

LAPORAN STUDI

Pengembangan Sistem Pelatihan Otomotif Sepeda Motor dan Jasa Perdagangan Retail Modern

Peran APINDO dalam Meningkatkan
Kemampuan Kerja Kaum Muda



Laporan ini merupakan bagian terpadu dari program APINDO-ILO dalam pelaksanaan pelatihan di industri sepeda motor dan sektor ritel modern bagi kaum muda di Indonesia. Laporan ini dilengkapi dengan kurikulum kompetensi standar dan modul pelatihan untuk kedua sektor tersebut di atas yang dilaporkan secara terpisah. Laporan ini disusun oleh P. Agung Pambudhi MM, Antonius Doni Dihen MSc, dan Dionisius A. Narjoko, PhD.

Copyright © Organisasi Perburuhan Internasional 2008

Cetakan Pertama 2008

Publikasi-publikasi Kantor Perburuhan Internasional memperoleh hak cipta yang dilindung oleh Protokol 2 Konvensi Hak Cipta Universal. Meskipun demikian, kutipan-kutipan singkat dari publikasi tersebut dapat diproduksi ulang tanpa izin, selama terdapat keterangan mengenai sumbernya. Permohonan mengenai hak reproduksi atau penerjemahan dapat diajukan ke ILO Publications (Rights and Permissions), International Labour Office, CH-1211 Geneva 22, Switzerland, atau melalui e-mail: pubdroit@ilo.org. Kantor Perburuhan Internasional menyambut baik permohonan-permohonan seperti itu.

Perpustakaan, lembaga dan pengguna lain yang terdaftar di Inggris Raya dengan Copyright Licensing Agency, 90 Tottenham Court Road, London W1T 4LP [Fax: (+44) (0)20 7631 5500; email: cla@cla.co.uk], di Amerika Serikat dengan Copyright Clearance Center, 222 Rosewood Drive, Danvers, MA 01923 [Fax: (+1) (978) 750 4470; email: info@copyright.com] atau di negara-negara lain dengan Reproduction Rights Organizations terkait, dapat membuat fotokopi sejalan dengan lisensi yang diberikan kepada mereka untuk tujuan ini.

ISBN 978-92-2-021700-9 (print)
ISBN 978-92-2-021701-6 (web pdf)

ILO

Pengembangan Sistem Pelatihan Otomotif Sepeda Motor dan Jasa Perdagangan Retail Modern; Peran APINDO dalam Meningkatkan Kemampuan Kerja Kaum Muda / Kantor Perburuhan Internasional – Jakarta: ILO, 2008
viii, 30 hal

Juga tersedia dalam bahasa Inggris: Developing Pelatihan System in the Indonesian Motorcycle Industry and Modern-retail Sector; The Role of APINDO in Improving the Capability of the Youth to Work / International Labour Office – Jakarta: ILO, 2008
viii, 30 hal

ILO Katalog dalam terbitan

Penggambaran-penggambaran yang terdapat dalam publikasi-publikasi ILO, yang sesuai dengan praktik-praktik Perserikatan Bangsa-Bangsa, dan presentasi materi yang ada di dalamnya tidak mewakili pengekspresian opini apapun dari sisi Kantor Perburuhan Internasional mengenai status hukum negara, wilayah atau teritori manapun atau otoritasnya, atau mengenai batas-batas negara tersebut.

Tanggungjawab atas opini-opini yang diekspresikan dalam artikel, studi, dan kontribusi lain yang ditandatangani merupakan tanggung jawab penulis, dan publikasi tidak mengandung suatu dukungan dari Kantor Perburuhan Internasional atas opini-opini yang terdapat di dalamnya.

Rujukan ke nama perusahaan dan produk komersil dan proses tidak menunjukkan dukungan dari Kantor Perburuhan Internasional, dan kegagalan untuk menyebutkan suatu perusahaan, produk komersil atau proses tertentu bukan merupakan tanda ketidaksetujuan.

Publikasi ILO dapat diperoleh melalui penjual buku besar atau kantor lokal ILO di berbagai negara, atau secara langsung dari ILO Publications, International Labour Office, CH-1211 Geneva 22, Switzerland (e-mail: pubvente@ilo.org) ; atau Kantor ILO Jakarta, Menara Thamrin, Lantai 22, Jl. M.H. Thamrin Kav. 3, Jakarta 10250, Indonesia (e-mail: jakarta@ilo.org). Katalog atau daftar publikasi tersedia secara cuma-cuma dari alamat di atas atau melalui email.

Kunjungi halaman web kami: www.ilo.org/publns

Dicetak di Indonesia

Kata Pengantar



Lapangan kerja bagi kaum muda menjadi prioritas tiap negara di dunia, termasuk Indonesia. Data statistik menunjukkan rata-rata pengangguran kaum muda di berbagai negara, tidak terkecuali negara maju mencapai dua hingga tiga kali lebih tinggi dibandingkan dengan pengangguran secara umum, dengan sedikit pengecualian di negara-negara tertentu saja.

Pengangguran dan rendahnya pekerjaan yang layak menjadi tantangan tidak hanya bagi kaum muda dan generasi penerus, namun juga masyarakat secara luas. Untuk membekali kaum muda memperoleh pekerjaan maupun membuka lapangan kerja bagi mereka sendiri, dibutuhkan investasi dalam pelatihan guna membekali kaum muda dengan kompetensi yang dibutuhkan. Melalui pelatihan akan berimplikasi pada peningkatan pengetahuan dan juga dapat memprediksi pekerjaan seperti apa yang cocok bagi mereka untuk saat ini dan juga ke depan. Para pengusaha di Indonesia memiliki peran penting dalam mengidentifikasi pekerjaan seperti apa yang sesuai sekaligus kompetensi yang dibutuhkan kaum muda Indonesia untuk dapat memperoleh pekerjaan layak.

APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia) yang mewakili sektor swasta memiliki mandat untuk menciptakan lapangan kerja sesuai dengan kepentingan para pengusaha. Sebagai bagian dari visi untuk meningkatkan produktivitas dan kompetensi nasional, APINDO menyadari arti pentingnya peningkatan kemampuan/keterampilan dan pelatihan sumberdaya manusia, khususnya ketika akan memasuki pasar kerja. APINDO secara aktif terlibat dalam konsultasi dan komunikasi di tingkat daerah dan nasional melalui keterwakilannya dalam lembaga tripartit dan bipartit untuk mempengaruhi kebijakan pasar kerja. APINDO berusaha memainkan peran yang lebih aktif bagi sektor swasta dengan memberikan umpan balik bagi pengambil keputusan, lembaga pelatihan dan pendidikan, dalam meningkatkan kemampuan kerja kaum muda. Anggota APINDO sebagai mitra kunci dapat membantu mengoptimalkan kebijakan dan praktiknya lewat penyediaan informasi tentang keterampilan dan kompetensi yang sesuai dengan permintaan di pasar kerja, bagaimana pelatihan seharusnya dilaksanakan supaya efektif dan efisien, dan standar untuk menjamin kualitas dan prosesnya, serta mengenai mekanisme pendanaan pelatihan.

ILO melalui pendanaan dari Pemerintah Norwegia dalam proyek Lapangan Kerja Kaum Muda dan Dialog Sosial bekerjasama dengan APINDO mempublikasikan hasil riset ini. Kami mengucapkan terima kasih kepada Agung Pambudhi, Antonius Doni Dihen dan Dionisius A. Nardjoko, yang telah melakukan studi ini. Kami berharap publikasi ini dapat menjadi dasar bagi APINDO dalam mempengaruhi pemerintah, serikat pekerja dan khalayak umum untuk meningkatkan lapangan kerja bagi kaum muda dengan menjembatani jurang antara industri dan sistem pelatihan.

Jakarta, Nopember 2008

Alan Boulton
Direktur ILO Jakarta

Kata Pengantar (Apindo)



APINDO memiliki *concern* terhadap penanggulangan pengangguran kaum muda, dengan jalan salah satunya melalui pelatihan peningkatan kompetensi kaum muda. Tujuan dari pelatihan tersebut agar para kaum muda yang rata-rata lulusan SMU/ sederajat lebih mudah masuk ke dalam pasar kerja. Era globalisasi sekarang ini menuntut adanya persaingan pasar kerja sehingga dibutuhkan adanya upaya peningkatan kompetensi agar Sumber Daya Manusia Indonesia mampu berkompetisi dalam pasar kerja. Sayangnya, para lulusan SMU/ Sederajat sekarang ini rata-rata belum siap dalam memasuki lapangan kerja. Akibatnya pengangguran dari generasi muda ini makin tahun makin meningkat.

Dari paparan penelitian APINDO, menggambarkan bahwa sektor ritel dan otomotif sepeda motor memiliki prospek yang cukup bagus dalam menyerap tenaga kerja kaum muda. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa sektor otomotif dan ritel mampu menjadi alternatif solusi dalam mengatasi pengangguran di Indonesia. APINDO merasa berkepentingan dalam ikut membantu mengatasi permasalahan pengangguran kaum muda karena berkorelasi langsung terhadap dunia industri, dan investasi di Indonesia secara umum. Jumlah pengangguran terutama kaum muda (usia 15 – 24 tahun) yang mencapai 60% dari total agregat pengangguran di Indonesia yang mencapai 11,6 juta tahun 2007, sedikit banyak menggambarkan bahwa dunia pendidikan dan pelatihan belum sepenuhnya mendukung kebutuhan dunia industri.

Secara mendalam penelitian APINDO mengeksplorasi skill/kemampuan spesifik yang paling sekarang ini banyak dibutuhkan untuk mendukung kebutuhan sektor otomotif sepeda motor dan ritel. Dari hasil identifikasi melalui metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan para pelaku industri terkait didapatkan fakta dan data bahwa skill/kemampuan yang paling banyak dibutuhkan oleh industri otomotif menyangkut 3 kemampuan, yaitu: operator mesin (*machining*), operator pengelasan (*welding*), dan mekanis praktis. Sedangkan kemampuan spesifik yang dibutuhkan untuk sektor ritel adalah Sales Promotion Person (SPP).

Hasil penelitian ini selanjutnya diterapkan dalam modul-modul pelatihan dengan melibatkan praktisi dari sektor-sektor terkait. Modul yang dihasilkan atas rekomendasi dari penelitian ini juga telah dipraktikkan dalam pelatihan dan sudah menghasilkan lulusan yang siap masuk ke dunia kerja dengan pengkayaan dan pembekalan materi kewirausahaan. Pelatihan yang dilakukan APINDO juga sudah disesuaikan dengan kebijakan pelatihan nasional yang meliputi unsur pelatihan, sertifikasi dan penempatan kerja. Penelitian dan modul yang dihasilkan APINDO selanjutnya diusulkan untuk menjadi rekomendasi kepada pemerintah untuk penyempurnaan sistem pelatihan yang sudah ada.

