

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penelitian

1.1.1 Sejarah Singkat LPK KKMP ARDIN JAWA BARAT

April 1999-2000 di Jawa Barat telah berdiri West Java Agent of Rural Development Investment (ARDIN), pada awalnya ARDIN merupakan wadah kegiatan sosial para pelaku dunia usaha untuk mengembangkan kegiatan ekonomi masyarakat pedesaan. Bentuk kegiatannya adalah memberikan pelayanan konsultasi/informasi, pendampingan, dan advokasi usaha bagi masyarakat pedesaan. Seiring dengan ruang dan waktu, dalam perjalanannya kemudian memperhatikan: Potensi Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sumber Daya Alam (SDA), serta kondisi obyektif kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat perkotaan dan/atau masyarakat pedesaan. Dalam rangka menumbuh kembangkan kegiatan ekonomi, khususnya kegiatan usaha koperasi dan UMKM di Jawa Barat. Maka pada bulan September 2003, didirikanlah badan usaha KOPERASI KULAK MITRA PAKUAN ARDIN JAWA BARAT dengan Akta Pendirian: No. 30/BH/518 Diskop.UKM/XI/2003. Koperasi Kulak Mitra Pakuan Ardin Jawa Barat (KKMP Ardin Jabar) merupakan wadah kegiatan usaha (ekonomi) berwawasan sosial berupa konsultasi, informasi pendampingan, advokasi, dan kegiatan usaha lainnya seperti: Pengadaan Barang dan Jasa, Keuangan dan Investasi, serta Lembaga Pendidikan Keterampilan/LPK. Seiring dengan kebijakan Pemerintah Provinsi Jawa Barat – untuk menggelorakan kelangsungan dan kegiatan perkoperasian serta Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, maka Koperasi Kulak Mitra Pakuan Ardin Jabar turut berpartisipasi dengan melaksanakan program kegiatanyang diakomodir oleh:

1. Unit Usaha Perdagangan dan Jasa;
2. Unit Usaha Keuangan dan Investasi;
3. Unit Usaha Lembaga Pendidikan Keterampilan;

Memperhatikan sejarah perkembangan Negara-negara maju seperti Jepang, Taiwan, Korea, China, dan lain sebagainya, keberhasilannya ditopang oleh kepemilikan mutu (kualitas) SDM. Di Negara-negara maju ini, Pemerintah dan Masyarakat sama-sama menyadari, bahwa mutu SDM menjadi faktor penting yang utama (kunci keberhasilan) memajukan (mensejahterakan) Negara dan Bangsa. Investasi Pemerintah, di dukung peran aktif Masyarakat dalam proses pembangunan sektor pendidikan dan pelatihan kerja, menunjukkan keberhasilan mereka meningkatkan kualitas (mutu) SDM Bangsa. Pencapaian ini tidak diragukan, terbukti dalam era globalisasi ini, negara-negara tersebut menjadi negara-negara yang paling siap bersaing di benua Asia, sebagai macan asia yang berdaya saing tinggi.

Indonesia dengan jumlah penduduk ± 240 Juta Jiwa, Jawa Barat dengan jumlah penduduk ± 43 Juta Jiwa, dan Kota Bandung dengan ± 2 Juta Penduduk, terbilang sebagai Negara dan/atau Provinsi-Kota yang memiliki potensi SDM. Layaknya seperti di Negara-negara yang lebih maju terlebih dahulu, Pemerintah dan Masyarakat harus saling menyadari, untuk mengoptimalkan potensi SDM yang ada menjadi kekuatan ekonomi Negara dan Bangsa. Belajar dari China dan India, kedua Negara ini menjadikan jumlah penduduk sebagai potensi dan bukan sebagai persoalan (masalah).

Peningkatan kualitas (mutu) SDM, harus menjadi tanggung jawab dan kepentingan bersama. Dalam kaitan inilah, KKMP ARDIN Jawa Barat dalam posisi sebagai pelaku usaha berwawasan sosial, menetapkan isu sentral “Peningkatan kualitas (mutu) SDM, untuk pengembangan kegiatan usaha Masyarakat Pedesaan dan Perkotaan”.

(Sumber :
<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6843/Bab%202.pdf?sequence=9> / diakses pada 30-Januari-2019 Pukul : 11.00 WIB).

1.1.2 Sento Cooperative

SENTO Cooperative adalah koperasi yang mengambil keuntungan besar di era globalisasi, tujuan terbesarnya yaitu para pemuda Indonesia yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan dan perkembangan Indonesia untuk terjalinnyakerja sama internasional. Jalan untuk menggapai tujuan tersebut yaitu para pemuda-pemudi Indonesia pergi ke Jepang untuk belajar teknologi Negara Jepang yang canggih dan mempelajari manajemen Negara maju seperti Jepang, hal ini lah yang menjadi dasar utama untuk membangun masa depan yang cerah bagi Indonesia maupun kehidupan masyarakat nya. Selain itu, SENTO COOPERATIVE pun memiliki realisasi kontribusi internasional dan pertukaran orang asing yang memiliki usaha mulai dari yang kecil sampai menengah. Karena itulah SENTO COOPERATIVE melakukan bisnis penerimaan pemagangan untuk orang asing. Mereka mendukung pertukaran ini melalui penerimaan perusahaan tempat kerjanya dan para pemagangnya. (Sumber <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6843/Bab%202.pdf?sequence=9> / diakses pada 30-Januari-2019 Pukul : 11.00 WIB).

Menghadapi persaingan global, pemerintah meningkatkan kompetensi dan daya saing tenaga kerja dalam negeri lewat program pemagangan nasional. Dikomandoi oleh Kementerian Ketenaga kerjaan, bersama-sama Kamar Dagang dan Industri (KADIN) dan Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) berkomitmen untuk menyelenggarakan program tersebut mulai tahun 2017. Menteri Ketenagakerjaan M. Hanif Dhakiri menyatakan, Pemagangan Nasional menjawab permasalahan ketersambungan antara lulusan dunia pendidikan yang belum dapat diterima industri karena kurangnya keterampilan sehingga tidak siap memasuki pasar kerja. Program Pemagangan memadukan pelatihan dengan bekerja secara langsung, sehingga peserta pemagangan dapat memperoleh keterampilan baru sekaligus berkesempatan untuk mengasah keterampilan tersebut.

Deklarasi Pemagangan Nasional Menuju Indonesia Kompeten pada hari ini turut dihadiri oleh Presiden RI Joko Widodo, jajaran Menteri Kabinet Kerja, Ketua KADIN, Ketua APINDO, Gubernur Jawa Barat, Bupati Karawang dan perwakilan perusahaan. Peluncuran program pemagangan ini adalah sebagai tindak lanjut Penandatanganan Nota Kesepahaman yang sudah dilakukan tanggal 26 April 2016 yang lalu. Program ini dilatarbelakangi kesepakatan seluruh pihak untuk memberikan keterampilan kepada para pencari kerja. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah tenaga kerja Indonesia pada Agustus 2016 mencapai 125,44 juta orang dari 189,10 juta penduduk Indonesia di usia kerja. Dari angka tersebut, 60.24% lulusan SD/SMP, 27.52% lulusan SMA/SMK, dan 12.24% lulusan diploma/universitas.

