

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
DAYA MINAT PELATIHAN KERJA MASYARAKAT  
KAB.DEMAK PADA UPTD BALAI LATIHAN KERJA  
KAB. DEMAK**

**SKRIPSI**

**untuk memenuhi sebagian persyaratan**

**Mencapai derajat sarjana S1 Manajemen**



**Disusun Oleh:**

**PURWANTO**

**NIM : 30401900256**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

**SEMARANG**

# HALAMAN PENGESAHAN

## HALAMAN PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA MINAT PELATIHAN KERJA MASYARAKAT KAB.DEMAK PADA UPTD BALAI LATIHAN KERJA KAB. DEMAK

Disusun Oleh:

Nama : Purwanto

Nim : 30401900256

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal, 18 Agustus 2023

Susunan Dewan Penguji

pembimbing

Prof. Dr. Hj. Wuryanti, M.M

Penguji I

Prof. Dr. Ken Sudarti, SE, M.Si

Penguji II

Dr. Agustina Fitrianingrum, S.Pd, MM

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan untuk  
memperoleh gelar sarjana ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Lutfi Nurcholis, ST., SE., M.M

## HALAMAN PERYATAAN KEASLIAN

### HALAMAN PERYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Purwanto

Nim : 30401900256

Program studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul  
"STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA MINAT  
PELATIHAN KERJA MASYARAKAT KAB.DEMAK PADA UPTD BALAI  
LATIHAN KERJA KAB. DEMAK"

Adalah benar hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi  
hasil dari orang lain. Apabila dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiasi  
dari karya tulis penelitian orang orang lain maka saya bersedia menerima sanksi  
sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 16 Agustus 2023

UNISSULA  
جامعته سلطان أبجوع الإسلامية



Purwanto

## KATA PENGANTAR

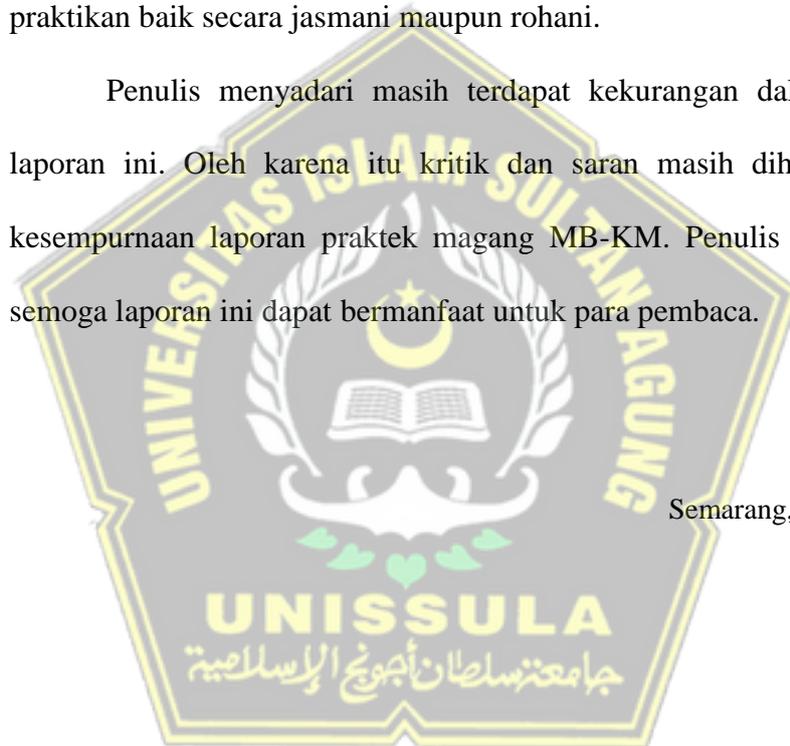
Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memudahkan segala urusan hamba-Nya. Sholawat dan salam kita haturkan kepada nabi yang mulia, Muhammad SAW, semoga syafaatnya menjangkau seluruh umatnya. Laporan ini merupakan laporan praktek magang MB-KM di Dinas Tenaga Kerja dan Industri Kabupaten Demak. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam mengerjakan dan menyelesaikan laporan ini, praktikan banyak dibantu oleh berbagai pihak. Tidak lupa pada kesempatan ini praktikan ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang banyak membantu, diantaranya :

1. Prof. Dr. Hj. Wuryanti, M.M selaku dosen pembimbing yang telah membimbing praktikan dalam menyelesaikan laporan ini.
2. Prof. Dr. H. Heru Sulistyono, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. Luthfi Nurcholis, S.T., SE.,MM, selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Ahmad Hilaludin, ST. selaku kepala UPTD BLK Demak yang telah membantu kemudahan praktikan dalam menjalankan Praktek Kerja Lapangan pada Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Demak.

5. Bapak Cahya Putra Lelana,ST. Selaku Instruktur Muda UPTD BLK Demak dan Dosen Supervisor yang telah membantu kemudahan praktikan dalam menjalankan Praktek Kerja Lapangan pada Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Demak.
6. Kepada orang tua yang telah mendoakan agar dipermudah segala urusan yang berkaitan dengan praktikan dan selalu memberi dukungan kepada praktikan baik secara jasmani maupun rohani.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan laporan ini. Oleh karena itu kritik dan saran masih diharapkan demi kesempurnaan laporan praktek magang MB-KM. Penulis juga berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat untuk para pembaca.



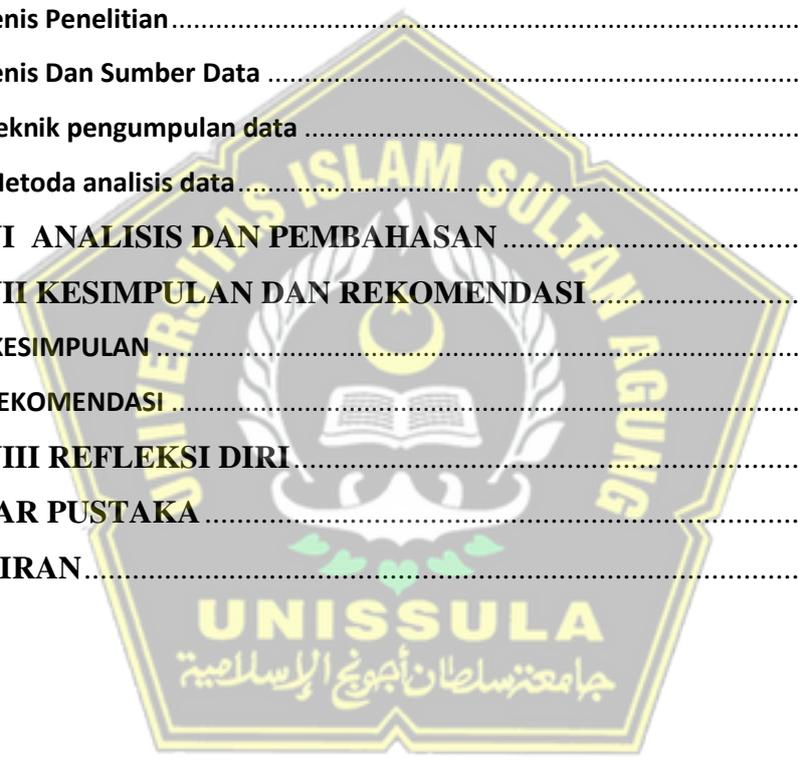
Semarang,4 juli 2022

Purwanto

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ARTIKEL</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Tujuan</b> .....	2
<b>1.3 Manfaat praktek magang MB-KM</b> .....	2
<b>1.4 Sistematika Laporan</b> .....	3
<b>BAB II PROFIL (INSTANSI/PERUSAHAAN)</b> .....	6
<b>2.1. Tempat Magang MBKM</b> .....	6
2.1.1 Sejarah Balai Latihan Kerja Kab.Demak .....	6
2.1.2 Visi dan Misi UPTD BLK Kab. Demak .....	10
2.1.3 Jenis Pelayanan Perusahaan .....	10
2.1.4 Data Personal.....	12
2.1.4.1 Tabel Struktural.....	12
2.1.4.2 Tabel Pelaksana Pelatihan.....	12
2.1.4.1 Tabel Instruktur.....	13
2.1.5 Program Pelatihan .....	14
2.1.6 Kapasitas Pelatihan Dalam Satu Tahun.....	14
<b>2.2 Aktivitas magang</b> .....	15
2.2.1 Deskripsi Kegiatan Magang.....	15
2.2.2 Penjelasan Kegiatan Magang di UPTD BALAI LATIHAN KERJA KAB.DEMAK ....	16
<b>BAB III IDENTIFIKASI MASALAH</b> .....	19
<b>3.1 Kurangnya Promosi</b> .....	19
<b>3.2 Keterbatasan Budget</b> .....	19
<b>3.3 Frekuensi</b> .....	20