APINDO berkeyakinan bahwa memperluas akses lapangan kerja dan memupuk kewirausahaan merupakan salah satu kunci pokok menuju keberhasilan penanggulangan pengangguran dan kemiskinan. Peningkatan kemampuan kerja menjadi solusi bagi kaum muda untuk memasuki dunia kerja sehingga mereka mampu bekerja secara layak dan di samping juga memiliki kemampuan kewirausahaan. Dengan meningkatnya kemampuan kerja kaum muda, maka dengan sendirinya juga potensial mendukung iklim bisnis yang kondusif, sekaligus menciptakan entrepreneur-entrepreneur muda yang akan mampu menjadi mitra bagi anggota APINDO.

Jakarta, Nopember 2008

Sofjan Wanandi

Ketua Umum DPN APINDO



Daftar Isi

Kata Pengantar ILO	3
Kata Pengantar Apindo	7
I. Pendahuluan	9
II. Situasi & Perkembangan Industri Sepeda Motor dan Jasa Perdagangan Retail Modern	11
III. Kapasitas Penyerapan Tenaga Kerja & Kebutuhan Pelatihan: Temuan Studi Lapangan	19
IV. <i>Three In One</i>	23
V. Materi Pelatihan	25
VI. Proses-proses Utama dalam Pelatihan	29
VII. Peran Apindo	33
VIII. Penutup	37
Kepustakaan	38

Glossary

AI	: PT. Astra International
AHM	: PT. Astra Honda Motor
AHASS	: Astra Honda After Sales Service
APINDO	: Asosiasi Pengusaha Indonesia
ATMI	: Akademi Teknik Mesin Industri
BLK	: Balai Latihan Kerja
FDI	: Foreign Direct Investment
IIFI	: Indonesia International Fashion Institute
IMF	: International Monetary Fund
K3L	: Kesehatan dan Keselamatan Kerja dan Lingkungan
PBK	: Pelatihan Berbasis Kompetensi
RPL	: Recognition of Prior Learning
RSI	: Retail-Sales-Index
SKKNI	: Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia
SMA	: Sekolah Menengah Atas
SMK	: Sekolah Menengah Kejuruan
SPP	: Sales Promotion Person
STM	: Sekolah Teknik Menengah
YDBA	: Yayasan Dharma Bhakti Astra

I. PENDAHULUAN

Sebagai asosiasi pengusaha yang berkepentingan untuk menciptakan lapangan kerja, APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia) merencanakan suatu program yang bertujuan meningkatkan akses kaum muda untuk mendapatkan pekerjaan. Dengan dukungan ILO (International Labour Organization), APINDO menggagas perlunya penyelenggaraan pelatihan untuk kaum muda guna meningkatkan pengetahuan dan ketrampilannya sebagai bekal masuk ke pasar tenaga kerja.

Dalam programnya "Peningkatan Kapasitas APINDO dalam Mempromosikan Peningkatan Kemampuan Kerja Kaum Muda", APINDO memilih untuk menyelenggarakan pelatihan untuk memenuhi kebutuhan industri otomotif sepeda motor dan jasa perdagangan retail moderen.

Tulisan ini memaparkan secara singkat perkembangan yang terjadi di industri sepeda motor dan jasa perdagangan retail moderen. Paparan difokuskan pada perkembangan industri di beberapa tahun terakhir, terutama dalam periode setelah krisis ekonomi 1997/998, dan juga memberikan gambaran umum tentang potensi yang dimiliki oleh kedua sektor ini di masa mendatang. Gambaran singkat mengenai kedua industri tersebut ditujukan untuk memberikan penjelasan tentang mengapa kedua industri ini layak dipilih APINDO dalam programnya.

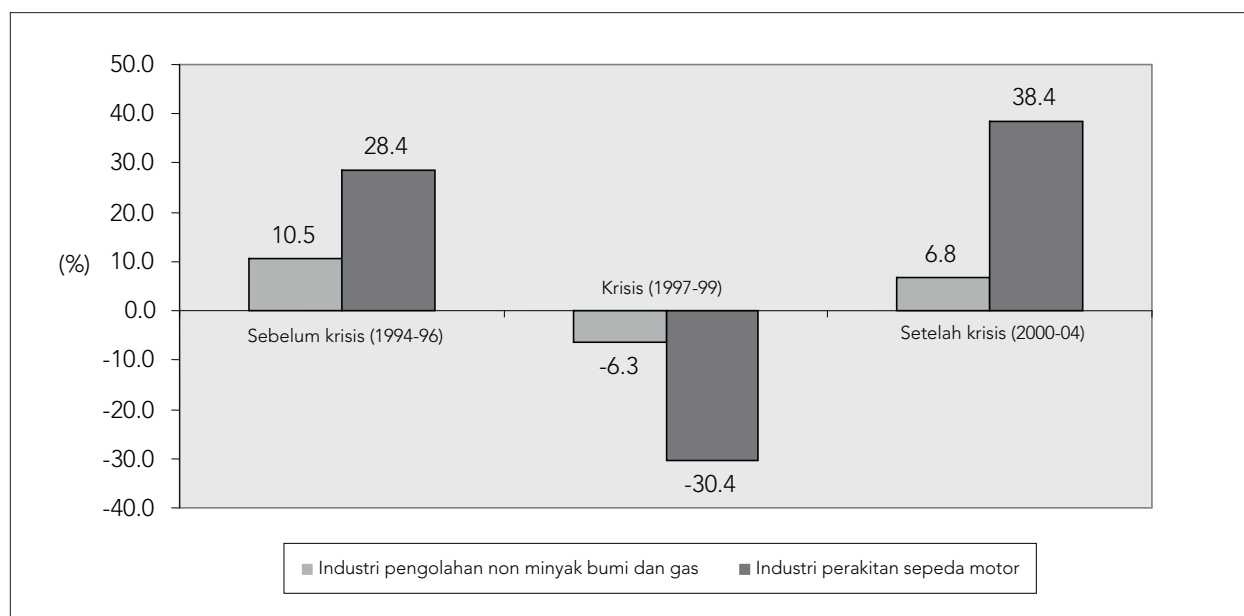
Melalui studi literatur dan serangkaian wawancara dengan para pelaku usaha dari kedua industri tersebut, termasuk dengan para *stakeholder* lainnya seperti asosiasi usaha sektoral, badan nasional sertifikasi profesi, pemerintah (departemen pendidikan nasional dan departemen tenaga kerja), balai latihan kerja, pekerja/buruh, dan sekolah kejuruan; studi ini juga melakukan identifikasi tentang kebutuhan pelatihan dua jenis industri dimaksud.

II. SITUASI & PERKEMBANGAN INDUSTRI SEPEDA MOTOR DAN JASA PERDAGANGAN RETAIL MODEREN

II.1. Industri Sepeda Motor

Industri sepeda motor Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat di beberapa tahun terakhir ini. Seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 1, industri perakitan sepeda motor Indonesia tumbuh sekitar 38% per tahun di beberapa tahun setelah krisis (2000-05). Pertumbuhan ini jauh diatas nilai pertumbuhan industri tersebut di periode sebelum krisis tahun 1994-96. Pesatnya performa industri ini juga terlihat dari fakta bahwa industri ini dapat cepat pulih dari kontraksi sebesar sekitar 30% pada masa krisis, dan juga fakta bahwa nilai pertumbuhan industri ini jauh diatas nilai pertumbuhan industri pengolahan secara umum.

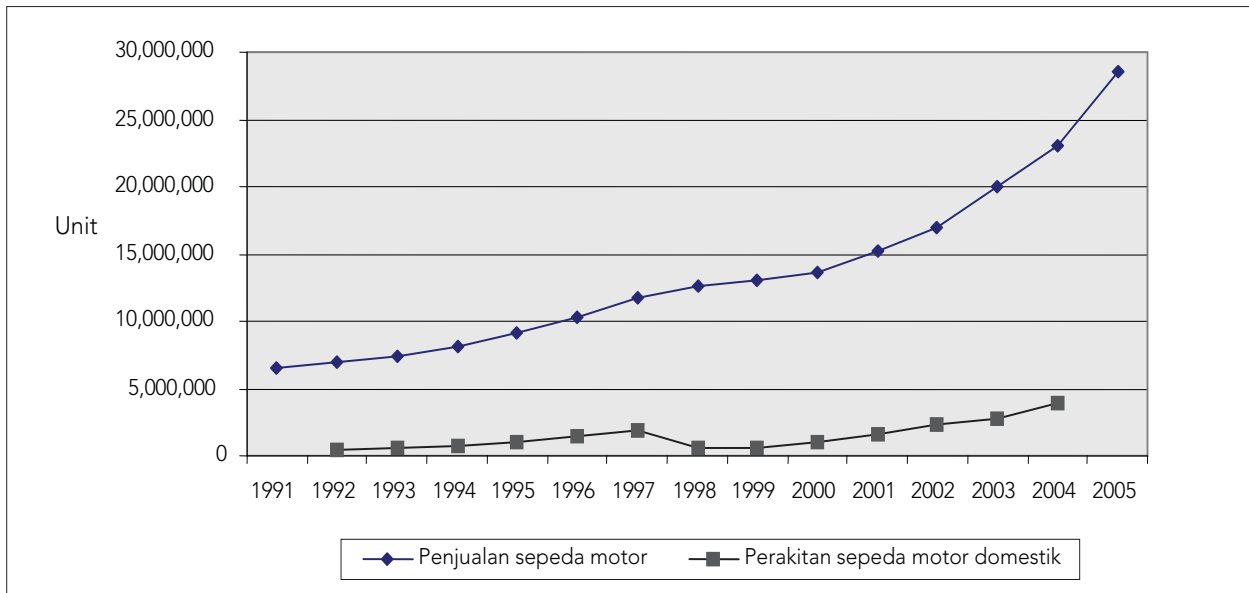
Gambar 1
Nilai pertumbuhan output (%) industri pengolahan non-minyak bumi dan gas dan industri perakitan sepeda motor, Indonesia, 1994-2004



Produksi yang pesat ini juga diikuti juga oleh cepatnya pertumbuhan konsumsi sepeda motor. Dengan kata lain, salah satu faktor yang menyebabkan pesatnya pertumbuhan produksi adalah besarnya pertumbuhan permintaan domestik. Gambar 2 menunjukkan fakta ini, dimana konsumsi sepeda motor di Indonesia tumbuh sekitar 15% per tahun di lima tahun setelah krisis, yang mana adalah jauh lebih besar daripada nilai pertumbuhan konsumsi sebelum krisis (sekitar 10% per tahun).

