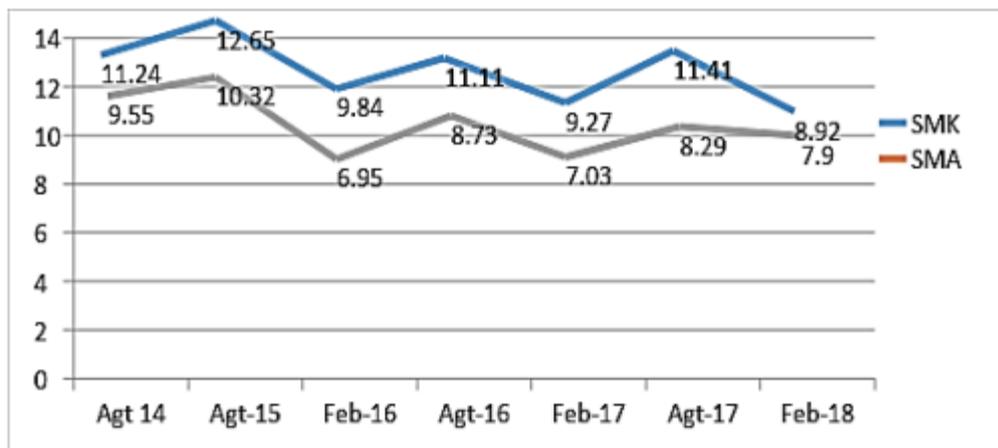


BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat keberhasilan pembangunan nasional sangat terkait dengan kualitas sumber daya manusia. Negara telah berupaya mengoptimalkan dan memaksimalkan pembangunan kapasitas sumber daya manusia Indonesia melalui sektor pendidikan yang dilakukan sedapat mungkin mencerminkan proses memanusiakan manusia atau dengan perkataan lain mengaktualisasikan semua potensi yang dimilikinya menjadi kemampuan yang dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Salah satu tujuan penting pengembangan program pendidikan SMK adalah menyiapkan sumber daya manusia yang siap memasuki dunia kerja, memiliki kepemimpinan tinggi, disiplin, professional, handal di bidangnya dan produktif.



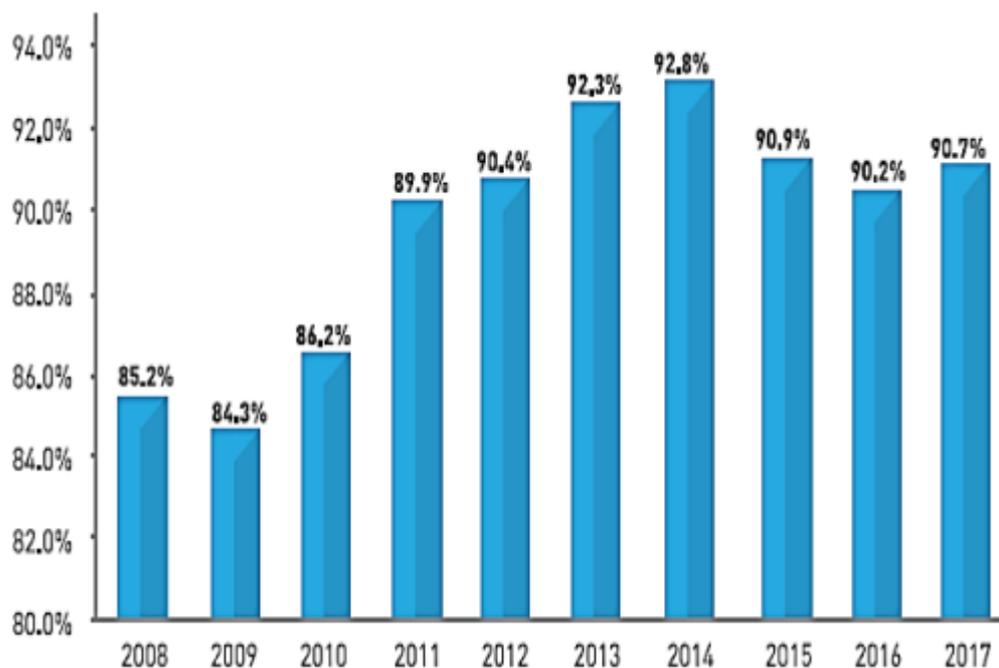
Sumber: BPS (2014-2018)