Dari data BPS tersebut terlihat bahwa tenaga kerja didominasi lulusan pendidikan menengah ke bawah. Hal itu membuat pemerintah semakin gencar mendorong pendidikan dan pelatihan kerja. Pemagangan adalah bagian dari sistem pelatihan kerja yang diselenggarakan secara terpadu antara pelatihan di lembaga pelatihan dan bekerja secara langsung. Sejak 2009 hingga November 2016 program pemagangan dalam negeri sudah diikuti oleh 169.317 ribu peserta. Rinciannya yaitu, 13.053 pemagang di tahun 2009, 14.006 pemagang di tahun 2010, 21.088 pemagang di tahun 2011, 23.071 pemagang di tahun 2012, 24.709 pemagang di tahun 2013, 26.367 pemagang di tahun 2014, 26.437 pemagang di tahun 2015, dan 20.586 pemagang hingga November 2016. Sementara untuk program pemagangan nasional yang dimulai tahun 2017 akan diikuti oleh sekitar 163.000 pemagang. Angka ini menunjukkan komitmen pemerintah dalam menciptakan terobosan untuk percepatan peningkatan kompetensi tenaga kerja di Indonesia melalui program pemagangan nasional dalam negeri secara mandiri.

Menaker melanjutkan, dengan mengikuti program pemagangan yang sistematis peserta dapat memperoleh pengalaman kerja yang lebih praktikal. Sehingga, peserta pemagangan dapat lebih cepat diserap pasar kerja sekaligus menjadi bekal

para peserta untuk terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya. “Dengan pengalaman praktis yang didapat peserta pemagangan dapat meningkatkan kompetensinya dan cepat diserap pasar kerja. Pemagangan ini berkontribusi besar dalam menambah jumlah tenaga kerja skilled serta menyesuaikan supply dan demand tenaga kerja.” ungkapnya.

Metode pemagangan sendiri telah digunakan di berbagai negara untuk melakukan percepatan peningkatan kompetensi tenaga kerja. Oleh sebab itu, pemerintah dengan intensif mengajak para pengusaha agar mendukung program pemagangan. Hal tersebut diwujudkan melalui program Pemagangan Nasional. 2.648 perusahaan yang sudah berkomitmen menerima peserta magang tersebut berasal dari kawasan industri yang berada di wilayah DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Sektor-sektor perusahaan yang mengikuti pemagangan antara lain 1.776 perusahaan sektor manufaktur, 200 perusahaan di sektor pariwisata, 12 perusahaan di sektor perbankan, 411 perusahaan di sektor kelautan dan perikanan, 30 perusahaan teknologi informasi dan komunikasi, dan 219 perusahaan sektor ritel.

Dalam Peraturan Menteri Ketenagakerjaan No. 36 Tahun 2016 disebutkan peserta magang diharuskan berusia minimal 17 tahun, memiliki bakat, minat, dan memenuhi persyaratan yang sesuai dengan program pemagangan, dan menandatangani perjanjian pemagangan. Sementara untuk hak, peserta akan memperoleh fasilitas keselamatan dan kesehatan kerja selama mengikuti pemagangan, uang saku, memperoleh perlindungan dalam bentuk jaminan kecelakaan kerja dan kematian, memperoleh sertifikat pemagangan apabila dinyatakan lulus. Selama proses, peserta magang akan berada di bawah bimbingan dan pengawasan instruktur atau pekerja yang lebih berpengalaman. Skemanya yaitu 25% teori, 75% praktek, dan diakhiri dengan uji kompetensi (sertifikasi). Jangka waktu pemagangan berlangsung paling lama 1 tahun. (Sumber : <https://www.kemdikbud.go.id/main/2016/12/pemagangan-cara-pemerintah->

kebut-peningkatan-daya-saing-tenaga-kerja / diakses pada 31-Januari-2019 Pukul
: 19.05 WIB

Gambar 1.1 Program Pemagangan



Sumber : (<https://www.kemdikbud.go.id/main/2016/12/pemagangan-cara-pemerintah-kebut-peningkatan-daya-saing-tenaga-kerja>)

Program pemagangan terbagi menjadi dua program yang di atur oleh pemerintah yaitu pemagangan dalam negeri, Peraturan menteri tenaga kerja dalam negeri No.36/2016 tentang penyelenggaraan pemagangan di dalam negeri, 25% teori, simulasi, dan praktik di unit pelatihan atau LPK dan 75 % praktik kerja secara langsung di perusahaan. Serta program pemagangan luar negeri yang tercatat dalam peraturan menteri tenaga kerja dan transmigrasi No.08/2008 tentang tata cara perizinan dan penyelenggaraan pemagangan di luar negeri.

Gambar 1.2 Hak dan Kewajiban peserta program pemagangan



Sumber : (<https://www.kemdikbud.go.id/main/2016/12/pemagangan-cara-pemerintah-kebut-peningkatan-daya-saing-tenaga-kerja>)

Syarat yang harus di perhatikan oleh calon peserta magang adalah pencari kerja, berusia minimal tujuh belas tahun, sehat secara jasmani dan rohani, serta lulus seleksi.

Ada hak yang di dapat untuk para pemagang yaitu memperoleh fasilitas keselamatan dan kesehatan kerja selama mengikuti pemagangan, memperoleh uang saku, memperoleh perlindungan dalam bentuk jaminan kecelakaan kerja dan kematian, serta memperoleh sertifikat. Ada pun kewajiban yang harus telah sepakati oleh pemagang agar program berjalan dengan baik dan lancar yaitu, mentaati perjanjian pemagangan, mengikuti pemagangan sampai selesai, mentaati tata tertib yang berlaku di perusahaan yang menyelenggarakan pemagangan, dan menjaga nama baik perusahaan penyelenggara pemagangan

Gambar 1.3 Hak dan Kewajiban perusahaan penyelenggara pemagangan

PROGRAM PEMAGANGAN DALAM NEGERI

Hak Penyelenggara Pemagangan

- ✓ Memanfaatkan hasil kerja peserta pemagangan
- ✓ Memberlakukan tata tertib dan Perjanjian Pemagangan

Kewajiban Penyelenggara Pemagangan

- ✓ Membimbing peserta pemagangan sesuai dengan program yang ditetapkan
- ✓ Memenuhi hak peserta pemagangan sesuai dengan Perjanjian Pemagangan
- ✓ Menyediakan alat pelindung diri sesuai dengan persyaratan keselamatan dan kesehatan kerja
- ✓ Memberikan perlindungan dalam bentuk asuransi kecelakaan kerja dan kematian kepada peserta pemagangan
- ✓ Memberikan uang saku kepada peserta pemagangan
- ✓ Mengevaluasi peserta pemagangan
- ✓ Memberikan sertifikat

Syarat Penyelenggara Pemagangan

Penyelenggara Pemagangan memiliki:

- Program Pemagangan
- Sarana dan Prasarana
- Pembimbing Pemagangan

pemagangan.kemnaker.go.id

Kemnaker, kemnaker.go.id, KemnakerRI, Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia

Sumber : (<https://www.kemdikbud.go.id/main/2016/12/pemagangan-cara-pemerintah-kebut-peningkatan-daya-saing-tenaga-kerja>)

Dimana dalam pemagangan penyelenggaraan tentunya memiliki kewajiban dan hak nya untuk dapat di patuhi, agar program pemagangan dapat berjalan lancar dan sesuai dengan prosedur yang telah di sepakati. Hak penyelenggara program pemagangan adalah sebagai berikut memanfaatkan hasil kerja peserta pemagangan, serta memberlakukan tata tertib dan perjanjian pemagangan. Ada pula kewajiban yang harus di perhatikan oleh penyelenggara pemagangan yaitu membimbing peserta pemagangan sesuai dengan program yang ditetapkan, memenuhi hak peserta pemagangan sesuai dengan program pemagangan, menyediakan alat pelindungan diri dalam bentuk asuransi kecelakaan kerja dan kematian kepada peserta pemagangan,

memberikan sertifikat, memberikan uang saku kepada peserta magang dan mengevaluasi peserta magang.

