43. **PEMBINAAN TENGAH MAGANG:**

Peserta program saat magang dimungkinkan menghadapi berbagai persoalan teknis maupun non teknis, oleh karena itu setiap awal bulan PP magang, Magistra Utama mengadakan pembinaan tengah magang untuk membekali ketrampilan softskills maupun ketrampilan sesuai kompetensi kerja di tempat magang.

44. **PEMBINAAN JELANG LULUS:**

Supaya peserta program yang selesai magang tapi belum terekrut kerja dapat meningkatkan kualitas dirinya maka dilaksanakan kegiatan Pembinaan Jelang Lulus dengan materi-materi sesuai dengan ketrampilan jurusan dan bekal tambahan tentang wirausaha.

45. **SPEAKING INTENSIVE CLASS**

Supaya PP memiliki ketrampilan seperti yang dibutuhkan oleh *Multy National Company* maka setiap Peserta Program wajib aktif mengikuti pembinaan di Speaking Intensive Class, sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh Kabag DIKLAT.

46. **NATIVE SPEAKER**

Sebagai selingan program Bahasa Inggris maka setiap kelas WAJIB dilaksanakan Native Speaker yang dilaksanakan minimal 4 kali dalam satu tahun program, Dalam kegiatan Native Speaker setiap disediakan waktu untuk diskusi atau tanya jawab dengan speaker yang diundang.

47. **PROJECT QUANTUM BINTANG LIMA**

Sebagai persiapan untuk membekali PP memenuhi kualifikasi perusahaan bintang 5, maka dilaksanakan program pembinaan untuk persiapan PP sebelum rekrutmen.

48. **REMBUG KURIKULUM**

Untuk peningkatan kualitas DIKLAT pada tahun berikutnya maka setiap pengajar wajib memberikan masukan yang positif untuk peningkatan mutu Modul, EBOOK dan SAM.

49. **PEMBINAAN STUDI LANJUT:**

Supaya peserta program termotivasi untuk terus belajar meskipun sudah bekerja, amak peserta program juga diwajibkan mengikuti pembinaan studi lanjut dengan menghadirkan Alumni Magistra Utama yang sukses berkarir dan juga sukses studi lanjut. Dan guna membekali informasi tentang studi lanjut maka Magistra Utama juga menyediakan waktu untuk pembinaan studi lanjut dengan perguruan tinggi mitra Magistra Utama.

50. **PEMBINAAN TAHUNAN (ORASI ILMIAH):**

Sebagai pembinaan pamungkas menuju dunia Keluarga Alumni Magistra Utama maka Peserta Program melalui kegiatan Pelepasan Alumni Magistra Utama tentang materi untuk Siap untuk menjadi pribadi menuju dunia profesi dari dunia bekerja.

Demikian penjelasan umum ini disampaikan sebagai acuan dalam merealisasikan 50 point untuk mencapai standar mutu pendidikan dan pelatihan menuju pembentukan PUAS TUNTAS MAHIR TERAMPIL DAN SIAP KERJA.

Jember, 15 Mei 2015

Manajer,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, loopy initial 'D' followed by several vertical strokes, all enclosed within a hand-drawn oval border.

**DEDI WICAKSONO S.Pd**



**Kuliah Tamu oleh perwakilan PT JNE**



**Kuliah Tamu oleh Perwakilan Bank Tabungan Negara (BTN)**



**Kuliah Tamu oleh Perwakilan Bank Bukopin**



**Short Course *Table Manner* oleh Perwakilan Hotel Bintang Mulia**



**Kuliah tamu oleh Perwakilan PT Pelangi Fortuna Global**



**Training oleh Perwakilan PT Trac oleh Randi Anggar**



Foto Peserta Program Bekerja Sebelum Lulus ( BSL )