Gambar 1.1 Tingkat Pengangguran terbuka SMK dan SMA periode Agustus 2014-Februari 2018

Tingkat pengangguran terbuka lulusan SMK cenderung lebih tinggi jika dibandingkan dengan lulusan SMA dari tahun 2014 hingga Februari 2018. Daya serap lulusan SMK dan tingkat pengangguran SMK cenderung fluktuatif dimana terdapat kenaikan dan penurunan pada setiap tahunnya. Hal ini tentu banyak

dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya terkait dengan ketersediaan jumlah lowongan kerja dengan kompetensi yang dimiliki siswa.

Tingkat keterserapan lulusan SMK berdasarkan data dari BPS secara periodik dalam kurun waktu 9 tahun terakhir dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2017, cenderung fluktuatif terjadi penurunan dan peningkatan seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dan pertumbuhan industri. Tahun 2014 menunjukkan tingkat keterserapan lulusan SMK tertinggi jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya hingga 2017. Untuk periode 2017 terjadi peningkatan keterserapan lulusan SMK walaupun masih relative kecil yakni sebesar 0.05% jika dibandingkan tahun 2016 tingkat keterserapan lulusan SMK tahun 2017 sebesar 90,7%.



Sumber: BPS 2017.

Gambar 1.2 Tingkat Keterserapan Lulusan SMK Tahun 2008-2017

Pemasaran adalah proses dimana perusahaan melibatkan pelanggan, membangun hubungan baik dengan pelanggan, dan menciptakan nilai pelanggan dalam rangka untuk meningkatkan profit dan ekuitas pelanggan. Salah satu unsur dari pemasaran adalah *marketing mix* yang menjadi variable dalam pemasaran dalam rangka untuk memenuhi target penjualan. Unsur dalam marketing mix

dikenal dengan nama 7p yaitu: *product, price, place, promotion, physical evidence, process dan people*. (Kotler, 2018)

Banyak perubahan kritis yang terjadi dalam pasar konsumen dan pasar bisnis selama dasawarsa terakhir. Pasar konsumen sering ditandai oleh populasi yang semakin tua, jumlah pekerja wanita yang meningkat, pernikahan yang ditunda, perceraian yang lebih banyak, dan keluarga yang lebih kecil, munculnya kelompok dan kebutuhan pelanggan etnis yang berbeda-beda, dan menjamurnya beragam gaya hidup konsumen. Sebagai mana dalam Islam, konsumen erat kaitannya dengan perilaku konsumen, dimana keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. (Muhammad Anwar Fathoni, 2018)

Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak. Ini berbeda dengan konsep penjualan yang menitikberatkan pada keinginan perusahaan. Falsafah dalam pendekatan penjualan adalah memproduksi sebuah pabrik, kemudian meyakinkan konsumen agar bersedia membelinya. Sedangkan pendekatan konsep pemasaran menghendaki agar manajemen menentukan keinginan konsumen terlebih dahulu, setelah itu baru melakukan bagaimana caranya memuaskan.