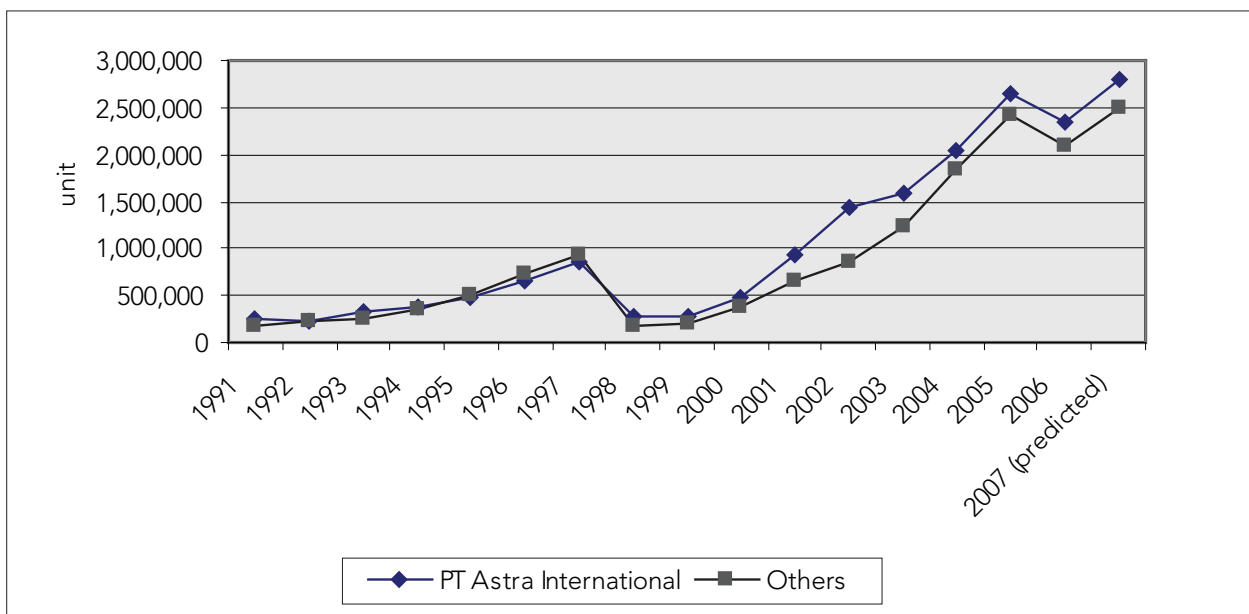
Penting untuk dicatat bahwa pertumbuhan konsumsi yang cepat tersebut tidak sejalan dengan pertumbuhan perakitan sepeda motor, dimana perakitan sepeda motor tidak tumbuh secepat konsumsi sepeda motor. Ini menandakan bahwa banyak konsumsi sepeda motor banyak yang berasal dari barang impor.

Gambar 2.
Penjualan dan produksi perakitan sepeda motor domestik (unit sepeda motor)
Indonesia, 1991-2005



Pengurangan subsidi BBM sempat menyebabkan turunnya penjualan sepeda motor. Ini terlihat dalam Gambar 3 tentang penjualan motor dari group PT Astra International dan pelaku pasar lainnya. Namun demikian, penurunan ini diperkirakan akan segera berhenti dan keadaan akan pulih kembali (yaitu meningkatnya kembali penjualan). Prediksi ini didukung oleh pulihnya *Retail-Sales-Index* (RSI) yang diterbitkan oleh Bank Indonesia selama period April – Juni 2007, dimana RSI untuk komponen barang kendaraan bermotor tumbuh dengan nilai yang termasuk tinggi, yaitu sekitar 23 persen per tahun (*year-on-year*).

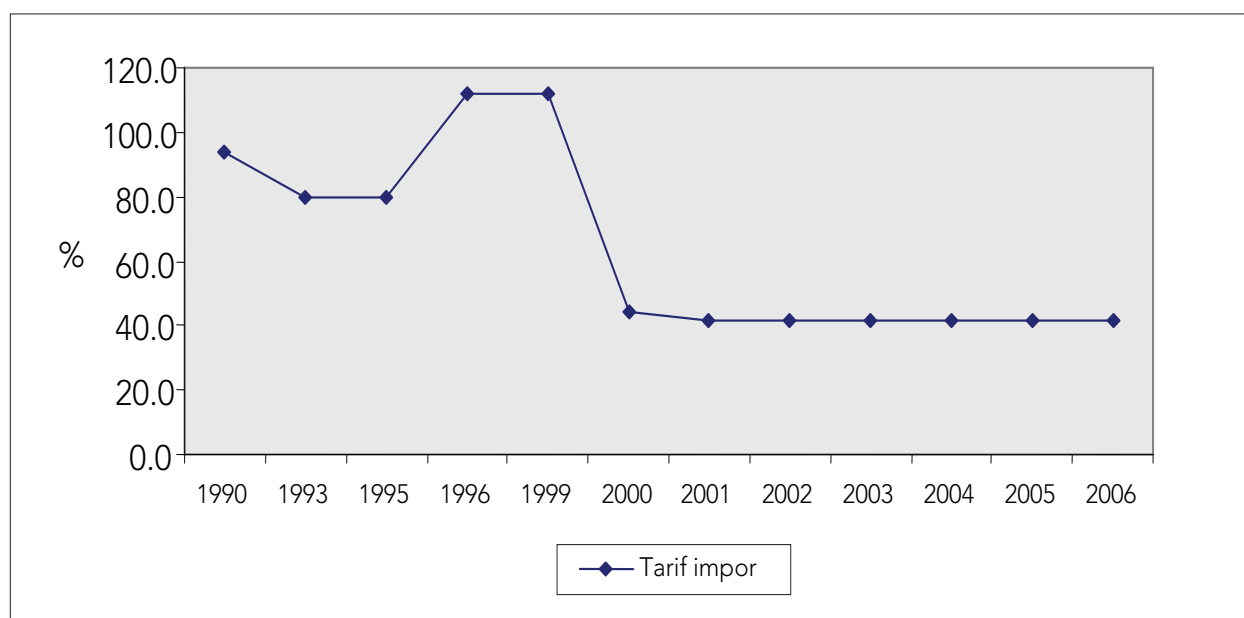
Gambar 3.
Penjualan sepeda motor di Indonesia, 1991-2007



Faktor-faktor apakah yang mendorong tingginya permintaan domestik, dan kemudian penjualan dan produksi sepeda motor di Indonesia? Jelasnya, banyak sekali faktor yang dapat menjelaskan tingginya produksi dan penjualan. Namun demikian, mungkin terdapat dua faktor utama: 1) turunya nilai tarif impor, dan 2) rendahnya inflasi pada periode setelah krisis.

Nilai tarif impor sepeda motor di Indonesia turun secara dramatis di tahun 2000, yang merupakan salah satu akibat dari reformasi ekonomi akibat krisis ekonomi 1997/98. Seperti yang terlihat di Gambar 4, tariff impor sepeda motor turun hampir setengahnya, atau 50%. Turunnya tarif ini memberikan dorongan bagi harga sepeda motor domestik untuk turun, dan hal ini yang seperti terjadi di kenyataan. Dengan demikian tidak mengherankan jika tingkat penjualan sepeda motor meningkat drastis mulai sekitar tahun 2000, karena konsumen menjadi – secara relatif – lebih mampu secara finansial. Dengan kata lain, penurunan harga yang berasal dari penurunan tarif menyebabkan konsumen memiliki daya beli yang lebih tinggi, walaupun pendapatan nominal belum tentu naik.

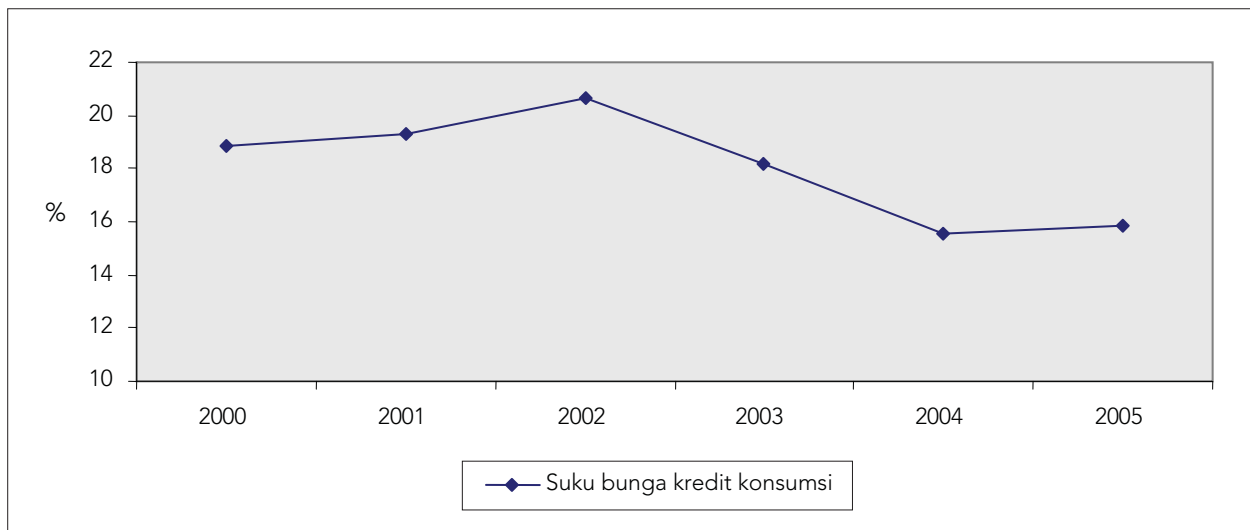
Gambar 4.
Nilai tarif impor sepeda motor (%) di Indonesia, 1990-2006



Sementara itu, rendahnya inflasi di tahun-tahun setelah krisis – yang terjadi karena cukup suksesnya reformasi sektor makroekonomi – mendorong konsumen untuk dapat meningkatkan daya belinya. Ini dapat terjadi karena rendahnya inflasi menyebabkan cukup rendahnya pula kredit konsumsi, dan seperti yang terjadi di banyak negara, konsumsi barang *durable* seperti sepeda motor banyak ditopang oleh kredit konsumsi.

Gambar 5 menunjukkan hal ini, dimana suku bunga kredit konsumsi turun secara signifikan di periode 2002-04.