Gambar 1.4 Jumlah peserta pemagangan periode 2009-2016



Sumber : (<https://www.kemdikbud.go.id/main/2016/12/pemagangan-cara-pemerintah-kebut-peningkatan-daya-saing-tenaga-kerja>)

Sejak 2009 hingga November 2016 program pemagangan dalam negeri sudah diikuti oleh 169.317 ribu peserta. Rinciannya yaitu, 13.053 pemagang di tahun 2009, 14.006 pemagang di tahun 2010, 21.088 pemagang di tahun 2011, 23.071 pemagang di tahun 2012, 24.709 pemagang di tahun 2013, 26.367 pemagang di tahun 2014, 26.437 pemagang di tahun 2015, dan 20.586 pemagang hingga November 2016. Sementara untuk program pemagangan nasional yang dimulai tahun 2017 akan diikuti oleh sekitar 163.000 pemagang.

Gambar 1.5 Jumlah perusahaan yang terlibat dalam program pemagangan mandiri



Sumber : (<https://www.kemdikbud.go.id/main/2016/12/pemagangan-cara-pemerintah-kebut-peningkatan-daya-saing-tenaga-kerja>)

2.648 perusahaan yang sudah berkomitmen menerima peserta magang tersebut berasal dari kawasan industri yang berada di wilayah DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Sektor-sektor perusahaan yang mengikuti pemagangan antara lain 1.776 perusahaan sektor manufaktur, 200 perusahaan di sektor pariwisata, 12 perusahaan di sektor perbankan, 411 perusahaan di sektor kelautan dan perikanan, 30 perusahaan teknologi informasi dan komunikasi, dan 219 perusahaan sektor ritel.

Gambar 1.6 Jumlah peserta yang mengikuti program pemagangan tahun 2017



Sumber : (<https://www.kemdikbud.go.id/main/2016/12/pemagangan-cara-pemerintah-kebut-peningkatan-daya-saing-tenaga-kerja>)

Pemerintah berupaya agar dapat menekan angka pengangguran di Indonesia dalam skala yang lebih kecil sehingga pemerintah berupaya membuka peluang bagi masyarakat Indonesia agar tetap sejahtera. Dengan membukanya deklarasi pemagangan nasional dimana di targetkan dapat diikuti oleh 163.000 peserta pemagangan mandiri. Serta di hardikannya sekitar 2.000 pimpinan perusahaan yang telah berkomitmen untuk menyelenggarakan pemagangan secara mandiri.

Tabel 1.1 pelajar setiap provinsi

Provinsi	Baru	Terdaftar	Lulusan
Sumatera	267.631	1.349.684	218.057
Jawa	866.662	3.958.577	627.191
Kalimantan	62.863	323.608	48.206
Sulawesi	145.559	756.363	97.722
Bali, NTB,NTT	65.022	229.088	40.891
Maluku	9.912	91.791	7.462
Papua	19.766	115.400	6.612
TOTAL	1.437.425	6.924.511	1.0461.41

Sumber : (Kementerian Pengajian Tinggi (KPT), 2016)

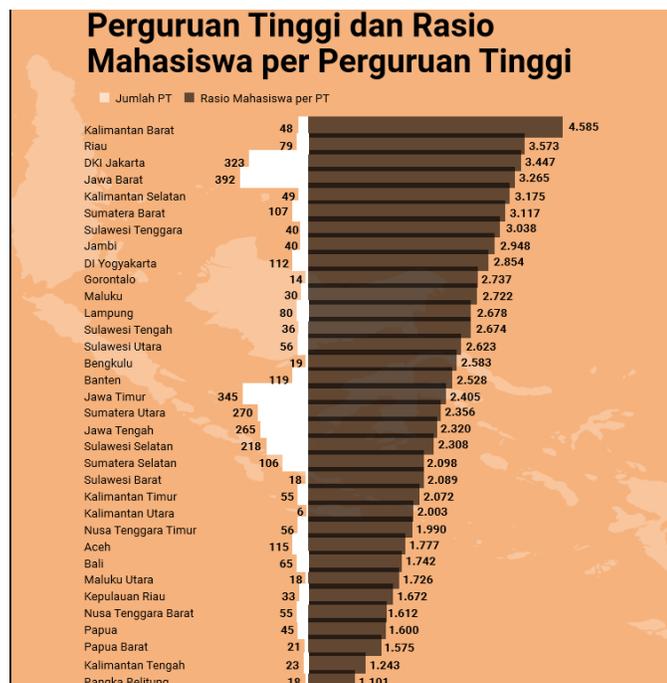
Jumlah angkatan kerja pada Februari 2019 sebanyak 136,18 juta orang, naik 2,24 juta orang dibanding Februari 2018. Sejalan dengan naiknya jumlah angkatan kerja, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) juga meningkat sebesar 0,12 persen poin. Dalam setahun terakhir, pengangguran berkurang 50 ribu orang, sejalan dengan TPT yang turun menjadi 5,01 persen pada Februari 2019. Dilihat dari tingkat pendidikan, TPT untuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masih tertinggi diantara tingkat pendidikan lain, yaitu sebesar 8,63 persen. Penduduk yang bekerja sebanyak 129,36 juta orang, bertambah 2,29 juta orang dari Februari 2018. Lapangan pekerjaan yang mengalami peningkatan persentase penduduk yang bekerja terutama pada Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (0,43 persen poin), Perdagangan (0,39 persen poin), dan Konstruksi (0,34 persen poin). Sementara lapangan pekerjaan yang mengalami penurunan utamanya pada Pertanian (1,00 persen poin); Administrasi Pemerintahan (0,23 persen poin); serta Informasi dan Komunikasi (0,06 persen poin).

Sebanyak 74,08 juta orang (57,27 persen) bekerja pada kegiatan informal. Selama setahun terakhir (Februari 2018–Februari 2019), pekerja informal turun sebesar 0,95 persen poin. Persentase tertinggi pada Februari 2019 adalah pekerja penuh (jam kerja

minimal 35 jam per minggu) sebesar 69,96 persen. Sedangkan penduduk yang bekerja dengan jam kerja 1–7 jam memiliki persentase yang paling kecil, yaitu sebesar 2,69 persen. Sementara itu, pekerja tidak penuh terbagi menjadi dua, yaitu pekerja paruh waktu (22,67 persen) dan pekerja setengah penganggur (7,37 persen). Rata-rata upah buruh berdasarkan hasil Sakernas Februari 2019 sebesar 2,79 juta rupiah. Rata-rata upah buruh laki-laki sebesar 3,05 juta rupiah dan rata-rata upah buruh perempuan sebesar 2,33 juta rupiah. Terdapat 7 dari 17 kategori lapangan pekerjaan dengan rata-rata upah buruh lebih rendah daripada rata-rata upah buruh nasional. Rata-rata upah buruh berpendidikan universitas sebesar 4,34 juta rupiah, sedangkan buruh berpendidikan SD ke bawah sebesar 1,73 juta rupiah.

(Sumber : <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/05/06/1564/februari-2019--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-01-persen.html/>)

Gambar 1.7 Jumlah Pelajar di setiap perguruan tinggi



Sumber : (Kementerian Pengajian Tinggi (KPT), 2016)

Ardin Group adalah sebuah grup usaha yang terdiri dari tiga entitas atau lembaga di bidang pendidikan, pelatihan kerja dan Sending Organization (SO). Lembaga Pelatihan Kerja disingkat LPK yang bernaung didalamnya adalah LPK Koperasi Kulak Mitra Pakuan Ardin Jawa Barat, LPK Koperasi Keluarga Besar Ikopin dan LPK Nishi Jawa Jisshu Senta. Ardin Group berkomitmen untuk memberikan pelayanan sepenuh hati, profesional dan terpercaya. LPK Koperasi Kulak Mitra Pakuan Ardin Jawa Barat atau dikenal sebagai LPK KKMP Ardin berdiri pada tahun 2013, sebuah unit usaha dari Koperasi Kulak Mitra Pakuan Ardin Jawa Barat yang didirikan sejak tahun 2003. Dalam perjalanannya, LPK KKMP Ardin yang bekerja-sama dengan mitra usaha dari Jepang yaitu Sento Cooperative Japan, sebuah perusahaan yang memiliki jaringan luas di negaranya, telah berhasil mendidik dan memberi pembekalan magang kepada para calon trainee yang berasal dari seluruh pelosok Indonesia. Sebagai Sending Organization, sampai dengan tahun terakhir, LPK KKMP Ardin telah mengirim para peserta magang untuk menjalani pemagangan di negara Jepang sebanyak kurang lebih 600 orang yang ditempatkan di beberapa perusahaan dalam bidang usaha restoran, pengolahan makanan, manufaktur, permesinan, pertanian dan lain sebagainya.