Seorang pengusaha mendirikan perusahaan tujuan utamanya adalah mencari laba, di samping itu juga berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan tergantung bagaimana ketepatan manajemen dalam mengambil keputusan demi keberhasilan perusahaan tersebut. Keberhasilan adalah kunci sukses suatu perusahaan, baik perusahaan besar maupun kecil. Oleh karena itu manajemen juga harus dibutuhkan data-data dan informasi yang akurat dan relevan mengenai masalah yang dihadapi. Manajemen yang baik berpengaruh dalam pengelolaan organisasi atau perusahaan. Bagi perusahaan besar bukanlah suatu hal yang sulit, karena telah didukung oleh sumber daya yang memadai seperti SDM yang cukup berkualitas, keuangan yang stabil, permodalan yang cukup besar dimana semua ini akan sangat membantu perusahaan dalam kegiatannya. Berbeda dengan usaha-

usaha kecil, pada umumnya mereka beroperasi dengan berbagai keterbatasan, seperti kemampuan manajerial yang kurang, SDM yang rata-rata rendah, permodalan yang kecil dan masih banyak lainnya, sehingga perkembangan dari usaha-usaha kecil cenderung lambat. (Emawati, 2005)

Menurut Kuswantoro (2014), *teaching factory* menjadi konsep pembelajaran dalam keadaan yang sesungguhnya untuk menjembatani kesenjangan kompetensi antara pengetahuan yang diberikan sekolah dan kebutuhan industri. *Teaching Factory* merupakan pengembangan dari unit produksi yakni penerapan sistem industri mitra di unit produksi yang telah ada di SMK. Unit produksi adalah pengembangan bidang usaha sekolah selain untuk menambah penghasilan sekolah yang dapat digunakan dalam upaya pemeliharaan peralatan, peningkatan SDM, dan lain-lain juga untuk memberikan pengalaman kerja yang benar-benar nyata pada siswanya. Penerapan unit produksi sendiri memiliki landasan hukum yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 1990 pasal 29 ayat 2 yaitu "Untuk mempersiapkan siswa sekolah menengah kejuruan menjadi tenaga kerja, pada sekolah menengah kejuruan dapat didirikan unit produksi yang beroperasi secara profesional."

Pembelajaran melalui *teaching factory* bertujuan untuk menumbuhkembangkan karakter dan etos kerja (disiplin, tanggung jawab, jujur, kerjasama, kepemimpinan, dan lain-lain) yang dibutuhkan Industri, Dunia Usaha dan Dunia Kerja (IDUKA) serta meningkatkan kualitas hasil pembelajaran dari sekedar membekali kompetensi (*competencybased training*) menuju ke pembelajaran yang membekali kemampuan memproduksi barang/jasa (*productionbased training*).

Hubungan kerjasama antara SMK dengan industri dalam pola pembelajaran *teaching factory* akan memiliki dampak positif untuk membangun mekanisme kerjasama (*partnership*) secara sistematis dan terencana didasarkan pada posisi tawar *win-win solution*. Penerapan pola pembelajaran *teaching factory* merupakan *interface* dunia pendidikan kejuruan dengan dunia industri, sehingga terjadi *check and balance* terhadap proses pendidikan pada SMK untuk

menjaga dan memelihara keselarasan (*link and match*) dengan kebutuhan pasar kerja.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tingkat pengangguran dari lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) paling tinggi dibanding dengan lulusan dari 3 jenjang pendidikan lainnya. Angka pengangguran dari lulusan SMK pada Agustus 2018 mencapai 11,25%. Tingkat pengangguran tersebut lebih tinggi dari Februari 2018 sebesar 8,92% namun masih lebih rendah dibanding posisi Agustus 2017 sebesar 11,41 (Irayanti, 2019)

Dengan menerapkan pembelajaran *teaching factory* diharapkan akan meningkatkan kompetensi lulusan SMK yang relevan dengan kebutuhan industri/jasa sehingga akan berdampak pada penguatan daya saing tenaga kerja dan industri khususnya di Banyuwangi dan umumnya di Indonesia. Hal tersebut dapat mendorong untuk strategi pengembangan pemasaran produk *teaching factory* SMK di Kabupaten Banyuwangi akan berguna meningkatkan produksi, produktivitas maupun pendapatan bagi Unit Produksi dan Jasa (UPJ) di masing-masing sekolah sekaligus siswa memiliki ketrampilan yang memadai sesuai dengan permintaan IDUKA.