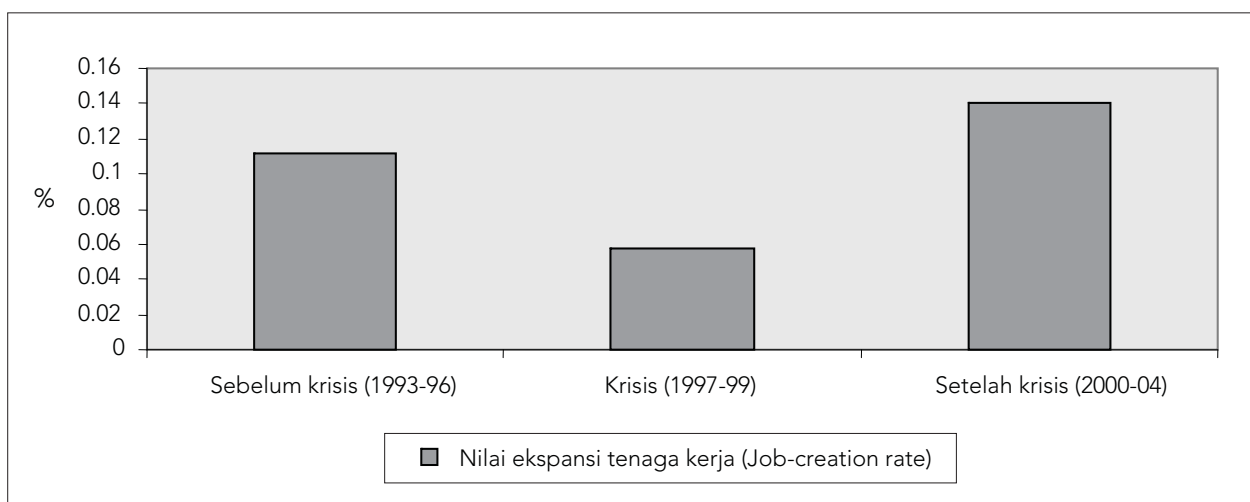
Gambar 5.
Suku bunga kredit konsumsi (%), Indonesia, 2000-05



Pemilihan industri sepeda motor, sebagai salah satu sektor yang difokuskan dalam program APINDO 2007-08 ini, menjadi penting karena pesatnya perkembangan industri ini di beberapa tahun terakhir, seperti yang telah ditunjukkan oleh analisa diatas.

Selain itu, industri ini menjadi penting mengingat kontribusi industri ini dalam penyerapan tenaga kerja. Seperti yang diperlihatkan oleh Gambar 6, nilai ekspansi tenaga kerja (atau lebih sering dikenal dengan *job-creation rate*) di sektor ini meningkat di periode setelah krisis, dibandingkan dengan nilai ekspansi pada saat sebelum krisis. Dengan kenyataan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia setelah krisis masih, secara umum, lebih kecil daripada pertumbuhan pada masa sebelum krisis, meningkatnya *job-creation rate* ini menandakan bahwa industri sepeda motor termasuk industri yang memiliki potensi untuk meningkatkan penyerapan tenaga kerja.

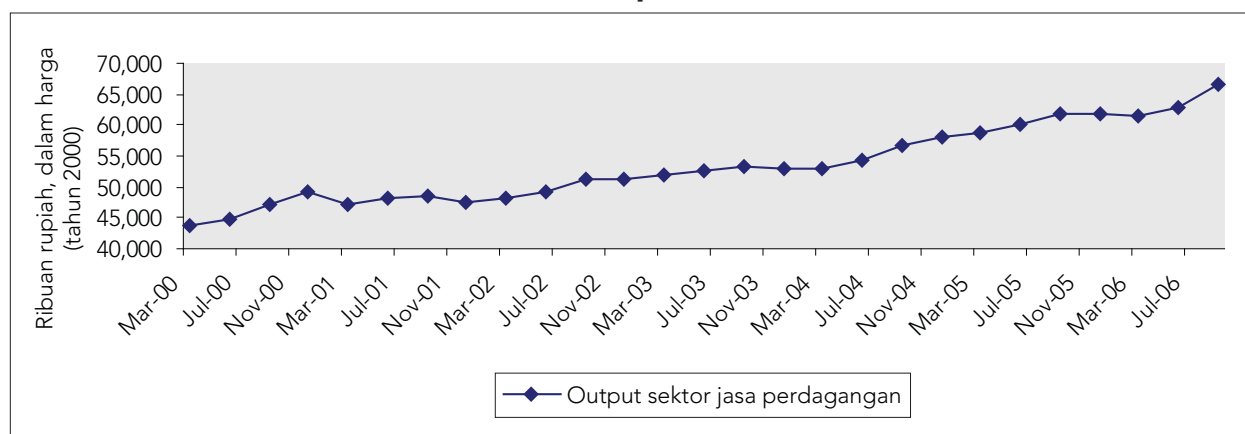
Gambar 6.
Nilai ekspansi tenaga kerja atau *job-creation rate* (%), industri sepeda motor Indonesia, 1993-2004



II.2. Industri Jasa Perdagangan Retail Modern

Seperti yang terjadi di industri sepeda motor, sektor jasa perdagangan retail meningkat secara pesat di periode setelah krisis, sebagaimana ditunjukkan oleh gambar berikut. Pada Gambar 7, situasi umum sektor jasa perdagangan – menurut statistik pendapatan nasional – tumbuh sangat pesat selama kurun waktu enam tahun, dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2006. Demikian pula jika melihat secara lebih detail ke industri jasa perdagangan retail modern. Secara khusus, jumlah pelaku pasar di industri ini (yaitu *retailers*) meningkat sangat pesat dengan nilai pertumbuhan sekitar 15% dalam periode 1997-2003 (sumber: DRI, 2003; Visidata (2003), dikutip dari Poesoro, A. (2007)).

Gambar 7.
Output sektor jasa perdagangan, Indonesia,
Maret 2000-September 2006



Menurut beberapa studi (misalnya World Bank, 2007), terdapat beberapa penjelasan utama tentang mengapa perkembangan industri ini sangat mengesankan, diantaranya.

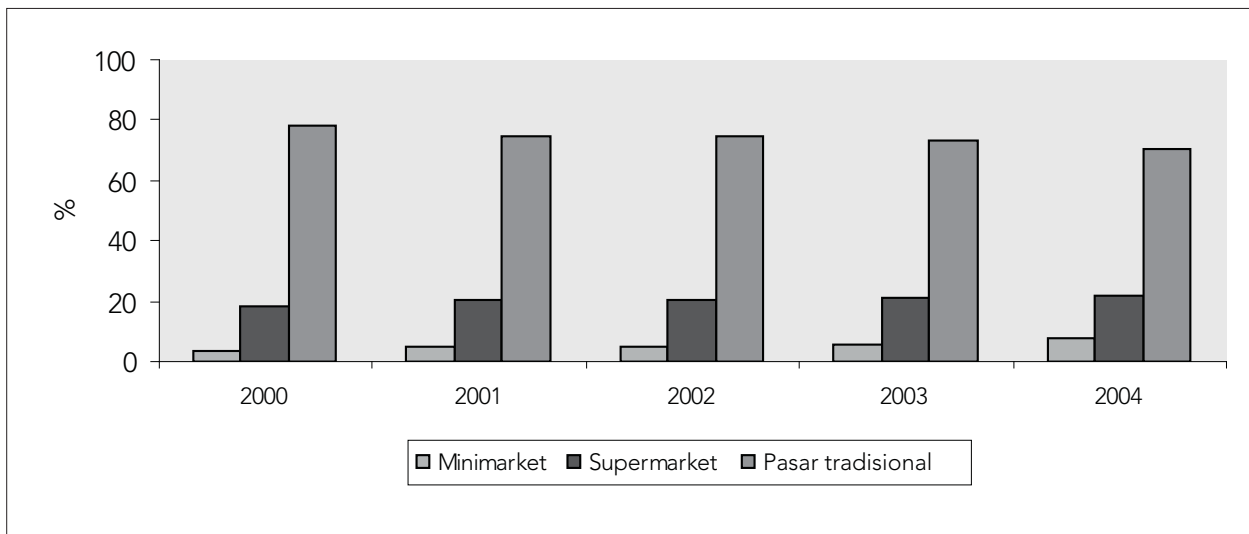
Penjelasan utama, mungkin, adalah perubahan aturan penanaman modal asing (*foreign direct investment* – FDI) di industri retail modern Indonesia di tahun 1998. Di tahun itu, aturan tentang larangan penanaman modal asing di industri ini dicabut, sebagai salah satu bagian dari Lol (*Letter of Intent*) dengan IMF. Sebagai akibat langsungnya, dua kelompok *chain-hypermarket* dunia, yaitu *Carrefour* and *Continental* – yang berasal dari Perancis – segera menampakkan pusat-pusat bisnisnya di beberapa kota-kota besar Indonesia.

Hampir semua indikator ekonomi mendukung ke arah perkembangan pelaku retail modern. Salah satu yang penting adalah tingginya tingkat urbanisasi di Indonesia, yang kemudian memberikan potensi pasar yang sangat besar bagi pelaku retail modern di kota-kota besar.

Berkaitan dengan urbanisasi, perkembangan usaha retail modern juga didukung dengan kembali semaraknya pasar properti dan real estat. Menurut beberapa studi, berkembangnya hunian modern (misalnya real estat) berkorelasi positif dengan perkembangan gerai atau toko-toko retail modern.

Perkembangan pesat dari industri retail modern ini juga terlihat dari semakin kecilnya pangsa pasar yang dimiliki oleh pasar jasa perdagangan retail tradisional, dan dengan demikian, semakin besarnya pangsa pasar yang dimiliki oleh jasa perdagangan retail modern (Gambar 8) - (sumber: AC Nielsen, 2004, dikutip dari Poesoro, A., 2007). Pangsa pasar pelaku retail tradisional mengalami penurunan semenjak tahun 1998, bertepatan dengan dihilangkannya larangan investasi asing di sektor industri ini. Lebih tepatnya, pangsa pasar jasa perdagangan retail tradisional menurun sebanyak 8% selama periode tahun 2000-04.