LPK Koperasi Keluarga Besar Ikopin (KKB Ikopin) didirikan dengan semangat dan komitmen ingin memajukan para calon trainee agar bisa dan mampu menjadi seorang entrepreneur tangguh dan handal ketika mereka kembali ke Indonesia setelah mereka mendapatkan kesempatan menjalani pemagangan dan memiliki ilmu tambahan dari negara Jepang. Saat ini, LPK KKB Ikopin memiliki kerjasama dengan Accepting Organization di Jepang yaitu Rise Neo Cooperative, memiliki fokus penyebaran pemagang pada perusahaan-perusahaan bidang pertanian di Jepang. LPK Nishi Jawa Jisshu Senta, nama yang diadopsi dari bahasa Jepang yang berarti Pusat Magang Jawa Barat, berdiri pada tahun 2017. Bercita-cita sebagai Lembaga Pelatihan Kerja yang bisa menjadi pionir untuk mendidik dan melatih putra-putri Indonesia yang berminat untuk mengikuti magang ataupun sekolah di Jepang. Saat ini, LPK Nishi Jawa Jisshu Senta

dipercaya oleh beberapa Accepting Organization Jepang untuk memberangkatkan para calon pemegang di bidang asisten perawat lansia (panti jompo). Sumber : (<https://ardingroup.wordpress.com/tentang/> diakses pada 14-Februari-2019 Pukul :14.00 WIB).

Jawa Barat memiliki komitmen yang tinggi dalam mengembangkan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUMKM), baik dari aspek SDM, permodalan, manajemen usaha, maupun pemasarannya. Hal ini diungkapkan Wakil Gubernur Jawa Barat, Deddy Mizwar dalam penandatanganan kesepakatan kerjasama lembaga Koperasi di Jawa Barat dengan Sento Cooperative Jepang. Pada kesempatan ini ditandatangani kesepakatan kerjasama lembaga koperasi, lembaga pendidikan, dan lembaga pelatihan di Jawa Barat. Kesepakatan ini terjalin antara Ikopin dengan Sento Cooperative Jepang, Koperasi Kulak Mitra Pakuan Ardin Jabar dengan Puskud Jabar dan LPK Bahana Inspirasi Muda Al-Ikhsan Center. Untuk itu, sektor riil harus terus kita dorong, terutama Koperasi dan UMKM. Keberpihakan terhadap KUMKM juga sangat penting, karena pada tahun 2015 Indonesia akan memasuki Asean Economic Community (AEC) yang menjadikan Asean sebagai single market and production base (aliran bebas barang, bebas jasa, bebas investasi, bebas tenaga kerja terdidik, dan bebas modal. Pemprov Jawa Barat akan menambah Rp 100 Miliar untuk alokasi Kredit Cinta Rakyat, menjadi Rp 335 Miliar pada tahun ini untuk mendorong tumbuhnya KUMKM. Untuk efektifitas dana ini, Wagub ingin Pemprov dan pihak terkait dapat mensosialisasikan dengan baik dana ini, sehingga dapat diketahui oleh seluruh lapisan masyarakat untuk mendirikan dan mengembangkan usaha.

Sumber(http://www.jabarprov.go.id/index.php/news/9534/Kerjasama_Jabar_Dengan_Sento_Cooperative_Jepang / diakses pada 14-Februari-2019 Pukul : 13.20 WIB)

Tabel 1.2 Daftar LPK Jawa Barat

47	LPK ASAGAO	JL. MANGGIS IX NO. 689 PONDOK TJANDRA INDAH, SIDOARJO 61256 JAWA TIMUR 031-868323 /	-	KEP. 182/LATTAS/IX/2014 TGL. 23 SEPTEMBER 2014 S/D TGL. 23 SEPTEMBER 2017
48	LPK MATAHARI PERDANA	BARANANGSIANG INDAH BLOK A3 NO. 5 RT.5/5 KEL. KATULAMPA, KEC. BOGOR TIMUR JAWA BARAT 0251-8335088 /	3	KEP. 139/LATTAS/VI/2014 TGL. 5 AGUSTUS 2014 S/D TGL. 5 AGUSTUS 2017
49	LPK BHASKORO	JL. SLAMET RIYADI NO. 172 SUKOHARJO 57514 JAWA TENGAH 0271-591514 /	14	KEP. 138/LATTAS/VI/2014 TGL. 5 AGUSTUS 2014 S/D TGL. 5 AGUSTUS 2017
50	LPK HIRO	JL. SOLO-KALISO KM. 6.5 SELOREJO RT. 04/09 WONOREJO, GONDANGREJO, KAB. KARANGANYAR JAWA TENGAH 0271- 8501387 /	25	No. Kep. 117/LATTAS/VI/2014 Tgl. 8 Juli 2014 s/d Tgl. 8 Juli 2017
51	LPK CAMEL CORA	RUKO PESONA PERMATA GADING H-24 BLURU, SIDOARJO, JAWA TIMUR 031-8053778 /	-	NO. KEP. 128/LATTAS/VI/2014 TGL. 21 JULI 2014 S/D TGL. 21 JULI 2017
52	LPK REKADAYA KARSA UTAMA	PERUM ALAM PESONA I BLOK E2-01 SIDOREJO KRIAN SIDOARJO 031-8977688 /	46	KEP. 115/LATTAS/VI/2014 TGL. 7 JULI 2014 S/D TGL. 7 JULI 2017
53	LPK CHUOO MANDIRI	JL. TEUKU CIKDIRO BLOK H1 NO.9 KEMILING, BANDAR LAMPUNG 0721-272888 /	11	NO. KEP. 110/LATTAS/VI/2014 TGL. 2 JULI 2014 S/D TGL. 2 JULI 2017
54	LPK SAKURA ARTHA BHUWANA	JL. SAKURA IV/10 DENPASAR, BALI 0361-244976 /	-	NO. KEP. 109/LATTAS/VI/2014 TGL. 2 JULI 2014 S/D TGL. 2 JULI 2017
55	LPK YUTAKA MITRA INDONESIA	JL. TAMAN TEUKU UMAR NO. 14, SEMARANG, JAWA TENGAH 50262 024-7478197 /	7	NO. KEP. 85/LATTAS/VI/2014 TGL. 2 JUNI 2014 S/D TGL. 2 JUNI 2017
56	LPK KAWANUA BUNAKEN	JL. A. MONONUTU, DS. TREMAN JAGA XIII, KEC. KAUDITAN 95372, KAB. MINAHASA UTARA, SULAWESI UTARA 0438-52289 /	105	No. Kep. 40/LATTAS/VI/2014 Tgl. 4 Maret 2014 s/d Tgl. 4 Maret 2017
57	LPK INDEPENDENT	JL. BRAMBANG, ANGGORO SARI, PULISEN, BOYOLALI JAWA TENGAH. 0276-321092 /	3	KEP. 173/LATTAS/IX/2013 Tgl. 9 Desember 2013 s/d Tgl. 9 Desember 2016
58	LPK LEMBAGA BAHASA DAN MANAJEMEN JEPANG PT. OS SELNAYAYA INDONESIA	GD. PRATYAKSA LT. 2. JL. WR. SUPRATMAN NO. 3 BANDUNG, JABAR 022-7233185 /	20	KEP. 315/LATTAS/IX/2015 Tgl. 31 Desember 2015 s/d Tgl. 31 Desember 2017
59	LPK HOTARU	JL. KALIURANG KM. 6,5 GG. TIMOR-TIMUR SONO-KAYEN NO. 178, SLEMAN D.I. YOGYAKARTA 0274-880938 /	36	KEP. 272/LATTAS/IX/2015 TGL. 6 NOVEMBER 2015 S/D TGL. 6 NOVEMBER 2017
60	LPK ENTRUST LESTARI INDONESIA	RUKO PASADENA BOUSTIQUE SHOP BLOK A NO. 1 KOTA DELTAMAS, CIKARANG PUSAT BEKASI 021-29092326/021-55702418 /	18	KEP. 113/LATTAS/IX/2013 Tgl. 12 September 2013 s/d Tgl. 12 September 2016
61	LPK SHINJU	JL. SULTAN AGUNG 63 RUKO SULTAN AGUNG KAV. 4 KEL. GAJAHMUNGKUR, KEC. GAJAHMUNGKUR, SEMARANG, JAWA TENGAH 024-8506601 /	4	KEP. 118/LATTAS/IX/2013 Tgl. 24 September 2013 s/d Tgl. 24 September 2016