<b>3.4 Media</b> .....	20
<b>BAB IV KAJIAN PUSTAKA</b> .....	21
<b>4.1 Strategi</b> .....	21
<b>4.2 Pemasaran</b> .....	21
<b>4.3 Bauran Pemasaran</b> .....	22
4.3.1 Manfaat Bauran Pemasaran.....	24
<b>4.4 Pelatihan</b> .....	25
<b>BAB V METODE PENELITIAN DAN ANALISIS DATA</b> .....	29
<b>5.1 Jenis Penelitian</b> .....	29
<b>5.2 Jenis Dan Sumber Data</b> .....	30
<b>5.3 Teknik pengumpulan data</b> .....	30
<b>5.4 Metoda analisis data</b> .....	32
<b>BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	33
<b>BAB VII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....	37
<b>7.1. KESIMPULAN</b> .....	37
<b>7.2 REKOMENDASI</b> .....	38
<b>BAB VIII REFLEKSI DIRI</b> .....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	40
<b>LAMPIRAN</b> .....	41



## DAFTAR TABEL

2.1.4 Data Personal .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
2.1.4.1 Tabel Struktural.....	12
2.1.4.2 Tabel Pelaksana Pelatihan.....	12
2.1.4.3 Tabel Instruktur.....	13
2.1.5 Program Pelatihan .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
2.1.6 Kapasitas Pelatihan Dalam Satu Tahun .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Identitas Peserta Magang .....	41
Lampiran 2. Daftar Hadir peserta magang .....	42
Lampiran 3. Log Book peserta magang .....	53
Lampiran 4. Proses pembimbingan laporan magang oleh DPL .....	66
Lampiran 5. Proses Pembimbingan oleh Dosen Supervisor .....	67



## ABSTRAK

Balai Pelatihan Kerja (BLK) yang merupakan lembaga pelatihan kejuruan milik pemerintah mempersiapkan tenaga kerja untuk memenuhi permintaan pasar dan perkembangan. Penelitian ini menggunakan metode komparatif untuk menganalisis frekuensi, kendala biaya dan pemilihan media dalam promosi BLK. Oleh karena itu, frekuensi promosi BLK penting untuk memahami dan menanggapi pesan tanpa menjadi membosankan. Kendala biaya harus dikelola secara bijaksana sesuai dengan teori penganggaran promosi. Pemilihan media yang tepat berdasarkan karakteristik khalayak dan tujuan, menurut teori perencanaan media, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas. Kesimpulan, memahami ketiga aspek utama ini dapat membantu perusahaan merencanakan promosi BLK mereka dengan lebih efektif, sehingga meningkatkan keberhasilan mereka dalam mempersiapkan tenaga kerja untuk memenuhi permintaan pasar.

**Kata Kunci : BLK Demak, frekuensi, keterbatasan budget.media**

## ABSTRACT

The Labour Training Hall (BLK), which is a government-owned vocational training institution, prepares the workforce to meet market demands and developments. This research uses comparative methods to analyze frequencies, cost constraints and media selection in BLK promotions. Therefore, BLK's promotional frequency is important to understand and respond to messages without becoming boring. Cost barriers must be managed wisely in accordance with the promotion costing theory. Proper media selection based on audience characteristics and objectives, according to media planning theory, has a significant influence on effectiveness. In conclusion, understanding these three key aspects can help companies plan their BLK promotion more effectively, thereby increasing their success in preparing the workforce to meet market demand.

**Keywords : BLK Demak, frequency, limitation budget.media**

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kualitas tenaga kerja sangat penting saat ini, karena persaingan di antara karyawan di seluruh dunia semakin intensif. Tantangan saat ini dan masa depan menghadapi peningkatan daya saing tenaga kerja melalui pelatihan berbasis keterampilan dan sertifikasi keterampilan.

Balai Latihan Kerja (BLK) yang berada di bawah Badan Sosial, Tenaga Kerja dan Keimigrasian merupakan salah satu lembaga pelatihan kerja milik pemerintah dan memegang peranan penting dan strategis dalam upaya penyiapan tenaga kerja yang terampil dan kompeten sesuai dengan kebutuhan pembangunan dan pasar tenaga kerja. Di satu sisi, pelatihan kejuruan berfungsi sebagai jembatan antara kebutuhan pasar tenaga kerja dan keterampilan tenaga kerja, dan di sisi lain membutuhkan pengelolaan BLK yang efektif.

Sedangkan Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seorang dengan yang lainnya. Peranan suatu pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang.

Tujuan dari suatu pemasaran ialah untuk menarik minat pelanggan dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen,

menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis mengambil judul “Strategi pemasaran dalam meningkat daya minat pelatihan kerja masyarakat Kab.Demak pada UPTD BLK KAB.DEMAK”.

## 1.2 Tujuan

Tujuan penulisan praktik magang MB-KM ini adalah :

1. Memahami bidang dan tugas apa saja yang ada di Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian kabupaten Demak terutama di UPTD BLK
2. Menambah pengalaman dan wawasan mengenai dunia kerja di Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian kabupaten Demak terutama di UPTD BLK
3. Untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama berada di bangku kuliah.
4. Untuk memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan studi pada prodi Manajemen S1 Universitas Islam sultan Agung Semarang.

## 1.3 Manfaat praktek magang MB-KM

Adapun manfaat kegiatan praktek magang MB-KM :

1. Bagi Mahasiswa
  - Sebagai sarana latihan dan penerapan ilmu yang didapat dibangku kuliah.

- Melatih kemampuan mahasiswa untuk beradaptasi dengan dunia kerja yang mana situasi dan kondisi tidak sepenuhnya seperti teori di dalam perkuliahan.
- Meningkatkan kemampuan dalam menyampaikan gagasan dalam pikiran maupun lisan.

## 2. Bagi instansi magang dan instansi pendidikan

- Dapat memanfaatkan sumber daya manusia terdidik dalam proses kegiatan usaha secara lebih efisien.
- Perusahaan telah turut serta dalam program link and match pada sistem pendidikan di Indonesia
- Terciptanya hubungan yang baik dan adanya pertukaran informasi antara dinas tenaga kerja dan perindustrian kabupaten demak dengan fakultas ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

## 1.4 Sistematika Laporan

### **BAB 1 Pendahuluan**

Pada Bab I Pendahuluan dijelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang, tujuan penyusunan laporan, dan sistematika laporan.

### **BAB II Profil Organisasi dan Aktivitas Magang**

Dalam bab ini berisi tentang profil toko tempat magang secara spesifik diantaranya mengenai sejarah berdirinya UPTD BLK Kab.Demak, visi misi, struktur organisasi, job description, serta aktivitas selama magang di UPTD BLK

Kab.Demak.

### **BAB III Identifikasi Masalah**

Bab ini berisi tentang identifikasi masalah yang muncul. Selain itu pada bab ini berisi tentang alasan masalah yang dipilih penting untuk diselesaikan.

### **BAB IV Kajian Pustaka**

Berisi tentang teori-teori yang digunakan untuk membahas masalah yang penulis pilih dan sesuai dengan topik Laporan Magang.

### **BAB V Metode Penelitian Dan Analisis Data**

Dalam bab ini berisi tentang kasus/masalah penting yang menjadi topik pembahasan. Uraian kasus/masalah terkait latar belakang, substansi, dan dampak yang ditimbulkan apabila ada.