Gambar 8.
Pangsa retail Indonesia berdasarkan tempat penjualan,
Indonesia, 2000-04

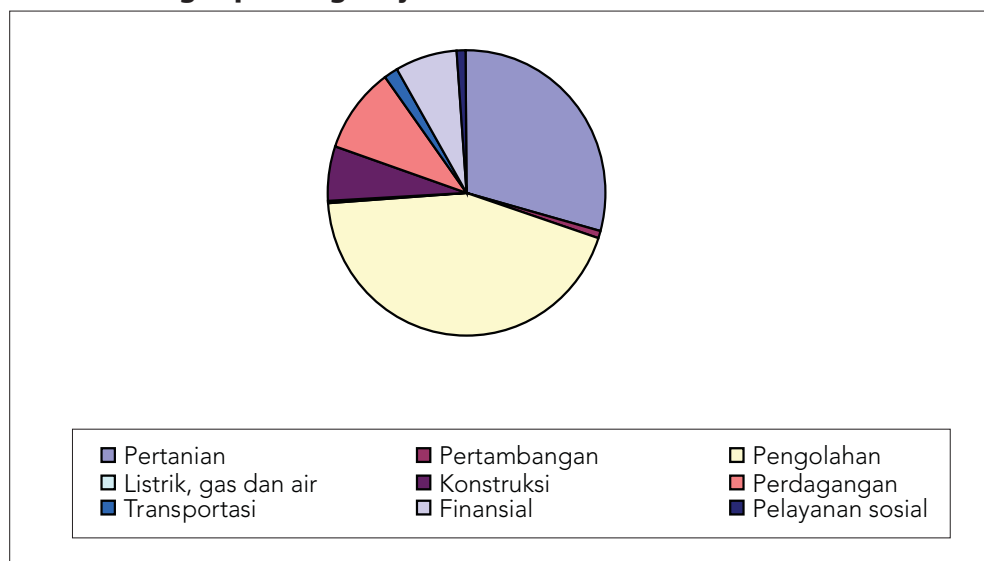


Terdapat tiga alasan tentang mengapa industri jasa perdagangan retail modern dijadikan fokus dalam program APINDO. Pertama, seperti juga di industri sepeda motor, industri jasa perdagangan retail modern mengalami perkembangan yang sangat pesat setelah krisis. Secara khusus, masuknya banyak pelaku pasar baru – yang didorong oleh semakin kondusifnya iklim investasi di sektor ini – membuat peluang bisnis di sektor ini sangat besar. Hal ini digambarkan dari maraknya rencana ekspansi oleh beberapa perusahaan retail modern besar yang saat ini ada di Indonesia. Misalnya:

- ♦ *Carrefour* berencana akan membuka 9 gerai baru di tahun 2007 ini, menambah stok gerainya yang sudah mencapai 30 di Indonesia saat ini.
- ♦ Sampai Juni 2007, *Group Hero* telah membuka 23 gerai baru dan masih akan terus bertambah di masa mendatang.
- ♦ *Metro Cash and Carry*, yaitu sebuah kelompok usaha retail modern dari Jerman, akan membuka 20 gerai perkulakan di Indonesia, yang mencakup kota-kota besar di Indonesia, termasuk Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Bali, dan beberapa kota di Sumatera

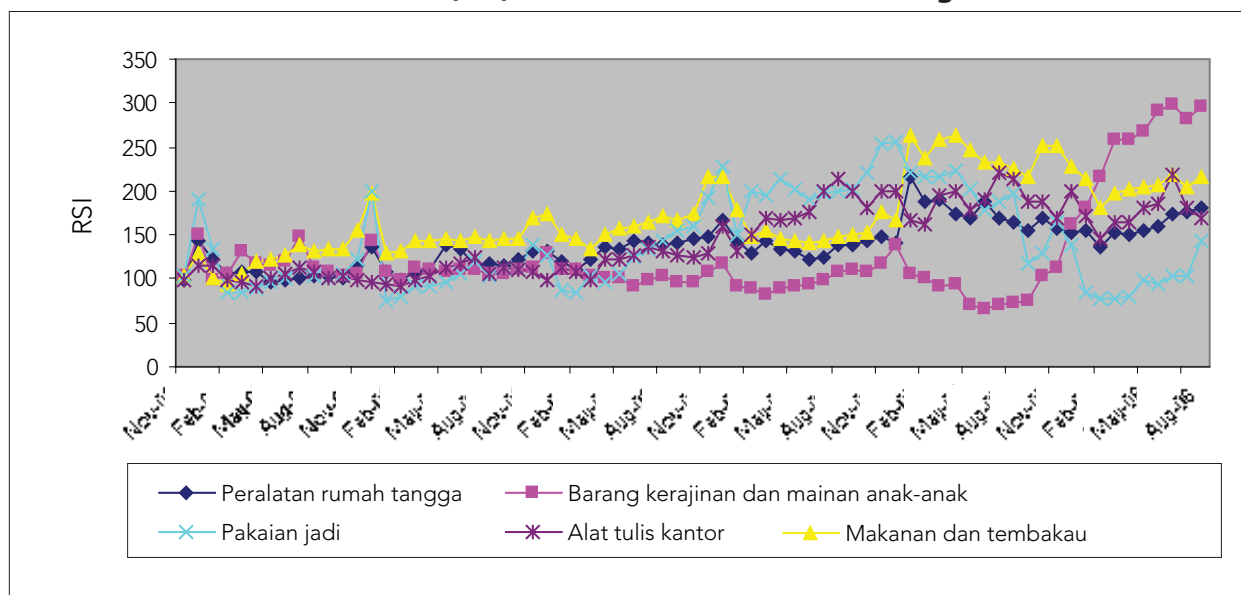
Alasan kedua adalah, sektor retail modern termasuk sektor yang banyak menyerap tenaga kerja. Hal ini diilustrasikan oleh Gambar 9, yang menunjukkan bahwa pangsa peluang kerja di sektor perdagangan – sektor yang mencakup industri jasa perdagangan retail modern – menempati urutan ketiga terbesar setelah pangsa peluang kerja di sektor pertanian dan pengolahan. Secara khusus, dapat dikatakan bahwa sektor perdagangan retail modern membutuhkan banyak tenaga kerja dengan kemampuan untuk menjual (*marketing skill*).

Gambar 9.
Pangsa peluang kerja sektor formal, Indonesia, 2001



Alasan ketiga adalah, semakin kondusifnya iklim investasi di sektor jasa perdagangan retail moderen ini juga diikuti dengan semakin besarnya permintaan konsumen, yang juga ditunjang dengan terus berlangsungnya peralihan konsumen dari pasar retail traditional ke pasar retail moderen (lihat Gambar 8). Hal ini diilustrasikan oleh Gambar 10, dimana meningkatnya tren Retail-Sales-Index (RSI) dari semua kelompok barang konsumsi yang biasa dijual di pasar retail moderen – walaupun dalam jangka pendek tren-tren tersebut cenderung berfluktuasi.

Gambar 10.
Retail Sales Index (RSI) Indonesia, November 2000-August 2006



III. KAPASITAS PENYERAPAN TENAGA KERJA & KEBUTUHAN PELATIHAN: TEMUAN STUDI LAPANGAN

III.1. Industri Sepeda Motor

Hasil wawancara dengan beberapa *stakeholder* industri sepeda motor, utamanya dengan PT. Astra International (AI) sebagai *holding company* dari PT. Astra Honda Motor (AHM) dan para *vendor*-nya seperti PT. Yutaka dan PT. Showa, mengkonfirmasi gambaran sebagaimana ditemukan melalui analisis data sekunder di atas bahwa perkembangan industri sepeda motor cukup menggembirakan. Pimpinan perusahaan-perusahaan yang diwawancarai menyatakan bahwa produksi *parts* dan perakitan (*assembly*) sepeda motor di perusahaannya masing-masing mengalami peningkatan, baik dari aspek produksi maupun dari aspek penjualan. Demikian juga, mengikuti peningkatan penggunaan sepeda motor, kebutuhan terhadap jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor (*maintenance & service*) juga ikut berkembang.

Sebagai gambaran, untuk produksi *parts* dan perakitan, PT. AHM tahun 2005 membangun tambahan pabrik baru di Cikarang dengan kapasitas produksi 120.000/bulan. Penambahan pabrik di Cikarang ini menambahkan jumlah pabrik kelompok usaha ini menjadi 3, dan kapasitas produksi terpasang menjadi 3.000.000 (tiga juta). Sementara ini, produksi riil per 2006 mencapai titik 2.350.000 unit.

Menurut data resmi dari website AHM, jumlah tenaga kerja per Mei 2007 adalah 13.027 orang. Tenaga kerja ini menyebar dalam 3 pabrik tersebut, di satu kantor pusat, 1 Dies and Mould Division, dan 1 AHM Training Center. Diperkirakan, satu pabrik dapat menampung tenaga kerja sebanyak 4.000 orang. Perkiraan ini sejalan dengan hasil wawancara, bahwa dalam rangka operasi pabrik baru tahun 2006, direkrut tenaga kerja sebanyak 3.000 sampai 5.000 orang.

Jelas dari informasi website maupun hasil wawancara bahwa penyerapan tenaga kerja dalam jumlah besar biasanya terjadi ketika dibuka pabrik baru. Pabrik baru ini dibuka pada saat market lagi "up".

Kondisi market yang lagi "up" yang menuntut perusahaan membuka pabrik baru tentu tidak hadir setiap tahun. Akan dibutuhkan waktu beberapa tahun lagi untuk menemukan kondisi tersebut, dan pada saat tersebut penerimaan massal dapat terjadi.

Namun demikian, toh andaikata tidak ada penambahan jumlah produksi yang signifikan pada saat pasar sedang baik, kebutuhan tenaga kerja secara periodik tetap ada dikarenakan penggantian tenaga kerja kontrak yang habis masa kerjanya. Kondisi ini tidak terlepas dari adanya peraturan ketenagakerjaan saat ini yang tidak fleksibel, yang menyebabkan industri lebih memilih menggunakan tenaga kerja kontrak daripada tenaga kerja tetap.

Di luar sub-industri *parts* dan perakitan, usaha perawatan sepeda motor juga merupakan sub-industri yang menjanjikan penyerapan tenaga kerja. Untuk perawatan sepeda motor di kelompok usaha Astra, terdapat setidaknya 20.000 AHASS (Astra Honda After Sales Service) di Indonesia dengan rata-rata kapasitas penyerapan tenaga kerja 5 orang mekanik tiap bengkel AHASS. Dengan demikian, ada kapasitas penyerapan tenaga kerja sekitar 100.000 orang. Dengan

tingkat *turn-over* 10% per tahun saja, ada kebutuhan 10.000 orang mekanik per tahun – hanya di kelompok usaha Astra.

Dalam hal latar belakang pendidikan tenaga kerja, hasil wawancara menghasilkan gambaran bahwa permintaan tenaga kerja untuk operasi pabrik lebih banyak pada lulusan STM atau SMA dan sederajat, sementara permintaan tenaga kerja untuk lulusan sarjana terlalu sedikit. Perbandingan yang diberikan adalah 1 : 1.000 atau satu sarjana berbanding 1.000 lulusan STM atau SMA.