Sumber : (http://pemagangan.com/new/0menu_public/nonimm/x19nonimmlist.php/ / diakses pada 13-Februari-2019 Pukul : 16.32 WIB).

49	LPK BHASKORO	JL. SLAMET RIYADI NO. 172 SUKOHARJO 57514 JAWA TENGAH 0271-591514 /	14	KEP. 138/LATTAS/VI/2014 TGL. 5 AGUSTUS 2014 S/D TGL. 5 AGUSTUS 2017
50	LPK HIRO	JL. SOLO-KALISO KM. 6.5 SELOREJO RT. 04/09 WONOREJO, GONDANGREJO, KAB. KARANGANYAR JAWA TENGAH 0271- 8501387 /	25	No. Kep. 117/LATTAS/VI/2014 Tgl. 8 Juli 2014 s/d Tgl. 8 Juli 2017
51	LPK CAMEL CORA	RUKO PESONA PERMATA GADING H-24 BLURU, SIDOARJO, JAWA TIMUR 031-8053778 /	-	NO. KEP. 128/LATTAS/VI/2014 TGL. 21 JULI 2014 S/D TGL. 21 JULI 2017
52	LPK REKADAYA KARSA UTAMA	PERUM ALAM PESONA I BLOK E2-01 SIDOREJO KRIAN SIDOARJO 031-8977688 /	46	KEP. 115/LATTAS/VI/2014 TGL. 7 JULI 2014 S/D TGL. 7 JULI 2017
53	LPK CHUOO MANDIRI	JL. TEUKU CIKDIRO BLOK H1 NO.9 KEMILING, BANDAR LAMPUNG 0721-272888 /	11	NO. KEP. 110/LATTAS/VI/2014 TGL. 2 JULI 2014 S/D TGL. 2 JULI 2017
54	LPK SAKURA ARTHA BHUWANA	JL. SAKURA IV/10 DENPASAR, BALI 0361-244976 /	-	NO. KEP. 109/LATTAS/VI/2014 TGL. 2 JULI 2014 S/D TGL. 2 JULI 2017
55	LPK YUTAKA MITRA INDONESIA	JL. TAMAN TEUKU UMAR NO. 14, SEMARANG, JAWA TENGAH 50262 024-7478197 /	7	NO. KEP. 85/LATTAS/VI/2014 TGL. 2 JUNI 2014 S/D TGL. 2 JUNI 2017
56	LPK KAWANUA BUNAKEN	JL. A. MONONUTU, DS. TREMAN JAGA XIII, KEC. KAUDITAN 95372, KAB. MINAHASA UTARA, SULAWESI UTARA 0438-52289 /	105	No. Kep. 40/LATTAS/VI/2014 Tgl. 4 Maret 2014 s/d Tgl. 4 Maret 2017
57	LPK INDEPENDENT	JL. BRAMBANG, ANGGORO SARI, PULISEN, BOYOLALI JAWA TENGAH. 0276-321092 /	3	KEP. 173/LATTAS/IX/2013 Tgl. 9 Desember 2013 s/d Tgl. 9 Desember 2016
58	LPK LEMBAGA BAHASA DAN MANAJEMEN JEPANG PT. OS SELNAYAYA INDONESIA	GD. PRATYAKSA LT. 2. JL. WR. SUPRATMAN NO. 3 BANDUNG, JABAR 022-7233185 /	20	KEP. 315/LATTAS/IX/2015 Tgl. 31 Desember 2015 s/d Tgl. 31 Desember 2017
59	LPK HOTARU	JL. KALIURANG KM. 6,5 GG. TIMOR-TIMUR SONO-KAYEN NO. 178, SLEMAN D.I. YOGYAKARTA 0274-880938 /	36	KEP. 272/LATTAS/IX/2015 TGL. 6 NOVEMBER 2015 S/D TGL. 6 NOVEMBER 2017
60	LPK ENTRUST LESTARI INDONESIA	RUKO PASADENA BOUSTIQUE SHOP BLOK A NO. 1 KOTA DELTAMAS, CIKARANG PUSAT BEKASI 021-29092326/021-55702418 /	18	KEP. 113/LATTAS/IX/2013 Tgl. 12 September 2013 s/d Tgl. 12 September 2016
61	LPK SHINJU	JL. SULTAN AGUNG 63 RUKO SULTAN AGUNG KAV. 4 KEL. GAJAHMUNGKUR, KEC. GAJAHMUNGKUR, SEMARANG, JAWA TENGAH 024-8506601 /	4	KEP. 118/LATTAS/IX/2013 Tgl. 24 September 2013 s/d Tgl. 24 September 2016
62	LPK MASSAHARA	GEDUNG STIKOM CKI JL. RADEN INTEN II NO. 8A DUREN SAWIT, JAKARTA TIMUR 021-92929170 /	26	KEP. 103/LATTAS/IX/2013 Tgl. 3 September 2013 s/d Tgl. 3 September 2016
63	LPK KOPERASI KULAK MITRA PAKUAN ARDIN JABAR	JL. BARANANGSIANG NO. 15-17, KOSAMBI BANDUNG, JAWA BARAT 022-4261722 /	163	NO. KEP. 232/LATTAS/VI/2016 TGL. 28 JUNI 2016 S/D TGL. 28 JUNI 2019
64	LPK SULTRA KREASI INDONESIA	JL. PISANG NO. 11B, LT. II RT.21 RW. 07, KEL. ANDUONOHU, KEC. POASIA, KOTA KENDARI,	-	KEP. 77/LATTAS/VI/2013 TGL. 20 JUNI 2013 S/D TGL. 20

Sumber (http://pemagangan.com/new/0menu_public/nonimm/x19nonimmlist.php/ / diakses pada 13-Februari-2019 Pukul : 16.32 WIB).

Lembaga Pelatihan Kerja Koperasi Kulak Mitra Pakuan Ardin menjadi salah satu LPK yang terdaftar kedalam lembaga yang bekerja sama secara legal dengan pemerintah Jawa Barat sehingga dapat menjamin kesejahteraan para peserta magang yang ikut serta di dalamnya. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis akan melakukan penelitian di lembaga pelatihan kerja koperasi kulak mitra pakuan Ardin Jawa Barat. Bagaimana pengembangan untuk peningkatan skill komunikasi interpersonal yang di lakukan oleh LPK kkmp Ardin pada calon peserta magang yang akan melaksanakan tugas setelah pelatihan di negara Jepang.