### **BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan cara menganalisis tentang masalah yang ada dalam instansi/perusahaan dengan menggunakan teori lalu kemudian diuraikan dalam pembahasan.

### **BAB VII Kesimpulan dan Rekomendasi**

Berisi tentang kesimpulan dari pendapat penulis mengenai kasus/masalah yang dianalisis oleh penulis. Selain

itu pada bab ini juga berisi mengenai rekomendasi berdasarkan analisis pada bab 5. Rekomendasi tentang hal-hal yang perlu diperbaiki dalam organisasi itu sendiri. Serta berisi rekomendasi tentang hal-hal yang perlu diperbaiki oleh program studi dalam berkontribusi pada mahasiswa saat magang.

### **BAB VIII Refleksi Diri**

Pada bab ini berisi tentang refleksi diri mahasiswa mengenai hal-hal positif yang diterima selama perkuliahan yang relevan terhadap pekerjaan yang diterima selama magang, manfaat magang terhadap pengembangan soft skill yang dimiliki. Selain itu pada bab ini juga berisi tentang manfaat magang terhadap pengembangan kemampuan kognitif dan kekurangan kemampuan kognitif yang dimiliki, identifikasi kunci sukses dalam bekerja berdasarkan pengalaman selama magang, serta penjabaran mengenai rencana pengembangan diri, karir, dan pendidikan selanjutnya.

## **BAB II**

### **PROFIL (INSTANSI/PERUSAHAAN)**

#### **2.1. Tempat Magang MBKM**

Praktikan melaksanakan magang di Dinas Tenaga Kerja Perindustrian Kab.Demak, khususnya di UPTD BLK Kab.Demak. Berikut adalah data lengkap mengenai tempat pelaksanaan magang MBKM:

Nama instansi : UPTD Balai Latihan Kerja

Alamat : Jalan Saribowo (Katonsari Raya) No.19, Katonsari,  
Kec. Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah 59516

Telepon : 0896-6975-3387

##### **2.1.1 Sejarah Balai Latihan Kerja Kab.Demak**

Balai latihan Kerja Kabupaten Demak merupakan Lembaga Pelatihan Kerja milik Pemerintah yang berstatus sebagai Unit Pelaksana Teknis Dinas Berdasarkan Peraturan Bupati Demak Nomor 4 Tahun 2018 Tentang Pembentukan, Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Daerah Pada Perangkat Daerah di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Demak dipimpin oleh Kepala Dinas yang mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan Pemerintahan Daerah di Bidang Tenaga Kerja dan Perindustrian di Kabupaten Demak. UPTD Balai Latihan Kerja mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Kepala Dinas dalam merumuskan kebijakan, mengkoordinasikan, membina dan mengendalikan kebijakan umum pemerintah daerah di bidang pelatihan kerja berdasarkan unit kompetensi.

Balai Latihan Kerja Demak yang merupakan leading sector pelatihan keterampilan tenaga kerja diharapkan mampu memfasilitasi dan menjawab tantangan di bidang kualitas dan produktivitas sumber daya manusia yang sesuai dengan kompetensi yang diperlukan di dunia kerja. Guna memberikan pelatihan tenaga kerja terutama untuk melaksanakan pelatihan dengan kurikulum berbasis kompetensi/CBT untuk menyiapkan tenaga kerja mandiri, lokal antar daerah, dan tenaga kerja luar negeri yang perlu didukung dengan tersedianya alokasi dana pelatihan yang memadai sesuai dengan SKKNI dan perkembangan kebutuhan dunia industri.

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud UPTD Balai Latihan Kerja mempunyai fungsi sebagai berikut :

1. Penyusunan program dan kegiatan pembinaan, pendidikan dan pelatihan kerja bagi calon tenaga kerja;
2. Pengoordinasian dan pelaksanaan kegiatan pembinaan, pendidikan dan pelatihan bagi calon tenaga kerja;
3. Pemantauan dan pengendalian kegiatan di bidang pembinaan, pendidikan dan pelatihan calon tenaga kerja;
4. Pengelolaan urusan ketatausahaan UPTD, melaksanakan pembinaan Unit Pelaksana Teknis Dinas.
5. Memimpin, mengkoordinasikan, mengendalikan, dan mengawasi seluruh kegiatan UPTD;
6. Melaksanakan pelatihan dan pengembangan pelatihan kerja berdasarkan unit kompetensi;

7. Melaksanakan uji kompetensi bagi peserta pelatihan sesuai peraturan yang berlaku,
8. Mengembangkan potensi calon tenaga kerja dan masyarakat melalui pelatihan kerja;
9. Melakukan monitoring dan evaluasi peserta pasca pelatihan;
10. Melaporkan pelaksanaan program dan kegiatan UPTD baik secara lisan maupun tertulis kepada Kepala Dinas sebagai wujud akuntabilitas dan transparansi pelaksanaan tugas;
11. Mengevaluasi hasil pelaksanaan program dan kegiatan UPTD;
12. Memberikan saran dan pertimbangan kepada Kepala Dinas untuk bahan penetapan kebijakan lebih lanjut;
13. Melaksanakan penilaian dan prestasi kerja bawahan berdasarkan sasaran kerja pegawai dan perilaku kerja sesuai ketentuan; dan
14. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

Berdasarkan Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor Kep. 137/Men/2001 tanggal, 25 Juni 2001 bahwa Balai Latihan Kerja Kabupaten Demak berada di bawah Departemen Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia. Balai latihan Kerja Kabupaten Demak menyelenggarakan berbagai program pelatihan kerja mulai dari tingkat dasar (operator) sampai dengan tingkat teknisi. Program pelatihan yang ada di BLK Kabupaten Demak mengacu pada kebutuhan kompetensi yang ada di pasar kerja, sehingga lulusannya dapat diserap di dunia industri.

Berdasarkan peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 tahun 2006 tentang Sistem Pelatihan Kerja Nasional, kemudian pada Bab III pasal 3 tentang Prinsip Dasar Pelatihan Kerja, UPTD BLK mempunyai Prinsip dasar Pelatihan Kerja adalah:

1. Berorientasi pada kebutuhan pasar kerja dan pengembangan SDM;
2. Berbasis pada kompetensi kerja;
3. Tanggungjawab bersama antara dunia usaha, pemerintah, dan masyarakat,
4. Bagian dari pengembangan profesionalisme sepanjang hayat; dan
5. Diselenggarakan secara berkeadilan dan tidak diskriminatif.

Berdasarkan peraturan dan pasal tersebut di atas menunjukkan bahwa Unit Pelaksana Teknis Dinas Balai Latihan Kerja Kabupaten Demak merupakan pelaksana kebijakan teknis Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kabupaten Demak dan merupakan Pelaksana Teknis Sistem Pelatihan Kerja Nasional. Dengan pertumbuhan penduduk yang begitu tinggi, ditambah lagi lulusan dari pendidikan formal kurang terampil, beretos kerja rendah kurang profesional akan mengalami kesulitan masuk di pasar kerja baik di dalam maupun di luar negeri. Untuk mengatasi hal tersebut Balai latihan Kerja Kabupaten Demak berupaya memanfaatkan potensi yang ada untuk mengurangi pengangguran melalui program Peningkatan Kompetensi Tenaga Kerja dan Produktivitas berupa pelatihan Berbasis Kompetensi.

### **2.1.2 Visi dan Misi UPTD BLK Kab. Demak**

1. VISI

“Menciptakan tenaga kerja berkarya dan produktif”

2. MISI

- 1) Membuka dan memperluas kesempatan kerja
- 2) Membina tenaga kerja melalui pelatihan dan peningkatan produktivitas tenaga kerja
- 3) Menciptakan hubungan harmonis dan saling mendukung dengan industri.