Employability (atau kesiapkerjaan) dari para lulusan pendidikan formal ini senantiasa menjadi persoalan. Hasil wawancara mengungkapkan bahwa pelaku industri menghadapi *gap* yang jauh antara kebutuhan dunia industri dengan lulusan pendidikan formal, dalam hal ini pendidikan menengah atas, khususnya sekolah kejuruan (STM). Dari data historis rekrutmen tenaga kerja kelompok usaha Astra, tidak lebih dari 15% pelamar kerja yang memenuhi kualifikasi yang dibutuhkan perusahaan.

Bagi calon tenaga kerja yang memenuhi kualifikasi pun, perusahaan masih harus memberikan pelatihan intensif yang berbiaya tinggi untuk menyiapkan tenaga kerja tersebut agar siap bekerja.

Menurut pengalaman ASTRA, hanya beberapa lembaga pendidikan yang selama ini mampu menghasilkan lulusan yang memenuhi standar kompetensi mereka. Lembaga-lembaga pendidikan itu adalah Akademi Teknik Mesin Industri (ATMI) Solo, Politeknik Manufaktur (Polman) Bandung, Polman ASTRA, dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Santo Mikael Solo. Keempat lembaga pendidikan ini mampu menghasilkan lulusan dengan kompetensi yang memenuhi standar ASTRA, baik secara teknis maupun *behavioral*.

Idealnya, pelaku usaha mengharapkan lulusan sekolah menengah atas memenuhi beberapa kualifikasi dasar sehingga materi pelatihan dapat fokus pada produk spesifik perusahaan tanpa mengulang dasar-dasar pengetahuan dan ketrampilan yang seharusnya sudah didapat di pendidikan formal. Apabila hal ideal tersebut tersedia, berarti membantu perusahaan menghemat biaya pelatihan calon tenaga kerja.

Ada dua kategori kompetensi yang senantiasa ditekankan sebagai pegangan dalam melihat kompetensi tenaga kerja, baik yang baru direkrut maupun yang sudah lama bekerja. Kategori pertama adalah *technical*, dan kategori kedua adalah *behavioral*. Termasuk dalam kategori *technical* adalah juga *thinking ability* yang mencakup kemampuan *numerical*, *abstraction*, dan lain-lain.

Untuk memastikan terpenuhinya standar kompetensi pada kedua kategori ini, maka dilakukan beberapa tes sebelum seseorang diterima untuk menjadi karyawan AHM. Tes pertama adalah tes *thinking ability*, yang biasanya menjaring 40% dari peserta tes.

Ke-40% lulusan peserta tes pertama ini kemudian akan menjalani tes perilaku. Biasanya, 38,5% dari peserta tes perilaku ini, atau 15% dari peserta tes awal, akan dijarah dalam proses seleksi berikutnya.

Lulusan tes perilaku kemudian akan menjalani *medical test*, dan biasanya 67% dari mereka, atau 10% dari peserta tes awal, akan diterima sebagai karyawan pemula AHM.

III.2. Industri Jasa Perdagangan Retail Modern

Melengkapi studi tentang pesatnya pertumbuhan industri jasa perdagangan retail modern yang dikemukakan pada bagian sebelumnya, studi ini juga dilaksanakan dengan melakukan wawancara dengan sejumlah nara sumber pelaku usaha retail modern.

Menurut para pelaku usaha, tahun 2007 dan 2008 ada tambahan sekitar 1.000.000 (satu juta) m² lantai Mall/Retail Modern hanya di Jakarta. Hal itu berarti ada kebutuhan tenaga kerja sejumlah sekitar 100.000 orang untuk *sales promotion person* (SPP) karena setidaknya dibutuhkan 1 (satu) orang SPP untuk tiap 10 (sepuluh) m². Kebutuhan SPP ini secara sederhana dapat dilihat dari banyaknya iklan lowongan kerja SPP di berbagai surat kabar nasional maupun lokal. Yang dimaksudkan dengan SPP disini adalah pegawai di suatu *counter* retail modern (selanjutnya disebut: toko) yang bertugas untuk melayani calon pembeli barang yang diperdagangkan di toko tersebut.

Para pelaku usaha menyarankan APINDO untuk memfokuskan pelatihan yang pada SPP mengingat beberapa pertimbangan: 1) pertumbuhan industri yang tinggi sehingga membutuhkan banyak tenaga kerja; 2) rendahnya kualitas calon SPP dalam hal ketrampilan dan perilaku; dan 3) belum tersedianya unit/standar kompetensi, kurikulum, dan modul pelatihan SPP.

Studi ini menemukan bahwa untuk melatih seorang SPP agar memenuhi kualifikasi kebutuhan industri ternyata dibutuhkan waktu yang cukup panjang. Setidaknya dibutuhkan waktu 3 (tiga) bulan pelatihan untuk menghasilkan SPP yang siap bekerja. Penyusunan/pengembangan unit kompetensi, kurikulum dan modul pelatihan dengan memanfaatkan beberapa materi pelatihan yang tersedia dan tersebar di berbagai perusahaan yang umumnya belum tersusun secara sistematis, diyakini para pelaku usaha akan memberikan kontribusi yang baik bagi perkembangan industri retail modern.

IV. THREE IN ONE

Three in One adalah salah satu paradigma yang sedang dipromosikan oleh Departemen Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabinet Indonesia Bersatu. Paradigma ini menekankan kesejajaran antara tiga komponen dalam sistem pelatihan nasional yaitu pelatihan, sertifikasi dan penempatan. Dalam paradigma ini, sebuah pelatihan akan dipandang efektif jika pada saat yang sama memastikan penempatan para lulusan pelatihan dan terakunya capaian kompetensi yang sudah diperoleh melalui proses sertifikasi.

Berangkat dari paradigma tersebut, pada proses studi juga dilakukan sekaligus untuk menjajaki mitra yang dapat diajak bekerja sama, baik dalam proses pelatihan maupun dalam proses penempatan para lulusan pelatihan.

Hasilnya, dalam kaitan dengan pelatihan di bidang otomotif, adalah didapatkannya komitmen dari PT. Astra International dan *vendor*-nya PT. Yutaka dan PT. Showa untuk mendukung APINDO mengembangkan materi pelatihan dan melaksanakan *pilot project* pelatihan bagi calon tenaga kerja. Tiga bidang ditetapkan sebagai fokus pelatihan yaitu: 1) **Machining** (yang merupakan *core competence* PT. Showa; 2) **Welding** (*core competence* PT. Yutaka); dan 3) **Mekanik** (lingkup bisnis AHM, dengan didukung Astra Aspira dibawah supervisi Yayasan Dharma Bhakti Astra (YDBA) – yayasan nir laba Astra).

Perusahaan perusahaan tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam: 1) penyusunan/pengembangan materi pelatihan; 2) pelaksanaan pelatihan (plus praktek kerja) dengan menggunakan fasilitas pusat pelatihan yang dimilikinya; dan 3) perekrutan tenaga kerja hasil pelatihan.

Ketiadaan unit/standar kompetensi, kurikulum dan modul untuk *Machining* dan *Welding* yang disiapkan pemerintah menghadirkan tantangan tersendiri dalam kerja sama ini. Demikian juga untuk Mekanik, yang sudah dibuat unit/standar kompetensinya namun belum dijabarkan dalam kurikulum dan modulnya. Harapannya adalah bahwa kerja sama program yang digalang APINDO ini akan dapat memberikan kontribusi penting untuk mengisi kekosongan tersebut. Standar kompetensi, kurikulum maupun modul yang akan disusun dapat dijadikan referensi pemerintah untuk pengembangan kurikulum pendidikan formal dan bagi peningkatan kualitas BLK (Balai Latihan Kerja) milik pemerintah.

Dalam kaitan dengan pelatihan di bidang pelayanan pelanggan untuk pusat-pusat retail, APINDO juga sudah mendapat komitmen dari PT Wacoal Indonesia untuk kebutuhan praktek kerja saat pelatihan, dan untuk penyaluran tenaga kerja pasca pelatihan. Demikian pula, APINDO mendapatkan dukungan dari IIFI (*Indonesia International Fashion Institute*) yang berkomitmen untuk ikut menyusun/mengembangkan unit/standar kompetensi, kurikulum, dan modul pelatihan SPP; sekaligus sebagai pelaksana dan penyedia sarana dan prasarana pelatihan.

Untuk bidang ini, pelibatan unsur pemerintah dan BLK sangat minim (terbatas pada forum *focus group discussion*) karena mereka tidak memiliki perhatian untuk bidang ini. Setelah unit/standar kompetensi, kurikulum, modul pelatihan, dan pelatihannya sendiri terlaksana, akan disosialisasikan ke berbagai pihak termasuk pemerintah dan BLK untuk pemanfaatan dan

pengembangan lebih lanjut. Meskipun demikian, pihak Depdiknas dan Depnaker telah menyatakan komitmennya untuk ikut terlibat dalam program ini.

Focus Group Discussion yang dilaksanakan pada tanggal 2 Oktober 2007 juga mendatangkan komitmen dukungan dalam rangka sertifikasi. Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Otomotif adalah salah satu LSP yang sudah menyatakan dukungannya secara tegas untuk proses sertifikasi para lulusan pelatihan. Untuk lulusan pelatihan SPP, belum didapatkan komitmen dari lembaga tertentu, karena lembaga sertifikasi profesi untuk bidang ini belum ada.

V. MATERI PELATIHAN

Pada dasarnya materi pelatihan yang mencakup unit/standar kompetensi, kurikulum, dan modul pelatihan akan disusun/dikembangkan dan dilaporkan dalam suatu laporan terpisah yang bersifat sangat teknis.

Pada bagian ini hanya akan disampaikan beberapa hal utama menyangkut materi pelatihan. Secara khusus pembahasan jasa perdagangan retail moderen dalam laporan ini akan mendapat ruang lebih dibandingkan pelatihan otomotif sepeda motor, karena dasar-dasar pelatihan retail moderen belum terstruktur secara mencukupi.

V.1. Pelatihan untuk Industri Sepeda Motor

Materi pelatihan untuk *Machining* dan *Welding* sampai laporan ini ditulis belum diperoleh gambarannya secara sistematis, tetapi akan terus dipelajari dan dikembangkan. Pengembangan ini kiranya akan berujung pada perumusan Unit Kompetensi, Kurikulum, dan Modul Pelatihan.