Jepang merupakan salah satu negara di Asia bahkan di dunia yang memiliki ekonomi yang kuat serta kemajuan dalam berbagai bidang kehidupan. Kekuatan ekonomi dan kemajuan dalam berbagai macam bidang kehidupan membawa dampak kemakmuran yang signifikan bagi masyarakatnya. Kemajuan serta kekuatan ekonomi yang diraih Jepang tidak terlepas dari bagusnya budaya serta etika bisnis yang dimiliki serta dijalankan dengan baik oleh bangsa Jepang. Budaya serta etika bisnis masyarakat Jepang sudah sangat terkenal di seluruh dunia dan banyak bangsa lain yang mempelajari serta mencoba menirunya. Termasuk bangsa Indonesia. Keberhasilan Jepang dalam mencapai kekuatan ekonomi salah satunya diraih melalui bisnis perdagangan. Dimanapun di seluruh dunia tidak akan sulit mendapatkan produk-produk dari Jepang. Mulai dari barang-barang elektronik, kendaraan, dan produk-produk yang lainnya. Bahkan di Indonesia produk Jepang terutama jenis kendaraan dan alat-alat elektronik sudah tidak terhitung lagi jumlahnya.

Tidak hanya di Indonesia, di wilayah Asia lainnya pun Jepang memberikan pengaruh perekonomiannya yang kuat. Misalnya di Malaysia, karena begitu besar pengaruh serta peranan Jepang dalam perekonomian Malaysia, sampai-sampai Perdana Menteri Malaysia saat itu, Dr Mahathir Muhammad pada bulan Desember 1981 mengumumkan suatu kebijakan “berpaling ke Timur” yang beraerti sistem bisnis Jepang dijadikan sebagai panutan bagi perusahaan-perusahaan yang ada di Malaysia.

Ada keterkaitan yang erat antara bagusnya budaya dan etika berbisnis dengan keberhasilan mencapai kesuksesan dalam bidang ekonomi. Jepang bisa membuktikan hal tersebut. Dilihat dari potensi alamnya Jepang sangat miskin dengan sumber daya alam. Akan tetapi karena memiliki budaya dan etika bisnis yang sangat bagus, walaupun miskin sumber daya alam, bisnis bangsa Jepang dalam hal perdagangan di dunia sudah tidak diragukan lagi. Jepang berhasil menduduki peringkat 2 dunia dalam kekuatan ekonomi dunia, satu peringkat di bawah kekuatan ekonomi Amerika. Keberhasilan ini salah satu faktornya adalah piawainya Jepang dalam menjalankan bisnis perdagangan dunia. Hal ini ditopang oleh budaya dan etika bisnis yang mereka miliki.

Budaya menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai pikiran, akal budi atau adat istiadat. Secara tata bahasa, pengertian kebudayaan diturunkan dari kata budaya yang cenderung menunjuk pada pola pikir manusia. Menurut Koentjaraningrat budaya adalah suatu sistem gagasan dan rasa, tindakan serta karya yang dihasilkan manusia dalam kehidupan bermasyarakat, yang dijadikan miliknya yang diperoleh dengan proses berfikir dan belajar. Adapun etika menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1997) ialah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak. Sedangkan pengertian bisnis menurut Huat, T Chwee (1990) Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktifitas dan institusi yang memproduksi barang & jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis sebagai suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat (*bussiness is then simply a system that produces goods and service to satisfy the needs of our society*). Jadi bila disimpulkan budaya dan etika bisnis bisa diartikan pola pikir yang berpedoman kepada baik-buruknya moral yang berkaitan dengan aktifitas perdagangan produk dan jasa dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan masyarakat. Konsep inilah yang dilaksanakan dengan sebaik-baiknya oleh bangsa Jepang sehingga mereka mencapai keberhasilan dalam perekonomian yang menjadikan Jepang menjadi negara maju dan disegani bangsa yang lainnya. Dari uraian

di atas hal yang ingin ditulis dalam jurnal ini mengenai budaya dan etika bisnis seperti apa yang diterapkan masyarakat Jepang Adapun tujuan dari penulisan artikel ini untuk memaparkan konsep budaya serta penerapan etika bisnis masyarakat Jepang. Metode studi pustaka digunakan untuk membuat analisa terhadap masalah yang dikaji dengan menggunakan sumber data dari buku, majalah, jurnal, artikel yang berkaitan dengan tema penelitian. Sumber: (Mulyadi, Ilmu, & Universitas, 2017)

Budaya dan etika suatu bangsa erat kaitannya dengan karakter bangsa itu sendiri. Berikut adalah penjelasan mengenai karakter bangsa Jepang secara umum menurut Subarkah dalam bukunya yang berjudul *Ilham-Ilham Dahsyat dari Kesuksesan Bangsa Jepang*.

Bekerja keras, Bangsa Jepang terkenal sebagai pekerja keras. Para karyawan di perusahaan Jepang melakukan pekerjaan apapun yangdibebankannya kepada mereka. Kadang mereka pulang larut malam demi menyelesaikan pekerjaannya di kantor atau perusahaan. *Karoushi* merupakan istilah yang sangat terkenal menggambarkan orang Jepang yang hampir mati karena beratnya melakukan pekerjaan. Kerja kerasnya orang Jepang dapat dilihat dari lamanya jam kerja mereka dibanding negara-negara maju lainnya seperti Amerika, Jerman dan Perancis.

Ramah dan sopan, Bangsa Jepang juga terkenal sebagai bangs ayang ramah dan sopan. Mereka sangat menghormati orang lain, terutama orang yang lebih tua usianya atau lebih tinggi jabatannya. Sikap ramah serta sopannya orang Jepang bisa dilihat dari kebiasaan mereka membungkukan badan kepada orang lain yang disebut dengan *ojigi*. Orang Jepang cenderung untuk mengucapkan salam kepada orang lain yang ditemuinya bahkan kepada orang yang belum dikenalnya. Mereka juga tidak segan-segan mengucapkan kata “maaf” bila dirasa melakukan suatu hal atau perbuatan yang mengganggu orang lain. Keramahan serta kesopanan orang Jepang juga bisa dilihat dari cara melayani pembeli, pelanggan, tamu. Mereka menggunakan bahasa sesopan mungkin dalam melayani pembeli, pelayan atau tamu.

Disiplin merupakan salah satu karakter bangsa Jepang yang sangat terkenal. Kedisiplinan dalam segala hal menjadi faktor Jepang maju dalam segala hal. Disiplin waktu merupakan hal yang sangat diutamakan dalam kehidupan masyarakat Jepang. Tak ada istilah jam karet dalam budaya masyarakat Jepang. Bagi orang Jepang waktu merupakan hal yang sangat penting. Orang yang suka tidak tepat waktu atau sering telat akan mendapat pandangan negatif dalam masyarakat Jepang. Orang Jepang rata-rata bangun pagi pada jam yang sama walaupun malamnya mereka tidur larut dan minum sake. Dalam hal pekerjaan orang Jepang jarang yang bolos kerja. Mereka selalu pulang dan pergi pada waktu yang sama.

Jujur sangat diutamakan dalam kehidupan masyarakat Jepang. Dalam keseharian masyarakat Jepang kita akan merasakan bagaimana perilaku jujur teraplikasi dengan baik. Saat berbelanja tidak ada kekhawatiran akan ditipu oleh pedagang baik dalam hal kuantitas maupun kualitas barang. Ketika menggunakan transportasi umum seperti kereta api bawah tanah atau bus kota tidak akan khawatir takut kehilangan atau kecuarian barang. Bila kita ketinggalan barang di tempat umum atau dalam transportasi umum tidak akan ada orang Jepang yang berani mengambilnya. Kalau pun ada yang mengambil pasti akan diserahkan ke kantor polisi terdekat. Jadi apabila kehilangan barang biasanya kita bisa menemukan kembali dengan cara menelusuri lokasi yang pernah kita lewati atau menanyakan ke pos polisi terdekat di sekitar lokasi hilangnya barang tersebut.