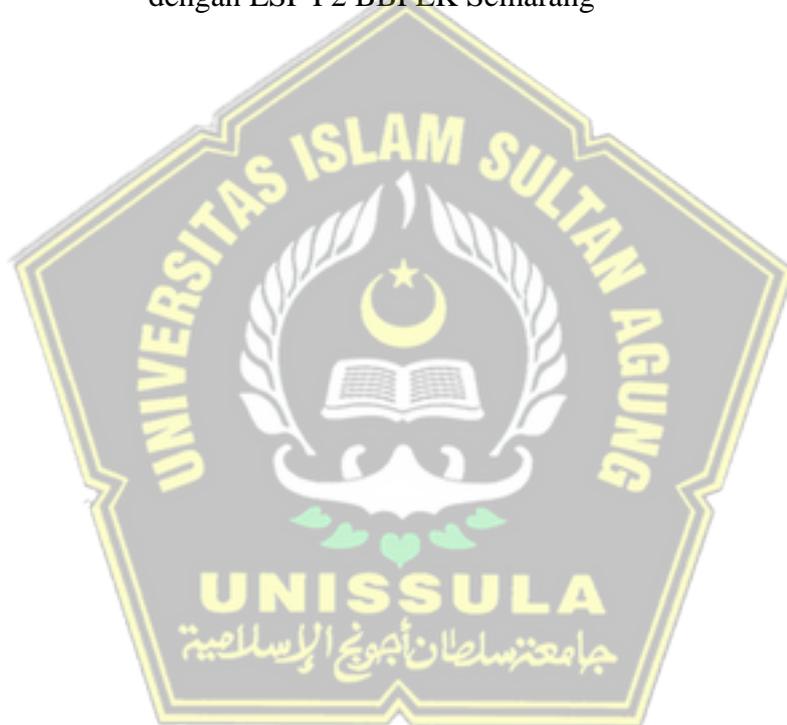
### **2.1.3 Jenis Pelayanan Perusahaan**

Program peningkatan kualitas dan produktivitas tenaga kerja (PKPTK) yang dilaksanakan di BLK Demak merupakan pelaksanaan teknis kegiatan peningkatan fungsi dan revitalisasi BLK menjadi lembaga pelatihan berbasis kompetensi yang digunakan untuk pelaksanaan pelatihan berbasis kompetensi sesuai dengan amanat undang-undang otonomi daerah tentang kewenangan kabupaten/kota dalam melaksanakan pelatihan berdasarkan unit kompetensi.

Adapun beberapa jenis pelayanan Balai Latihan Kerja (BLK) Demak, diantaranya :

1. Pelatihan Berbasis Kompetensi, pelatihan menggunakan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) dan disesuaikan dengan kebutuhan dunia industri.

2. Pelatihan Soft Skills, instruktur Balai Latihan Kerja (BLK) Demak telah dilatih USAID RWAP yang dimana artinya seluruh program pelatihan wajib mengedepankan pelatihan soft skill, soft skill sendiri memiliki porsi 80% dalam menentukan kemampuan kerja seseorang.
3. Sertifikasi, Balai Latihan Kerja (BLK) Demak bekerja sama dengan LSP P2 BBPLK Semarang



## 2.1.4 Data Personal

### 2.1.4.1 Tabel Struktural

NO	NAMA / NIP	PANGKAT / GOLONGAN	JABATAN	KET
1	AHMAD HILALUDIN, ST NIP. 19811021 200903 1 006	Penata Muda Tk. I (III/b)	Plt. Kepala BLK Demak	-

### 2.1.4.2 Tabel Pelaksana Pelatihan

NO	NAMA / NIP	PANGKAT / GOLONGAN	JABATAN	KET
1	ALFI SYAHRINA	-	STAF	NON PNS
2	FARISKIANTO HAKIKI	-	STAF	NON PNS
3	MAHFUDIN	-	STAF	NON PNS
4	RIZKY EZHA NOVENDRA	-	STAF	NON PNS
5	SUNARDI	-	STAF	NON PNS
6	TRI PUJIHARTO	-	STAF	NON PNS
7	YANIAR NOVIA RINJANI	-	STAF	NON PNS

### 2.1.4.1 Tabel Instruktur

NO	NAMA / NIP	PANGKAT / GOLONGAN	JABATAN	KET
1	ACHLIS, ST	Penata Tk.I (III/d)	LAS	FUNGSIONAL
	NIP. 19830424 200903 1 010			
2	ADI PUTRANTO, ST	Penata (III/c)	TEKNOLOGI INFORMASI & KOMUNIKASI	FUNGSIONAL
	NIP. 19850311 200903 1 004			
3	CAHYA PUTRA LESMANA, ST	Penata (III/c)	TEKNIK KENDARAAN RINGAN	FUNGSIONAL
	NIP. 19830904 200903 1 004			
4	YAKOBUS RIYANTO, S.Kom	Penata (III/c)	TEKNOLOGI INFORMASI & KOMUNIKASI	FUNGSIONAL
	NIP. 19831022 200903 1 004			
5	ABDILLAH FITRI R, A.Md.	Penata Muda Tk.I (III/b)	MENJAHIT	FUNGSIONAL
	NIP. 19840702 200903 2 004			
6	ENDAH SETYONINGSIH, A.Md.	Penata Muda (III/a)	PENGOLAHAN HASIL PERTANIAN	FUNGSIONAL
	NIP. 19850903 201503 2 002			
7	KUKUH SETIYAWAN, A.Md.	Penata Muda (III/a)	REFRIGERASI	FUNGSIONAL
	NIP. 19870111 201503 1 003			
8	MAS BAYU SUSILO	-	TEKNIK SEPEDA MOTOR	NON PNS
10	NUR SAFITRI ADZKIATU AMALIA	-	TATA RIAS	NON PNS

### 2.1.5 Program Pelatihan

<b>N O</b>	<b>KEJURUAN/SUB KEJURUAN</b>	<b>PROGRAM PELATIHAN</b>
1	MENJAHIT	Menjahit pakaian sesuai style
2	TEKNIK SEPEDA MOTOR	Servis sepeda motor konvensional
3	TEKNIK KENDARAAN RINGAN	Pemeliharaan kendaraan ringan sistem konvensional
4	TEKNOLOGI INFORMASI & KOMUNIKASI	Practical Office Advance
5	TEKNOLOGI INFORMASI & KOMUNIKASI	Pembuatan desain grafis
6	AC/REFRIGERASI	Teknisi refrigerasi
7	TEKNISI TELEPON SELULER	Reparasi perangkat keras
8	PHP (PENGOLAHAN HASIL PERTANIAN)	Pembuatan roti dan kue
9	LAS	Juru las 1 SMAW
10	TATA RIAS KECANTIKAN	Tata rias pengantin

### 2.1.6 Kapasitas Pelatihan Dalam Satu Tahun

<b>KEJURUAN</b>	<b>PROGRAM PELATIHAN</b>	<b>KAPASITAS/TAHUN</b>
GARMEN APPAREL	Menjahit pakaian sesuai style	160 Orang
TATA KECANTIKAN	Tata rias pengantin	80 Orang
REFRIGERATION	Teknisi AC residensial	64 Orang
TEKNIK OTOMOTIF	Servis kendaraan ringan konvensional	64 Orang
	Mekanik junior sepeda motor konvensional	64 Orang

KEJURUAN	PROGRAM PELATIHAN	KAPASITAS/TAHUN
	Servis sepeda motor konvensional	80 Orang
	Mekanik junior mobil	80 Orang
PROCESSING	Pembuatan roti dan kue	80 Orang
TEKNOLOGI INFORMASI & KOMUNIKASI	POA	64 Orang
	Practical office advances	80 Orang
	Pembuatan desain grafis	80 Orang
TEKNIK LAS	Las SMAW 2G	64 Orang
	Las pemula	16 Orang
	Juru las 1 SMAW	80 Orang
<b>JUMLAH</b>		<b>736 KAPASITAS TERPAKAI</b>

## 2.2 Aktivitas magang

### 2.2.1 Deskripsi Kegiatan Magang

Kegiatan Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) diselenggarakan selama 5 bulan dimulai dari tanggal 7 Maret-4 Juli 2022. Tujuan diselenggarakannya MBKM adalah melatih kemandirian mahasiswa melalui partisipasi dan peran aktif dalam membangun kesejahteraan masyarakat dan memberikan pengalaman yang cukup kepada masyarakat dan memberikan pengalaman kepada mahasiswa berupa pembelajaran langsung di tempat kerja (Experience Learning) untuk mendapat Hard Skill

Kegiatan Magang diselenggarakan di UPTD BALAI LATIHAN KERJA KAB. DEMAK, kegiatan ini berlangsung selama 5 bulan dimulai dari tanggal 7 Maret sampai dengan 4 Juli 2022 dengan sistem 5 hari kerja dari hari senin

sampai dengan Jum'at, selama kegiatan magang berlangsung penulis ditempatkan beberapa tugas yang diberikan.