Untuk materi pelatihan mekanik sepeda motor, sumber dari SKKNI dan pengalaman dari para pelaku industri menyarankan pegangan-pegangan dasar sebagai berikut:

1. Profesi sebagai mekanik sepeda motor adalah profesi yang dijalani dengan jaminan keamanan lapangan kerja dan masa depan karier yang baik. Mereka yang menjalaninya memiliki rasa aman karena tidak terancam kehilangan pekerjaan karena faktor usia. Bahkan, semakin mereka berpengalaman, mereka bisa menanjak ke tingkatan jabatan yang lebih tinggi dan dengan berbekal pengalaman yang ada mereka dapat membuka bengkel sendiri. Karena itu, persoalan visi dan motivasi tidak terlalu bermasalah.
2. Bahwa pekerjaan sebagai mekanik adalah pekerjaan yang *highly skilled*. Karena itu, pelatihan yang berpusat pada ketrampilan mau tidak mau menjadi pilihan. Memusatkan pelatihan pada ketrampilan berarti mengalokasikan banyak waktu untuk praktek.
3. Kompetensi sikap adalah dimensi kompetensi yang melekat erat pada profesi ini. Ketelitian dan keuletan, misalnya, adalah hal-hal yang tidak bisa dikompromikan. Karena itu fokus perhatian pada pengembangan sikap harus sebanding dengan pengembangan ketrampilan, dan harus sungguh diperhatikan dalam pelatihan.
4. Walaupun pengetahuan dapat diperoleh dari praktek, tentu saja tetap diperlukan waktu khusus di luar praktek untuk memberikan tambahan pengetahuan kepada para peserta pelatihan.

Berangkat dari pemahaman tersebut, maka materi pelatihan mekanik sepeda motor akan mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Sekalipun diperkirakan tidak terlalu bermasalah, program ini ingin mengembangkan peserta pelatihan sebagai calon pengemban profesi yang punya visi. Maka pada dimensi Visi, akan

ditanamkan 5 komponen visi yang dapat membawa para peserta pelatihan menyadari profesi mereka sebagai sebuah profesi yang bernilai. Lima visi tersebut menempatkan profesi mekanik sepeda motor sebagai: 1) sumber pendapatan yang bernilai, 2) pemenuhan tanggung jawab sosial, 3) kesempatan mewujudkan kepuasan kerja, 3) kesempatan masuk ke jenjang karir berikutnya atau bahkan menjadi wirausaha, dan 5) kesempatan membangun *life skills*.

2. Pada dimensi pengetahuan, diidentifikasi materi-materi berikut sebagai komponen pengetahuan yang harus dimiliki. Ini sejalan dengan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI): General Knowledge: Gambaran industri sepeda motor, gambaran bisnis bengkel sepeda motor, administrasi perbengkelan, dasar-dasar kewirausahaan, dasar-dasar *customer service*, dan dasar-dasar *emotional intelligence*; Specific Knowledge: Sistem hidrolik, *engine*, kepala silinder, sistem pendingin, sistem bahan bakar mesin, unit kopling manual dan otomatis, sistem rem, sistem kemudi, sistem suspensi, rantai, baterai, sistem kelistrikan, sistem pengapian, gambar teknik, peralatan dan perlengkapan di tempat kerja, operasi penanganan manual, alat ukur, teknik pematiran, komponen-komponen operasi dan perbaikan, dan prosedur K3L (Kesehatan dan Keselamatan Kerja dan Lingkungan).
3. Dengan mengacu pada SKKNI, materi ketrampilan akan dipetakan sebagai berikut. Problem Solving: Melakukan operasi penanganan manual; melepas kepala silinder, menilai komponen-komponennya, merakit kepala silinder; merakit dan memasang sistem rem berikut komponen-komponennya; memeriksa sistem kemudi; memeriksa sistem kemudi; memeriksa sistem suspensi; menguji, memelihara, dan mengganti baterai; perbaikan ringan sistem kelistrikan; memperbaiki sistem pengapian; Maintenance: Memelihara komponen-komponen operasi dan perbaikan; memelihara sistem hidrolik; memelihara *engine* dan komponen-komponennya; memelihara sistem pendingin berikut komponen-komponennya; memelihara sistem bahan bakar bensin; memelihara unit kopling manual dan otomatis; memelihara sistem rem; memelihara sistem suspensi; memelihara rantai; Administering: Menggunakan dan memelihara peralatan dan perlengkapan di tempat kerja; menggunakan dan memelihara alat ukur; Technical Comprehension: Membaca dan memahami gambar teknik; melakukan teknik pematiran; memahami prosedur K3L. Selain itu, ketrampilan-ketrampilan seperti ketrampilan komunikasi, team work, pelayanan pelanggan, dan ketrampilan belajar perlu juga dikembangkan dalam pelatihan ini.
4. Menopang perhatian pada dimensi pengetahuan dan ketrampilan, pengembangan dimensi sikap akan mencakup sikap-sikap personal dan sikap-sikap inter-personal. Sikap-sikap personal yang ingin dikembangkan secara khusus adalah *work standards*, *initiative*, *attention to detail*, *patience*, dan *persistence*; sementara sikap-sikap inter-personal yang ingin dikembangkan secara khusus adalah *assertiveness*, *leadership*, *team orientation*, dan *responsiveness*.

Materi-materi pelatihan ini tentu perlu diterjemahkan secara cermat dalam rancangan program pelatihan, dengan didukung metode pembelajaran dan penilaian yang cermat.

V.2. Pelatihan untuk Industri Jasa Perdagangan Retail Modern

Materi pelatihan untuk Sales Promotion Person (SPP) dikembangkan sendiri berdasarkan beberapa pemahaman dasar:

1. Bahwa pekerjaan sebagai SPP adalah pekerjaan yang dianggap sangat sederhana dan merupakan pekerjaan tanpa jalur karier yang jelas. Para pekerjanya sulit melihat masa depan dan mendapat kepuasan dari pekerjaan seperti ini kecuali penghasilan yang didapatkan, baik untuk kepentingan diri maupun untuk kepentingan keluarga. Ketiadaan visi yang bermakna tersebut akan mempengaruhi kinerja mereka.
2. Karena dipandang sebagai pekerjaan yang sederhana, para calon maupun mereka yang sudah menjadi SPP tidak membekali diri atau dibekali dengan pengetahuan yang memadai, yang memungkinkan mereka membangun karier dan menjalani pekerjaan ini dengan sikap dan perasaan yang positif. Padahal, kepemilikan atas pengetahuan yang memadai akan membuat mereka mampu membangun karier dan masa depan yang lebih baik melalui profesi ini.
3. Bahwa waktu yang tersedia untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan sederhana di lantai penjualan adalah kesempatan yang berharga untuk mengembangkan sikap-sikap profesional dalam bekerja. Karena itu, jika arah dari pengembangan sikap ini bisa dipetakan dengan baik, maka akan berkembang pula sikap-sikap profesional dalam diri para (calon) SPP, yang selanjutnya akan memberikan kontribusi pada kinerja mereka di lantai penjualan dan peluang berkembang di masa yang akan datang.
4. Bahwa ramuan ketrampilan untuk menjalani profesi ini tidaklah sederhana jika ingin menghasilkan SPP yang bertahan dalam perjuangannya membangun karier dan masa depan. Karena itu, identifikasi atas jenis-jenis ketrampilan yang harus dikuasai oleh seseorang yang akan menjalani profesi ini amat penting.

Maka melalui eksplorasi yang dilakukan melalui studi pustaka, observasi, dan wawancara-wawancara singkat, dirumuskan gambaran materi pelatihan sebagai berikut:

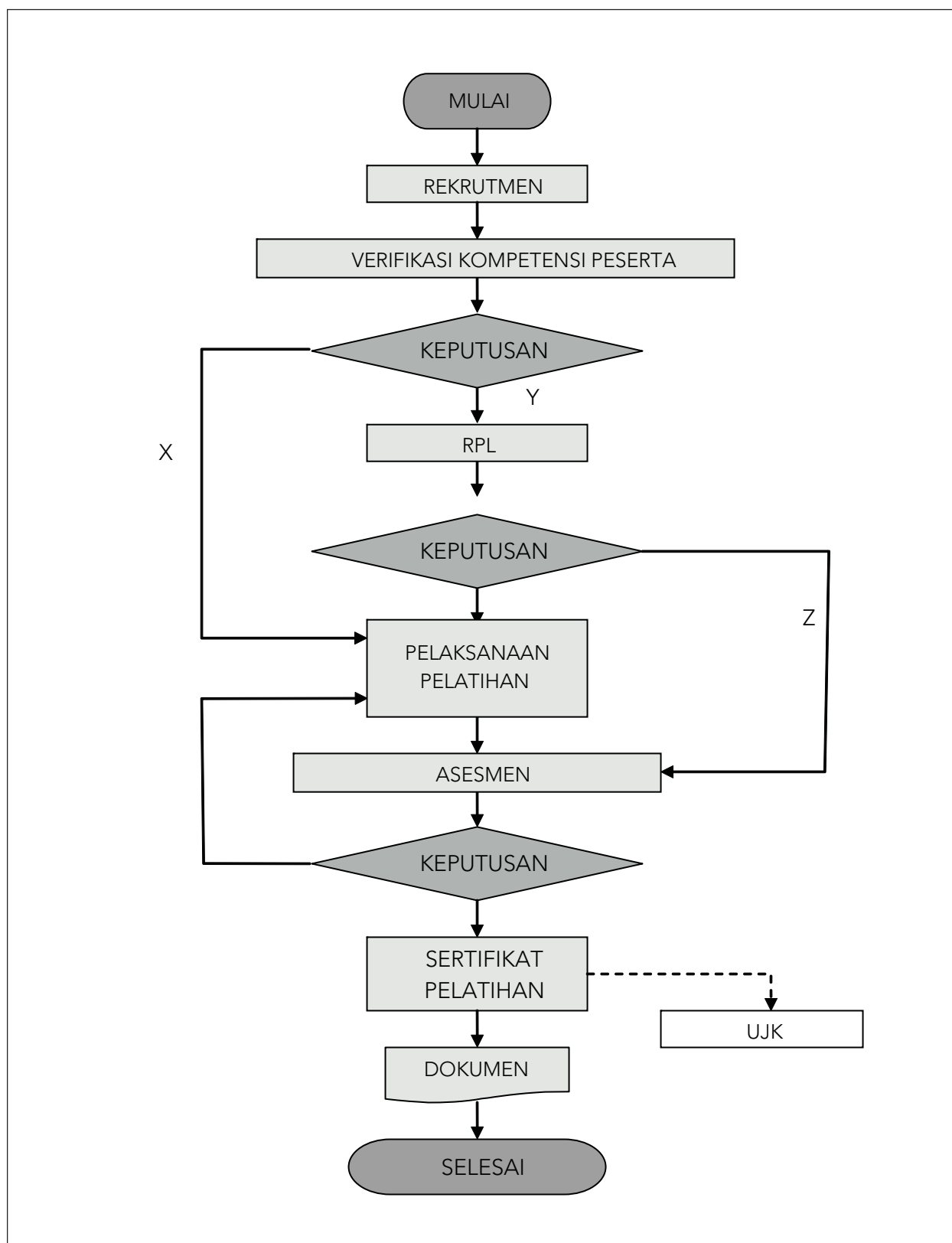
1. Materi pelatihan akan dirancang sedemikian rupa sehingga menghasilkan “A Great Sales Person”, yakni seorang SPP yang mempunyai visi, cerdas, trampil, dan punya sikap profesional (*visionary, smart, skilful, and professional in terms of attitude*). Ciri-ciri itu sejalan dengan empat dimensi yang akan dikembangkan dalam pelatihan ini, yakni dimensi visi, pengetahuan, ketrampilan, dan sikap.
2. Pada dimensi Visi, yang ingin ditanamkan adalah 5 komponen visi yang dapat membawa para peserta pelatihan menyadari bahwa profesi SPP adalah sebuah profesi yang bernilai. Lima visi tersebut menempatkan SPP sebagai: 1) sumber pendapatan yang bernilai, 2) pemenuhan tanggung jawab sosial, 3) kesempatan mewujudkan kepuasan kerja, 3) kesempatan masuk ke jenjang karir berikutnya, dan 5) kesempatan membangun *life skills*.
3. Pada dimensi Pengetahuan, diarahkan untuk memperkaya pengetahuan para calon SPG/B dengan 7 Topik Pengetahuan Umum dan 6 Topik Pengetahuan Khusus. Ketujuh topik pengetahuan umum itu adalah: 1) gambaran industri ritel, 2) gambaran bisnis ritel, 3) gambaran manajemen ritel, 4) *customer service*, 5) *emotional intelligence*, 6) *salesmanship*, dan 7) dasar-dasar *product knowledge*. Sementara, pengetahuan khusus mencakup: 1) *job*