Peranan TeFa mengembangkan pembelajaran yang sebelumnya dikembangkan melalui unit produksi berubah menjadi pembelajaran TeFa yang berarti merubah budaya pembelajaran sekolah, semua unsur di sekolah harus mengembangkan budaya dan pola pikir bahwa sekolah bukan saja sebagai tempat pendidikan akademik, tetapi juga merupakan tempat membuat produk/layanan yang berstandar industri sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Namun demikian, sekolah tetap berfungsi sebagai institusi untuk meningkatkan ketrampilan anak didik dan bukan berorientasi mencari keuntungan. (Direktorat Pembinaan SMK Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2017).

Penelitian strategi pengembangan produk *teaching factory* SMK di Kabupaten Banyuwangi khususnya Banyuwangi hingga saat ini masih belum ada kajian tentang pengembangan produk *teaching factory* dengan metode penilaian menggunakan *Form Self Assessment* di masing – masing sekolah antara lain: sarana dan prasarana, sumber daya manusia, keselamatan dan kesehatan kerja,

serta prosedur operasional sistem untuk menentukan penyimpangan minor, mayor, serius dan kritis. Hasil dan penilaian menggunakan *form self assessment* dimasing-masing sekolah dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Hasil Penilaian Menggunakan *Form Self Assessment*

SMK Negeri 1 Kalibaru	
1. Penyimpangan (<i>Deficiency</i>)	
a. Penyimpangan Minor	9 Penyimpangan
b. Penyimpangan Mayor	7 Penyimpangan
c. Penyimpangan Serius	- Penyimpangan
d. Penyimpangan Kritis	- Penyimpangan
2. Tingkat (Rating) Unit Pengolahan	A (Baik Sekali) B (Baik) C (Kurang) D (Jelek)
SMK Negeri Ihya'Ulumudin Singojuruh	
1. Penyimpangan (<i>Deficiency</i>)	
a. Penyimpangan Minor	9 Penyimpangan
b. Penyimpangan Mayor	3 Penyimpangan
c. Penyimpangan Serius	- Penyimpangan
d. Penyimpangan Kritis	- Penyimpangan
2. Tingkat (Rating) Unit Pengolahan	A (Baik Sekali) B (Baik) C (Kurang) D (Jelek)

SMK Negeri 1 Glagah

1. Penyimpangan (<i>Deficiency</i>)	
a. Penyimpangan Minor	10 Penyimpangan
b. Penyimpangan Mayor	7 Penyimpangan
c. Penyimpangan Serius	- Penyimpangan
d. Penyimpangan Kritis	- Penyimpangan
2. Tingkat (<i>Rating</i>) Unit Pengolahan	A (Baik Sekali) B (Baik) C (Kurang) D (Jelek)

SMK Negeri 1 Darul Ulum Muncar

1. Penyimpangan (<i>Deficiency</i>)	
a. Penyimpangan Minor	8 Penyimpangan
b. Penyimpangan Mayor	2 Penyimpangan
c. Penyimpangan Serius	- Penyimpangan
d. Penyimpangan Kritis	- Penyimpangan
2. Tingkat (<i>Rating</i>) Unit Pengolahan	A (Baik Sekali) B (Baik) C (Kurang) D (Jelek)

Dari penjabaran diatas berpedoman pada penilaian *form self assessment* dengan nilai B (Baik) di masing- masing sekolah dan proses adanya strategi pengembangan pemasaran produk *teaching factory* SMK di Kabupaten Banyuwangi akan memberikan peningkatan terhadap proses produksi dan kualitas produk menjadi lebih baik sehingga jaringan pemasaran semakin diperluas.