Berikut ini merupakan jadwal kegiatan magang di UPTD BLK KAB. DEMAK

- a. Masuk pukul 07.30WIB
- b. Istirahat pada pukul 12.00
- c. Melaksanakan shalat jamaah dhuhur
- d. Pulang pada pukul 15.00 WIB

**Tabel 2.2 1 Jam Kerja UPTD BLK KAB.DEMAK**

Hari Kerja	Jam Kerja
Senin-Kamis	07.30 - 12.00 (Masuk)
	12.00 - 13.00 (Istirahat)
	13.00 -15.00 (Masuk)
	15.00 - ...(Pulang)
Jum'at	07.30 - 11.30 (Masuk)
	11.30 - 13.00 (Istirahat)
	13.00 -14.30 (Masuk)
	14.30 - ...(Pulang)

### 2.2.2 Penjelasan Kegiatan Magang di UPTD BALAI LATIHAN KERJA KAB.DEMAK

- Kegiatan Magang dimulai pada pukul 07.30 WIB. Pada hari senin diawali dengan Apel Pagi di halaman Kantor Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian dan berkenalan dengan Kasubag Kepegawaian dan jelaskan bagian-bagian jobdesk DINNAKERIND penulis ditempatkan oleh pihak Kasubag

Kepegawaian di UPTD BLK KAB.DEMAK penulis bertemu langsung dengan Plt Kepala UPTD BLK KAB.DEMAK.

- Pada setiap harinya saya mendapatkan tugas yang berbeda berdasarkan apa yang dibutuhkan pada hari itu
- Pada bulan pertama yaitu bulan Maret tanggal 7-31 saya mendapatkan tugas sebagai Asisten Instruktur ditunjuk langsung oleh dosen supervisor saya ditempatkan di kelas pelatihan Teknik Kendaraan Ringan (TKR) tugas saya meng-asisten instruktur selama pelatihan berlangsung ikut serta mengawasi dan menilai peserta pelatihan di UPTD BLK KAB.DEMAK. bisa dilihat di lampiran absensi dan logbook logbook (halaman 37 & 48)
- Bulan Kedua yaitu bulan April tanggal 1-29 saya ditempatkan di kantor UPTD BLK KAB.DEMAK selama di kantor saya berkuat dengan dokumen-dokumen seperti Sertifikat, menginput data serta juga ikut menangani para calon peserta pelatihan dalam mendaftar pelatihan dan mendaftar ulang dan juga membantu menyeleksi calon peserta pelatihan BLK. bisa dilihat di lampiran absensi dan logbook (halaman 42 & 53)
- Pada bulan ketiga dan keempat yaitu bulan Mei tanggal 9-Juli tanggal 4 saya kembali bertugas sebagai Asisten Instruktur di kelas pelatihan Teknik Kendaraan Ringan (TKR) dan berkuat dengan tugas yang sama yaitu meng-asisten instruktur selama pelatihan berlangsung ikut serta mengawasi dan menilai peserta pelatihan di UPTD BLK KAB.DEMAK. Selama proses magang saya mendapatkan pengetahuan baru yang sebelumnya yang belum pernah saya pelajari bagaimana cara memperbaiki mobil serta juga

bagaimana cara merawat mobil yang benar ini menjadikan pengetahuan yang sangat berharga bagi saya. Dimulai dengan penambahan soft skill dan Hard skill yang sebelumnya belum saya dapatkan secara praktik di dunia kerja. Hal ini menjadikan saya lebih berkembang serta mampu menerapkan ilmu-ilmu yang saya dapatkan. Bisa dilihat di lampiran absensi dan logbook (halaman 42 & 53)



## **BAB III**

### **IDENTIFIKASI MASALAH**

Dalam pengelolaan suatu lembaga, permasalahan merupakan suatu hal yang tidak bisa untuk dihindari oleh siapapun. Namun keberadaannya mampu menjadikan evaluasi yang berguna sebagai pengelolaan lebih baik di kemudian hari. Permasalahan tersebut dapat muncul di berbagai aspek maupun aktivitas kegiatan yang dijalankan oleh suatu lembaga. Tidak menutup kemungkinan di dalam instansi pemerintah yang sudah professional pun tidak dapat menghindari sebuah permasalahan. Dalam hal ini penulis memaparkan identifikasi permasalahan seperti Kurangnya promosi di UPTD BALAI LATIHAN KERJA KAB. DEMAK.

#### **3.1 Kurangnya Promosi**

Penurunan jumlah peserta pelatihan UPTD BLK tiap tahunnya. Instansi sendiri kesulitan mencari peserta pelatihan sesuai kuota yang ditetapkan oleh pemerintah Menurut yang saya amati masalah ini dikarenakan Rendahnya Kesadaran masyarakat mengenai adanya balai latihan kerja yang menyediakan pelatihan-pelatihan yang berguna untuk meningkatkan keterampilan dan kualifikasi mereka cukup rendah.

#### **3.2 Keterbatasan Budget**

Keterbatasan Budget beberapa balai latihan kerja tidak memiliki anggaran yang cukup besar untuk mengiklankan program mereka. Dampaknya, mereka kesulitan untuk memasarkan kursus mereka secara luas, dan hanya terbatas pada pasar lokal atau daerah tertentu saja. Hal ini juga mempengaruhi jumlah peserta

pelatihan dan periode pelatihan, yang dapat mengurangi penghasilan bagi balai latihan kerja.

### **3.3 Frekuensi**

Dalam pemasaran, frekuensi iklan mengacu pada berapa kali iklan atau pesan promosi ditampilkan kepada audiens tertentu dalam periode waktu tertentu. Meningkatkan frekuensi iklan dapat membantu membangun kesadaran merek yang lebih kuat dan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan

### **3.4 Media**

Media adalah aktivitas yang bertujuan untuk memasarkan bisnis melalui berbagai platform media sosial dalam menyampaikan, menyebarkan, dan menawarkan produk atau jasa yang dijualnya supaya calon konsumen tertarik untuk membeli.



## **BAB IV**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **4.1 Strategi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Definisi strategi adalah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi merupakan rencana yang dibuat atau tindakan yang dilakukan dalam rangka membantu organisasi memenuhi tujuan yang diinginkan. Strategi dapat diartikan sebagai suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi berperan penting pada era global dan perdagangan bebas sekarang ini. Untuk meraih keunggulan persaingan diperlukan strategi yang andal.

#### **4.2 Pemasaran**

Menurut Kasmir pemasaran bank merupakan suatu proses yang dilakukan untuk menciptakan dan mempertukarkan suatu produk atau jasa bank yang digunakan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.

Menurut Kotler dan Keller pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dalam rangka meraih dan mempertahankan pelanggan dengan nilai yang unggul. Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan

mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada sasaran yang dipilih. Menurut Sofjan Assauri pemasaran merupakan suatu usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.

pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.

#### **4.3 Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran adalah perpaduan seperangkat alat pemasaran dan sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Bauran pemasaran merupakan unsur yang menjadi strategi acuan dalam strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk mereka pada segmen pasar tertentu yang merupakan sasaran pasarnya. Bauran pemasaran (marketing mix 7P) meliputi, Produk, Price, Place, dan Promotion, People, Process, Physical Evidence.

1. Produk (Product) Intensitas kompetisi di pasar memaksa perusahaan untuk mengupayakan adaptasi produk yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif atas pesaing, karena adaptasi produk dapat memperluas basis pasar lokal dan ditingkatkan untuk preferensi lokal tertentu.
2. Harga (Price) Definisi harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari

produk dan pelayanannya. Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual.