Inovatif, Keberhasilan Jepang dalam segala bidang banyak dibantu oleh budaya kerja dan perdagangan rakyatnya. Agar produk mereka mampu bersaing di dunia internasional, Jepang tidak hanya memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk mereka, mereka juga menciptakan berbagai barang lain yang diperlukan konsumen baik ditingkat makro atau mikro. Daya inovasi yang dimiliki bangsa Jepang ini ditunjang oleh kecintaan mereka terhadap ilmu pengetahuan. Mereka rajin mempelajari ilmu yang berguna untuk menunjang kariernya. Mereka menggunakan ilmu yang diperoleh untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan dan meningkatkan fungsi serta

kualitas produk sebelumnya. Kaizen merupakan salah satu etos kerja Jepang yang erat kaitannya dengan inovasi. Dengan kaizen apapun bisa diperbaiki menuju ke arah yang lebih baik. (Subarkah, 2013: 68). Kelima karakter bangsa Jepang di atas erat kaitannya dengan keberhasilan Jepang dalam berbisnis. Budaya dan etika berbisnis Jepang juga dilandasi oleh kelima karakter di atas. (Mulyadi et al., 2017)

Budaya bisnis Jepang erat kaitannya dengan perilaku dan pola pikir Bangsa Jepang dalam menjalankan bisnis. Pola pikir serta perilaku bangsa Jepang dalam menjalankan bisnisnya melahirkan etos kerja khas Jepang yang tidak dimiliki bangsa lain. Etos kerja tersebut budaya bisnis masyarakat Jepang yang banyak dikagumi bangsa lain. Banyak bangsa lain yang ingin meniru dan mempraktekan etos kerja masyarakat Jepang. Berikut adalah penjelasan mengenai etos kerja bangsa Jepang yang dirangkum dari buku berjudul *Ilham-Ilham Dahsyat dari Kesuksesan Bangsa Jepang* yang dikarang oleh Imam Subarkah.

Semangat bushido menjadi prinsip hidup orang Jepang dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam bisnis. Semangat bushido menekankan bahwa setiap manusia harus mengejar cita-cita masing-masing dengan semangat pantang menyerah, disiplin dan mau belajar. (Subarkah,2013:71) Dengan berlandaskan semangat bushido, orang Jepang bekerja keras pantang menyerah menjalankan bisnis mereka sampai berhasil.

Kaizen berasal dari dua kata. Kai mempunyai arti berkesinambungan atau terus menerus, zen mempunyai arti perbaikan, maka secara harfiah makna kaizen dapat diartikan perbaikan yang dilakukan secara berkesinambungan atau terus menerus. Kaizen menjadi budaya kerja Jepang yang unik dan khas. Kaizen telah memberikan dampak positif bagi perkembangan sistem kerja dan bisnis di Jepang. Metode kaizen yang ditempuh Jepang untuk melakukan perbaikan mencakup tiga hal. Pertama, mengubah cara kerja karyawan, kedua memperbaiki peralatan dan produk, ketiga memperbaiki prosedur dan cara kerja. Ada 10 prinsip yang terkandung dalam kaizen.

- 1) Berfokus pada pelanggan
- 2) Mengadakan peningkatan
- 3) Mengakui masalah secara terbuka
- 4) Mempromosikan
- 5) Menciptakan tim kerja
- 6) Memanajemen proyek
- 7) Memelihara proses hubungan yang benar
- 8) Mengembangkan disiplin diri
- 9) Memberikan semua informasi kepada karyawan
- 10) Memberikan wewenang pada semua karyawan

Kaizen telah menjadi budaya Jepang yang diterapkan pula dalam bisnis sehingga bisnis bisa berjalan dengan lancar dan dapat mencapai hasil yang maksimal.

Ganbatte kudasai yang berarti “berusaha keraslah, lakukan yang terbaik” telah menjadi budaya verbal dalam kehidupan masyarakat Jepang. Orang Jepang sangat senang sekali mengucapkan kalimat ini sebagai ungkapan pemabangkit motivasi. Bangsa Jepang bisa menjadi bangsa maju dan kuat karena mereka senantiasa menurunkan filosofi ganbatte kepada generasi muda. Guru di sekolah-sekolah Jepang senantiasa mengucapkan kata ganbatte kepada murid-muridnya untuk menyemangati mereka. Dalam berbisnis pun ungkapan ini menjadi peningkat motivasi untuk lebih bisa mensukseskan bisnis mereka.

Secara harfiah genchi genbutsu berarti go and see the problem. Genchi genbutsu bukan sebatas teori melainkan lebih menekankan kepada praktek dimana seseorang diharapkan berani mendatangi dan melihat masalah yang timbul. Masalah bukan untuk dihindari tetapi untuk dilihat dan diatasi. Prinsip ini diterapkan oleh

perusahaan Toyota dalam menjalankan roda bisnisnya, salah satunya dengan cara pergi dan melihat sendiri ke lapangan untuk melihat masalah apa saja yang timbul dan bagaimana cara mengatasinya. Dalam bisnis, prinsip ini harus dilaksanakan agar setiap masalah yang timbul bisa segera diatasi. Berkat prinsip *genchi genbutsu* ini dunia bisnis di Jepang bisa berjalan dengan lancar dan banyak perusahaan Jepang yang sukses dan mendunia. (Subarkah, 2013:82).

Keiretsu mempunyai arti perkonsian. Strategi ini awal mulanya diterapkan dalam bisnis otomotif mobil di seluruh dunia. Caranya, perusahaan-perusahaan besar otomotif di Jepang memiliki share di perusahaan-perusahaan lain yang merupakan grup atau kelompok perusahaan mereka. Sebagai contoh di Toyota Grup terdapat Toyota Motor Company, ToyotaTsusho Indonesia dan lain-lain. Perusahaan besar tersebut kemudian bekerja sama dengan banyak perusahaan lokal di seluruh dunia untuk produksi komponen, perakitan dan lain- lain. (Subarkah,2013:82) Keiretsu menjadi budaya bisnis Jepang yang sangat menguntungkan karena adanya kerja sama antara perusahaan- perusahaan besar dengan perusahaan- perusahaan kecil yang akan menjamin kestabilan perusahaan tersebut. (Mulyadi et al., 2017)

Di Jepang, periode humiliation dimulai di era Restorasi Meiji pada tahun 1868. Kebudayaan Jepang di era tersebut mengalami tantangan besar dari kemunculan budaya Barat yang merupakan konsekuensi dari dibukanya Jepang. Diawali dari kedatangan pasukan Amerika Serikat yang dipimpin oleh Komodor Matthew C. Perry, Jepang dipaksa untuk mengakui keunggulan Amerika Serikat dalam hal teknologi dan kemajuan. Seiring dengan kedatangan pasukan Komodor Perry, pertanyaan besar mengenai identitas, kapabilitas maupun arah pembangunan Jepang pun semakin membesar (Cullen 2003). Identitas Jepang sebagai negara ke-shogun-an yang kuat di dunia, sebagaimana mereka percayai, menjadi runtuh. Saat itu Jepang melakukan restorasi dan menggali lagi nilai-nilai Jepang untuk kemudian diselaraskan dengan ide-ide Barat yang lebih progresif. Salah satu reaksi dari periode humiliation tersebut adalah lahirnya empat motto yang mendeskripsikan masyarakat Jepang dalam berpikir

dan bertindak di era sebelum dan sesudah Restorasi Meiji, yaitu *fukoku kyohei* atau memperkaya negara dan memperkuat militer, *wakon yosai* atau jiwa Jepang dengan kemampuan Barat, *datsua nyuo* atau tinggalkan Asia dan bergabung dengan Eropa, serta *bunmei keika* atau menjadi beradab (Cullen 2003).