Tujuan *teaching factory* di SMK adalah meningkatkan kesiapan kerja, menyelaraskan kompetensi dan membangun berkarakter kerja lulusan SMK sesuai tuntutan dunia usaha dan industri melalui proses pembelajaran berbasis produk/jasa yang diselenggarakan di lingkungan, suasana, tata kelola dan aturan standar tempat kerja yang sebenarnya maka dengan menggunakan metode analisis

SWOT memiliki peran penting sebagai alat untuk meminimalkan kelemahan pada produksi produk *teaching factory* di masing – masing sekolah serta dengan metode AHP juga dapat mengetahui skala prioritas dalam strategi pengembangan pemasaran produk TeFa SMK di Kabupaten Banyuwangi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat muncul beberapa permasalahan diantaranya adalah:

1. Apa saja faktor pendukung dalam pengembangan pemasaran produk *Teaching Factory* SMK di Kabupaten Banyuwangi?
2. Belum dirumuskan strategi untuk meningkatkan pengembangan pemasaran produk *Teaching Factory* SMK di Kabupaten Banyuwangi?
3. Belum adanya skala prioritas konsumen terhadap penjualan produk *Teaching Factory* SMK di Kabupaten Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas ada beberapa tujuan dilakukan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor pendukung untuk meningkatkan strategi pengembangan pemasaran produk *Teaching Factory* SMK di Kabupaten Banyuwangi;
2. Menentukan strategi yang tepat untuk pengembangan pemasaran produk *Teaching Factory* SMK di Kabupaten Banyuwangi dengan metode SWOT;
3. Mengetahui prioritas strategi pengembangan pemasaran produk *Teaching Factory* SMK di Kabupaten Banyuwangi melalui metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP);
4. Penelitian dengan metode SWOT dan AHP dapat mengetahui strategi dalam pengembangan pemasaran produk *Teaching Factory* SMK di Kabupaten Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, yaitu:

1. Bagi Akademis, sebagai referensi kepustakaan dalam memberikan informasi dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang kajian ilmu peningkatan manajemen pengembangan pemasaran produk *Teaching Factory*;
2. Bagi Sekolah yang memiliki *Teaching Factory*, dapat memberikan rekomendasi kepada Unit Produksi dan Jasa (UPJ) di masing-masing sekolah untuk peningkatan strategi pengembangan pemasaran produk *Teaching Factory* SMK di Kabupaten Banyuwangi yang diminati oleh konsumen secara umum dan sinkronisasi kurikulum secara kontekstual terhadap tuntutan kebutuhan serta perkembangan industri/dunia usaha.
3. Bagi industri dapat membangun kemitraan strategis (*strategic partnership*) yang memberikan manfaat bagi kedua belah pihak.
4. Bagi pemerintah baik pusat dan daerah dapat dilakukan *mapping* potensi daerah atau potensi masyarakat yang bisa dijadikan data penunjang untuk melakukan program dari TeFa secara meluas.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Teaching Factory* masing-masing sekolah dan untuk strategi pengembangan pemasaran dapat di implementasikan disekolah yang memiliki program produk *Teaching Factory* SMK antara lain:

1. SMK Negeri 1 Glagah;
2. SMK Negeri 1 Kalibaru;
3. SMK Negeri Ihya'ulumudin Singojuruh;
4. SMK Negeri Darul Ulum Muncar.

Aspek yang akan dikaji pada perumusan strategi pengembangan pemasaran produk *Teaching Factory* SMK di Kabupaten Banyuwangi merupakan usaha untuk meningkatkan pengembangan pemasaran dan pendapatan serta kepuasan terhadap produk *Teaching Factory* SMK di masing – masing sekolah sesuai dengan produknya.

Penelitian ini diharapkan dapat membantu proses perkembangan produk *Teaching Factory* SMK, membantu kelangsungan proses produksi secara berkelanjutan dan dapat membantu memberikan informasi terhadap semua sekolah yang memiliki produk *Teaching Factory* SMK untuk memperbaiki kualitas mutu, perencanaan pengembangan produk dan kontrol kualitas sehingga produk di masing-masing sekolah memiliki hasil yang maksimal dan diterima oleh konsumen secara memuaskan.