3. Tempat (Place) Lokasi atau tempat seringkali ikut menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan
4. Promosi (Promotion) Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.
5. Orang (People) Terdapat empat kriteria peranan atau pengaruh dari aspek people yang mempengaruhi pelanggan, yaitu peran: Contractors: people disini berinteraksi langsung dengan konsumen dalam frekuensi yang cukup sering dan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.
6. Proses(Process), Proses memegang peranan penting untuk membangun dan layanan terbaik kepada konsumen. Proses yang baik membantu perusahaan meningkat efisiensi dan kualitas layanan,serta meningkatkan kepuasan konsumen.
7. Bukti Fisik (Physical Evidence), mencakup semua bukti fisik yang dapat membantu konsumen memahami produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan yang meliputi fasilitas fisik,merek,desain kemasan,dan lainnya

### 4.3.1 Manfaat Bauran Pemasaran

Manfaat dari bauran pemasaran antara lain:

#### 1. Sederhana

Konsep ini menyederhanakan dan menyatukan berbagai kegiatan pemasaran menjadi satu, sehingga pemasaran lebih mudah untuk dilakukan dan dikelola.

#### 2. Alokasi Sumber Daya

Sumber daya biasanya bersifat terbatas sehingga harus digunakan seefektif mungkin. Dengan konsep bauran pemasaran, pemilik bisnis mampu mengetahui seluruh elemen dalam pemasaran sehingga sumber daya yang digunakan menyesuaikan elemen lainnya.

#### 3. Alokasi Tanggung Jawab

Bauran pemasaran akan membuat pemilik bisnis belajar untuk membagi tugas pemasaran yang sesuai dan seimbang. Penggabungan variabel pemasaran akan menghasilkan *jobdesk* yang bermacam-macam. Walaupun dalam bisnis membutuhkan tim yang solid dan satu, akan tetapi pemilik bisnis ataupun manajer perlu untuk mengalokasikan tanggung jawab kepada tiap orang sesuai dengan *jobdesk* dan kemampuan yang dimiliki.

#### 4. Memfasilitasi Proses Komunikasi

Manfaat ini merupakan kelanjutan dari poin sebelumnya. Apabila pemilik bisnis mampu mengalokasikan tanggung jawab untuk tiap divisi dengan *jobdesk* masing-masing, maka selanjutnya dapat belajar mengenai bagaimana menyatukan komunikasi di antara semuanya.

## **5. Mampu Menganalisa Keuangan**

harus mengetahui bagaimana arus biaya dan pendapatan sesuai dengan situasi yang terjadi. Banyaknya elemen pemasaran yang harus dijalankan, membuat pemilik bisnis akan lebih pintar mengalokasikan keuangan. Sehingga dapat membiayai banyak kebutuhan dan tetap menghasilkan keuntungan.

### **4.4 Pelatihan**

Menurut PP No.31 tahun 2006 tentang Sistem Pelatihan Kerja Nasional, Pelatihan kerja atau yang sekarang biasa kita kenal dengan istilah training adalah seluruh kegiatan untuk memberi, memperoleh, meningkatkan, serta mengembangkan kompetensi kerja, produktivitas, disiplin, sikap, dan etos kerja pada tingkat keterampilan dan keahlian tertentu sesuai dengan jenjang dan kualifikasi jabatan atau pekerjaan.

Pelatihan merupakan proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, sehingga tenaga kerja non manajerial dapat mempelajari pengetahuan dan keterampilan teknis untuk suatu tujuan tertentu (Sikula, dalam Munandar, 2008). Sedangkan pengembangan adalah proses pendidikan jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, sehingga tenaga kerja manajerial dapat mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan umum (Sikula, dalam Munandar, 2008). Jadi program pelatihan dikhususkan untuk tenaga kerja non manajerial (non supervisory employees) dan program pengembangan untuk tenaga kerja manajerial (managers).

Pelatihan pada hakikatnya mengandung unsur-unsur pembinaan dan Pendidikan. Pelatihan merupakan suatu fungsi manajemen yang perlu dilaksanakan terus-menerus dalam rangka pembinaan sumber daya manusia dalam suatu organisasi secara spesifik, proses pelatihan merupakan serangkaian tindakan atau upaya yang dilaksanakan secara berkesinambungan, bertahap dan terpadu. Setiap proses pelatihan harus terarah untuk mencapai tujuan tertentu, terkait dengan upaya pencapaian tujuan organisasi.

Pelatihan kerja diberikan kepada mereka yang memerlukan yaitu para pencari kerja yang belum berpengalaman, para pekerja yang perlu meningkatkan kompetensinya, mereka yang akan beralih profesi. Pelatihan yang dibutuhkan apabila terdapat kesenjangan kemampuan (kompetensi) antara kebutuhan lapangan kerja dengan kemampuan yang telah dimiliki, tanpa melihat Pendidikan terakhir mereka sehingga akan meningkatkan kompetensi masyarakat. Sebagaimana ditegaskan secara eksplisit dalam Undang-undang ketenagakerjaan RI No. 13 Tahun 2003, pada pasal 9 pelatihan kerja diselenggarakan dan diarahkan untuk membekali, meningkatkan, produktivitas, dan kesejahteraan dan juga pada pasal 10:

- A. Pelatihan kerja dilaksanakan dengan memperhatikan kebutuhan pasar kerja dan dunia usaha, baik didalam maupun diluar hubungan kerja
- B. Pelatihan kerja diselenggarakan berdasarkan program pelatihan yang mengacu pada standar kompetensi kerja.
- C. Pelatihan kerja dapat dilakukan secara berjenjang

D. Ketentuan mengenai tata cara penetapan standar kompetensi kerja sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) diatur dengan keputusan menteri

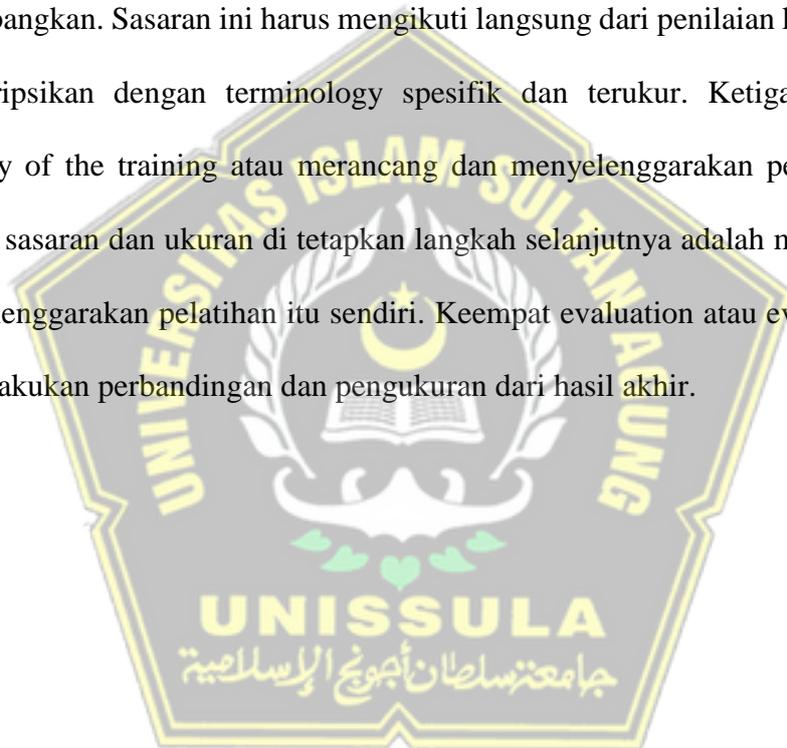
Pada pasal 11 setiap tenaga kerja berhak untuk memperoleh dan/atau meningkatkan dan/atau mengembangkan kompetensi kerja sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuannya melalui pelatihan kerja.