Fukoku kyohei adalah ide yang menekankan pada penguatan aspek militer di dalam negara agar negara dapat maju. Kedatangan Komodor Perry dengan kapal perang dan persenjataan modern membuat Jepang gamang. Hal ini kemudian mendorong Jepang untuk mulai memperkenalkan teknologi dan sains dari Barat dalam upaya untuk mengatasi ancaman dari Barat. Jepang berupaya untuk memanfaatkan pencapaian Barat dan tetap mempertahankan sisi Jepang mereka untuk tujuan yang lebih besar, yaitu persaingan dengan Barat. Motto kedua adalah *wakon yosei* yang merupakan ide mengenai kepemilikan jiwa dan semangat Jepang untuk memiliki kemampuan layaknya masyarakat Barat. Dalam hal ini, Jepang berupaya untuk mengkolaborasikan mentalitas tradisional Jepang dengan kemajuan teknologi Barat sebagai solusi dari kegamangan Jepang di era Restorasi Meiji. Mengutip dari Budaya dan Pembangunan Ekonomi di Jepang, Korea Selatan dan China Sakuma Zozan pada tahun 1854 (dalam Kitahara 1986), bahwa mempelajari moralitas Timur dan teknologi Barat dan memberikan bangsa hasil positif dari kolaborasi tersebut adalah hal yang diperlukan oleh Jepang. Dengan kata lain, Jepang hanya menggunakan teknologi Barat sebagai alat semata, namun Jepang tetap bertahan dengan akar identitas dan budaya mereka. Hal ini dianggap sebagai upaya identifikasi diri Jepang untuk bertahan. Sebagaimana diketahui bahwa ancaman terbesar Jepang berasal dari Amerika Serikat dan Rusia. Jepang melihat bahwa dengan mengidentifikasi diri sebagai bagian dari kedua negara tersebut, memungkinkan Jepang untuk bertahan. Identifikasi diri (self) ini kemudian tidak hanya terjadi di tingkat negara, namun juga di tingkat masyarakat dan individu Jepang. Kelompok– kelompok ekstremis yang pada awalnya menolak segala bentuk teknologi Barat, pada akhirnya menjadi mendukung terbukanya Jepang. Hal ini berdampak pada kemunculan motto ketiga, yaitu *datsua nyuo* atau tinggalkan

Asia dan bergabung dengan Eropa yang menggambarkan proses identifikasi Jepang terhadap Barat ke tingkat yang lebih jauh dari sekedar pengadopsian teknologi semata. Motto ketiga tersebut tidak lepas dari proses yang dilandasi motto keempat yaitu bunmei kaika atau menjadi beradab. Salah satu aspek bunmei kaika mengajarkan untuk mengubah pola pikir dan ide-ide lama, terlepas dari perbedaan rasial. Hal ini mendasari perubahan yang semakin cepat di Jepang dalam mengidentifikasi diri mereka dengan Barat. Kemunculan nilai-nilai Barat seperti kekristenan, kebebasan dan hak sipil, hingga demokrasi pun tidak terhindarkan (**Kitahara 1986**).

Tidak berhenti pada empat motto seperti yang dijelaskan sebelumnya, wujud lain dari reaksi atas proses penghinaan Jepang direalisasikan dalam bentuk imitasi model keorganisasian Barat atau Western Organizational Model dalam pembangunan di Jepang. Ketika Jepang memulai pembangunan pada awal 1870-an untuk memulai persaingan dengan Barat, terjadi transformasi sosial, yang disebut Kenneth Boulding (dalam Westney 1987) sebagai proses organizational revolution atau revolusi organisasi. Didefinisikan sebagai peningkatan yang signifikan dalam jumlah, ukuran, dan kekuatan organisasi dari berbagai sektor. Revolusi organisasi dianggap merupakan fondasi utama dari perubahan politik, ekonomi, dan budaya yang besar di suatu negara dari abad ke-19 hingga abad ke-20. Di Jepang, revolusi organisasi merupakan dasar ekspansi mereka dalam berbagai kegiatan dan kapasitas negara, dan merupakan katalisator dari munculnya konsep perusahaan bisnis modern yang mengandung banyak unit operasi yang berbeda dan dikelola oleh hierarki eksekutif; dengan tujuan untuk menciptakan pola-pola baru konsumsi, rekreasi, serta kegiatan politik (Westney 1987). Imitasi yang dilakukan Jepang ini pun tidak lepas dari wacana dan diskursus pembangunan di berbagai negara Barat pada saat itu, yang memang menekankan pada pembangunan keorganisasian dalam skala besar seperti yang terjadi di Perancis, Inggris dan Amerika Serikat (Westney 1987). **Sumber** :(Hennida, Felayati, Wijayanti, & Perdana, 2017)

1.2 Fokus penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat ditemukan fokus dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Peningkatan Softskill Komunikasi Interpersonal”

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah “Untuk mengetahui bagaimana peningkatan softskill komunikasi interpersonal pada peserta magang LPK ARDIN”

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini kelak diharapkan dapat menjadi suatu rujukan atau masukan bagi peneliti di dalam bidang ilmu komunikasi yang berkaitan dalam peningkatan skill komunikasi interpersonal.

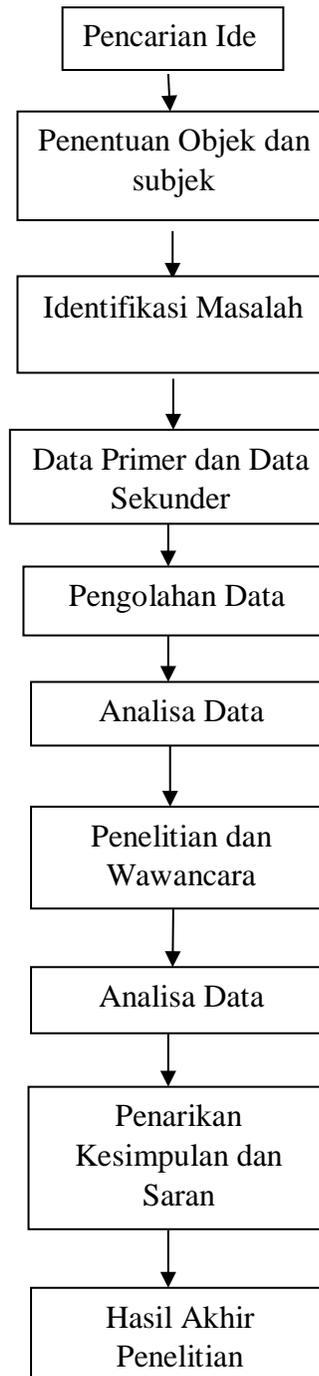
1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi yang penting bagi pembaca untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan sesuatu yang sedang hangat dibicarakan sesuai dengan peningkatan skill komunikasi interpersonal.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi pihak yang berkepentingan dan membutuhkan pengetahuan yang berkenaan dengan penelitian ini.

1.5 Tahapan Penelitian

Tahapan yang ditulis oleh penulis dalam penelitian ini akan menjadi proses yang dilakukan oleh penulis sebelum melakukan penelitian mengenai “Peningkatan Skill Komunikasi Interpersonal Pada Peserta Magang LPK ARDIN”. Berikut tahapan yang dilakukan oleh penulis

1.6. Bagan Tahapan Penelitian



1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian bertempat di Bandung. Bandung merupakan kota terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota dari provinsi tersebut. Kota ini terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta, memiliki luas wilayah 167,3 km², jumlah penduduknya 2,8 juta dan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya menurut jumlah penduduk (www.bandung.go.id , website resmi pemerintah provinsi jawa barat).

1.7.2 Waktu Penelitian

Kegiatan	Bulan											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jan	Feb	Mei	Jun	Jul	Ags
Pengajuan Judul Proposal												
Penyusunan Proposal Skripsi BAB I- BAB III												
Pendaftaran Desk Evaluation												
Pengumpulan data dari observasi awal & pengumpulan dokumentasi												