Faktor – faktor yang Berperan Dalam Pelatihan Yaitu instruktur, peserta, materi (bahan), metode, tujuan pelatihan dan lingkungan yang menunjang. Dalam menentukan teknik-teknik pelatihan dan pengembangan, timbul masalah mengenai trade-off. Oleh karena itu, tidak ada teknik tunggal yang terbaik. Metode pelatihan dan pengembangan terbaik tergantung dan beberapa faktor, yaitu:

- a. Cost-effectiveness (efektivitas biaya)
- b. Materi program yang dibutuhkan
- c. Prinsip-prinsip pembelajaran
- d. Ketepatan dan kesesuaian fasilitas
- e. Kemampuan dan preferensi peserta pelatihan
- f. Kemampuan dan preferensi instruktur pelatihan

Salah satu kunci keberhasilan untuk mengembangkan program pelatihan dalam organisasi, yaitu terletak pada perencanaan dan strategi pelatihan, dalam hal ini merencanakan dan mengatur strategi pelatihan menyangkut 4 langkah: needs assessment (penilaian kebutuhan), the establishment of objectives and measures penciptaan sasaran dan ukuran), design and delivery of the training (merancang dan menyelenggarakan pelatihan), dan evaluation (evaluasi). Pertama, needs

assessment atau penilaian kebutuhan pelatihan mempertimbangkan mengapa aktivitas secara khusus diperlukan dan menempatkan pelatihan dalam konteks organisasi yang sesuai. Penilaian kebutuhan dilakukan melalui tiga tingkat analisis, yaitu organisasional, tugas, dan individual. Kedua, the establishment of objectives and measures atau penciptaan sasaran dan ukuran, dalam hal ini setelah penilaian kebutuhan pelatihan dilakukan, sasaran untuk aktivitas pelatihan harus dikembangkan. Sasaran ini harus mengikuti langsung dari penilaian kebutuhan dan dideskripsikan dengan terminology spesifik dan terukur. Ketiga, design and delivery of the training atau merancang dan menyelenggarakan pelatihan, yaitu setelah sasaran dan ukuran di tetapkan langkah selanjutnya adalah merancang dan menyelenggarakan pelatihan itu sendiri. Keempat evaluation atau evaluasi setelah itu melakukan perbandingan dan pengukuran dari hasil akhir.



## BAB V

### METODE PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

#### 5.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan oleh penelitian ini adalah metode Komparatif adalah suatu penelitian yang memfokuskan perhatian kepada kelompok subjek penelitian, kemudian dilanjutkan dengan memperhatikan variabel yang diteliti yang ada dalam kelompok yang dikomparasikan. Peneliti menyelidiki apakah terdapat dua atau lebih kelompok pada fenomena yang dikaji. Penelitian komparasi ini ada dua jenis yaitu korelasional komparasi dan kausal komparasi. Perbedaan antara keduanya terletak pada hubungan antara variabel yang ada pada atau yang dimiliki oleh kedua kelompok. Pada penelitian korelasi komparasi, variabel yang ada dilihat korelasinya sedangkan pada penelitian kausal komparatif yang dilihat hubungan sebab akibat. Perbedaan yang dekat dari kedua penelitian ini adalah mengenai dengan hal yang dikomparasikan. Penelitian korelasi komparatif mengkomparasikan hubungan yang sejajar, sedangkan penelitian kausal komparatif mengkomparasikan hubungan sebab akibat

## 5.2 Jenis Dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan melakukan wawancara langsung kepada informan kunci dan observasi langsung dilapangan.

## 5.3 Teknik pengumpulan data

Sumber data utama dalam penelitian ini menggunakan metode komparatif, selebihnya adalah data wawancara dan observasi . Secara garis besar data dalam penelitian komparatif dapat dikelompokkan menjadi dua jenis:

- 1) Data yang diperoleh dari interview (wawancara).
- 2) Data yang diperoleh dari observasi partisipatif

Untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam, terhadap produk pelayan publik berupa pelatihan oleh Balai Latihan Kerja (BLK) Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kabupaten Demak, maka penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut:

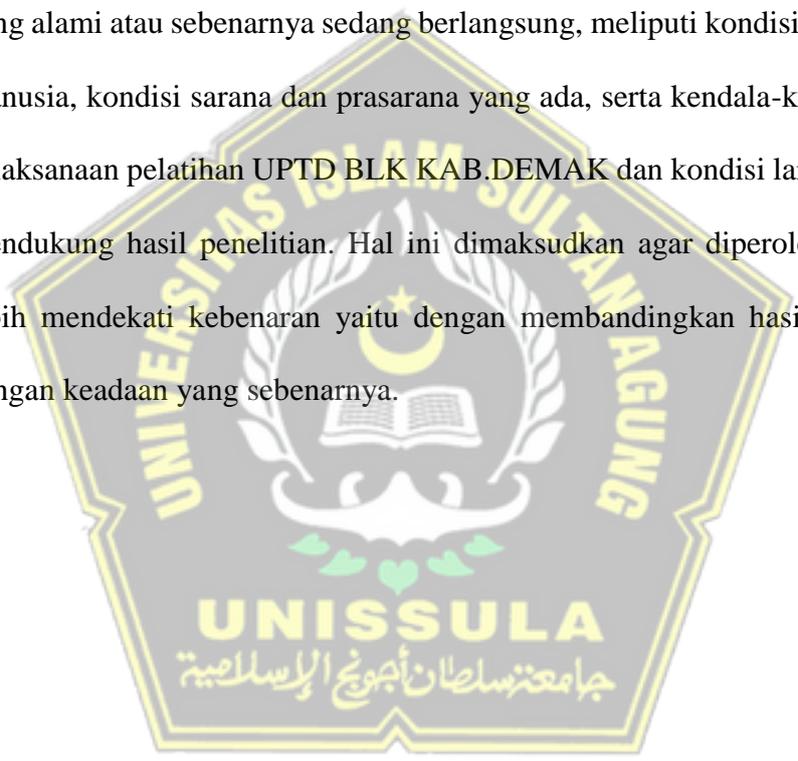
- 1) Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara mewawancarai secara langsung kepada pihak yang terlibat dan terkait langsung guna mendapatkan penjelasan pada kondisi dan situasi yang sebenarnya pula. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah orang-orang yang dianggap memiliki informan kunci (Key Informan) yang dibutuhkan di wilayah penelitian. Adapun yang menjadi Key Informan dalam penelitian ini adalah Instruktur Pelatih adalah bagian tenaga

pengajar pelatihan TKR. Pemilihan Key Informan yang berperan dalam proses pengajaran di UPTD BLK KAB.DEMAK ini bertujuan mewujudkan validitas informasi yang disampaikan.

## 2) Observasi

Observasi digunakan dengan maksud untuk mengamati dan mencatat gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian pada saat keadaan atau situasi yang alami atau sebenarnya sedang berlangsung, meliputi kondisi sumber daya manusia, kondisi sarana dan prasarana yang ada, serta kendala-kendala dalam pelaksanaan pelatihan UPTD BLK KAB.DEMAK dan kondisi lain yang dapat mendukung hasil penelitian. Hal ini dimaksudkan agar diperoleh data yang lebih mendekati kebenaran yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dengan keadaan yang sebenarnya.



#### 5.4 Metoda analisis data

Teknik analisis pada penelitian komparasi dapat melakukan analisa non hipotesis, yaitu dengan cara peneliti mengadakan komparasi status fenomena dengan standarnya. Sedangkan untuk yang menggunakan hipotesis adalah dengan cara, setelah diperoleh hasil akhir analisis, peneliti melihat kembali pada hipotesis yang telah dirumuskan.

Langkah-langkah analisis data:

- (a) persiapan
- (b) mentabulasi data
- (c) penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian.



## BAB VI

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian saya waktu magang Balai Latihan kerja (BLK) lembaga pelatihan yang dinaungi oleh Dinas Tenaga Kerja Dan Perindustrian (DISNAKER).

Identifikasi masalah	Aspek	Teori yang mendasari
1. Frekuensi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frekuensi iklan</li> </ul>	Teori pemaparan : Menyatakan bahwa sering dilihat dan di dengar kemungkinan besar akan dikenali dan diingat
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kehilangan minat konsumen</li> </ul>	Faktor pengulangan : teori ini menekankan pentingnya pengulangan pesan dalam mempertahankan minat konsumen cenderung lebih responsive terhadap pesan yang sering mereka lihat
2. Keterbatasan Budget	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terbatasnya anggaran</li> </ul>	Teori anggaran promosi : teori ini menyatakan bahwa perlu membatasi anggaran promosi

		agar sesuai dengan sumber daya yang tersedia
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terbatasnya sumber daya</li> </ul>	Teori Manajemen Sumber Daya : keterbatasan tenaga kerja atau infrastruktur dapat menghambat pelaksanaan promosi
3. Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brosur</li> </ul>	Teori pemasaran : Penggunaan brosur untuk penyebaran informasi langsung kepada calon peserta.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sosial Media</li> </ul>	Teori komunikasi : penggunaan platform sosial untuk berinteraksi dengan target calon peserta
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Website Resmi</li> </ul>	Teori pemasaran digital : penggunaan situs web untuk menyediakan informasi lengkap dan mudah diakses.

Berdasarkan hasil pembahasan diatas yang mencakup frekuensi ,keterbatasan biaya, dan media dalam konteks mempromosikan BLK :

### 1. Frekuensi promosi BLK

Frekuensi promosi BLK penting karena berkaitan dengan seberapa sering pesan atau iklan dipublikasikan kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan teori pemaparan, yang menyatakan bahwa semakin banyak audiens dihadapkan pada suatu pesan, semakin besar kemungkinan mereka memahami dan merespons pesan tersebut. Oleh karena itu, peningkatan frekuensi iklan dapat memperkuat kesan pesan pada khalayak, asalkan tidak menimbulkan kejenuhan.

### 2. Batasan biaya promosi BLK

Kendala biaya merupakan hambatan umum dalam promosi BLK. Teori penganggaran promosi relevan dalam konteks ini. Teori ini menekankan pentingnya membatasi anggaran promosi agar sesuai dengan sumber daya yang tersedia. Dunia usaha perlu merencanakan dan mengalokasikan anggaran secara bijak untuk mencapai hasil yang optimal.

### 3. Media dalam promosi BLK

Media yang dipilih untuk mengiklankan BLK mempunyai dampak yang besar terhadap efektivitas kampanye. Teori perencanaan media menjadi relevan di sini. Perusahaan harus memilih media berdasarkan karakteristik audiensnya dan tujuan. Misalnya, media sosial cocok untuk

berinteraksi langsung dengan masyarakat, sedangkan televisi mungkin lebih efektif menjangkau khalayak yang lebih luas.

Dengan memahami teori diatas dalam konteks frekuensi, kendala biaya dan media, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih baik untuk merencanakan promosi BLK dengan lebih efisien dan efektif.



## BAB VII

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 7.1. KESIMPULAN

Dalam mempromosikan BLK, perlu dipahami tiga aspek utama berdasarkan hasil Analisa dan pembahasan, maka penulis dapat menarik kesimpulan antara lain sebagai berikut :

1. frekuensi iklan penting untuk memastikan audiens memahami dan merespons pesan dengan baik, namun hati-hati jangan sampai membuat pesan terlalu jenuh.
2. Menurut teori penganggaran promosi, kendala biaya merupakan kendala umum yang harus diatasi dengan bijak agar dapat mencapai hasil yang optimal.
3. pemilihan media yang tepat, berdasarkan teori Perencanaan Media, berperan penting dalam menjangkau target audiens secara efektif. Dengan pemahaman menyeluruh mengenai aspek-aspek ini, dunia usaha dapat merencanakan promosi BLK mereka dengan lebih efisien dan efektif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan keberhasilan.

## 7.2 REKOMENDASI

Adapun berdasarkan hasil analisa dan pembahasan , terdapat rekomendasi untuk BLK Demak antara lain sebagai berikut :

### 1. Pertimbangkan frekuensi:

- Pertimbangkan seberapa sering pesan atau iklan akan disiarkan ke publik.
- Pantau dan evaluasi umpan balik audiens untuk menyesuaikan frekuensi jika perlu.

### 2. Kelola anggaran Anda dengan hati-hati:

- Menyusun anggaran promosi sesuai dengan sumber daya yang tersedia, sesuai dengan prinsip teoritis anggaran promosi.
- Memprioritaskan pengeluaran berdasarkan kinerja dan dampak yang diharapkan.

### 3. Pilih Media dengan teliti : جامعنا سلطان أبجوع الإسكندرية

- Identifikasi media yang sesuai dengan karakteristik khalayak sasaran dan tujuan kampanye. - Pertimbangkan media mana yang menawarkan peluang terbaik untuk berinteraksi dengan publik, seperti media sosial, atau menjangkau khalayak yang lebih luas, seperti televisi.
- Melakukan riset dan analisis pasar yang komprehensif untuk memastikan pemilihan media yang efektif.

## **BAB VIII**

### **REFLEKSI DIRI**

Selama magang di Balai Latihan Kerja DEMAK, penulis menjadi memiliki pengalaman nyata berada dalam tekanan untuk segera menyelesaikan tantangan perusahaan sehingga penulis dapat belajar untuk bekerja dibawah tekanan. Selama magang juga penulis dapat belajar mengenai manajemen tim karena selama magang penulis selalu melakukan tugas-tugas perusahaan dalam tim sehingga harus mampu bekerjasama dan memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh setiap anggota tim. Selama magang penulis juga merasakan bagaimana rasanya berkonflik dengan rekan kerja sehingga penulis dapat belajar manajemen emosi dan memperbaiki hubungan dengan rekan kerja karena memang ketika sudah bekerja kondisinya harus saling bekerjasama sehingga harus mampu menurunkan ego satu sama lain.

Pengalaman dan pembelajaran selama magang di BLK DEMAK akan penulis jadikan bekal untuk pijakan masa depan penulis. Dari berbagai pengalaman dan pembelajaran selama magang, yang paling berkesan bagi penulis adalah dapat menemukan sahabat-sahabat yang juga berperan sebagai relasi dan patner bisnis dimasa mendatang. Setelah magang, penulis memiliki rencana untuk mengembangkan karir melalui merintis sebuah usaha dibarengi dengan mengoptimalkan waktu. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih bagi dosen pembimbing, para karyawan BLK DEMAK dan rekan-rekan magang BLK DEMAK.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2016). *Manajemen Strategik : Konsep, Kerangka Konseptual, dan Impelementasi*. PT. Raja Grafindo Persada .
- AMIN, F. H. (2021). *STRATEGI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU NGAWI*.
- Kotler, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi 15)*.
- Musthofa, I. (2011). *STRATEGI PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN BLK TECHNOPARK GANESHA SUKOWATI DI KABUPATEN SRAGEN .*
- Prasetyo, A. (2019). Penggunaan Metode Penelitian Komparatif dalam Menilai Keberhasilan Strategi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Putra, A. B. (2019). Analisis Strategi Pelatihan di Balai Latihan Kerja (BLK) dalam Meningkatkan Keterampilan Tenaga Kerja. *Jurnal Pelatihan dan Pemberdayaan Manusia*.
- Risman, M. (2020). Keunggulan Metode Penelitian Komparatif dalam Memahami Tren Perilaku Konsumen. *Dalam Prosiding Konferensi Nasional Riset Bisnis*.
- Setiawan, B. &. (2020). Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Meningkatkan Penjualan Produk Konsumen. *Jurnal Pemasaran Indonesia*.
- Siregar, R. (2018). Strategi Pengembangan Pelatihan di Balai Latihan Kerja (BLK) untuk Meningkatkan Daya Saing Tenaga Kerja. *Dalam Prosiding Konferensi Nasional Pengembangan Sumber Daya Manusia,.*
- Susanto, A. (2018). Strategi Pengembangan Pelatihan di Balai Latihan Kerja (BLK) untuk Meningkatkan Daya Saing Tenaga Kerja. *Dalam Prosiding Konferensi Nasional Pengembangan Sumber Daya Manusia*.