description, 2) *job requirement*, 3) teknik-teknik penjualan, 4) teknik-teknik ekspresi diri, 5) teknik-teknik *customer service*, dan 6) perilaku pelanggan.

4. Pada dimensi Ketrampilan, perlu dikembangkan 22 jenis ketrampilan khusus, yang merupakan elaborasi dari 7 ketrampilan generik. Ketujuh ketrampilan generik itu adalah: 1) komunikasi, 2) interaksi, 3) *teamwork*, 4) penjualan, 5) administrasi, 6) ekspresi diri, dan 7) ketrampilan pembelajaran. Untuk ke 22 jenis ketrampilan khusus tersebut lihat lebih lanjut dalam laporan terpisah mengenai teknis pelatihan.
5. Sementara pada dimensi Sikap/Perilaku, kami melihat perlu dikembangkan 12 sikap/nilai dasar. Lima di antaranya personal (kerja dengan standar tinggi, pengorganisasian diri, inisiatif, perhatian pada hal hal detail dan kesabaran); dan tujuh di antaranya bersifat inter-personal (*assertiveness, leadership, persistence, persuasiveness, flexibility/versatility, team orientation, dan responsiveness*).

Materi-materi pelatihan ini tentu masih perlu dijabarkan dalam unit-unit kompetensi, dalam kurikulum dan silabus, dan dilaksanakan dengan dukungan nara sumber dan fasilitator yang kompeten, serta lingkungan pelatihan yang layak.

VI. PROSES-PROSES UTAMA DALAM PELATIHAN¹



¹ Diambil dari Lampiran Peraturan Direktur Jenderal Pembinaan, Pelatihan, dan Produktivitas tentang 'Pedoman Pelatihan Berbasis Kompetensi'

Keterangan:

X : Peserta pelatihan yang mengikuti PBK untuk seluruh unit kompetensi.

Y : Peserta pelatihan yang mengikuti PBK untuk unit-unit kompetensi tertentu.

Z : Peserta dapat langsung mengikuti Asesmen, tidak perlu mengikuti PBK

Gambaran proses pelatihan mengikuti Diagram Alir di atas adalah sebagai berikut:

1. Rekrutmen
 - a. Pendaftaran calon peserta pelatihan.
 - b. Seleksi calon peserta pelatihan.
 - c. Pengumuman hasil seleksi calon peserta pelatihan.
2. Verifikasi Kompetensi Peserta
 - a. Pengumpulan dokumen-dokumen pendukung (dokumen pelatihan yang pernah diikuti, pengalaman kerja dan pengalaman lain yang relevan dengan unit kompetensi yang akan dilatih).
 - b. Pelaksanaan verifikasi dokumen-dokumen pendukung terhadap unit kompetensi yang akan dilatih.
3. Keputusan Verifikasi
 - a. Peserta pelatihan yang harus mengikuti PBK seluruh unit kompetensi (X).
 - b. Peserta pelatihan yang telah menguasai sebagian unit kompetensi masuk proses RPL (Y).
4. Proses Pengakuan Hasil Belajar/ *Recognition of Prior Learning* (RPL)
 - a. Wawancara/ interview peserta pelatihan tentang kompetensi yang telah dikuasai sesuai dokumen pendukung yang ada.
 - b. Untuk memastikan kompetensi yang dikuasai peserta pelatihan, bila perlu dibuktikan melalui metode lain yang sesuai, antara lain tes tertulis, demonstrasi, dsb.
5. Keputusan RPL
 - a. Dari hasil RPL, unit kompetensi yang dinyatakan belum memenuhi persyaratan, harus mengikuti proses PBK.
 - b. Dari hasil RPL, unit kompetensi yang dinyatakan memenuhi persyaratan, langsung mengikuti asesmen (Z).
6. Pelaksanaan Pelatihan

Proses pelaksanaan pelatihan dimulai dengan :

 - a. Menyiapkan program pelatihan sesuai dengan unit kompetensi yang ditetapkan;
 - b. Menetapkan instruktur dan mentor;
 - c. Menyediakan sarana dan fasilitas pelatihan off the job dan on the job;
 - d. Menetapkan metode pelatihan yang dianggap paling tepat untuk bidang kompetensi tertentu;
 - e. Memonitor pelaksanaan kegiatan pelatihan off dan on the job yang sedang dilaksanakan.

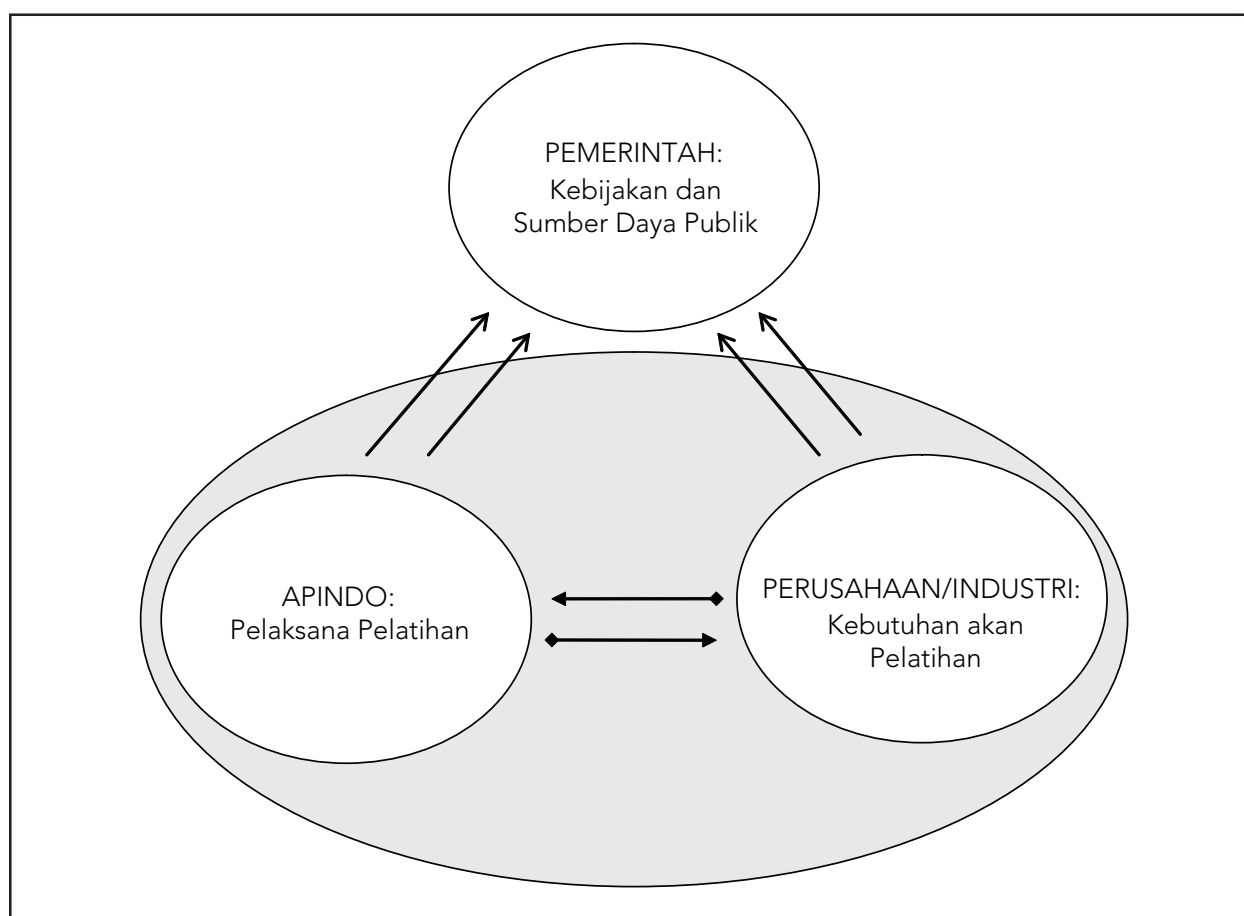


7. Asesmen
 - a. Melaksanakan asesmen kepada peserta pelatihan sesuai dengan unit kompetensi yang ditentukan.
 - b. Asesmen dapat diikuti peserta pelatihan hasil dari keputusan RPL dan hasil dari proses pelatihan.
8. Keputusan Penilaian
 - a. Peserta pelatihan yang dinyatakan memenuhi seluruh unjuk kerja yang dipersyaratkan, dinyatakan lulus.
 - b. Peserta pelatihan yang dinyatakan tidak memenuhi seluruh/ sebagian unjuk kerja yang dipersyaratkan, diharuskan mengikuti proses pelatihan terhadap unjuk kerja yang dinyatakan belum lulus.
9. Sertifikat Pelatihan
 - a. Peserta pelatihan yang dinyatakan lulus akan diberikan sertifikat pelatihan.
 - b. Sertifikat pelatihan diterbitkan oleh lembaga penyelenggara pelatihan yang bersangkutan.
10. Dokumen
 - a. Dokumen peserta pelatihan diarsipkan.
 - b. Sertifikat peserta pelatihan teregistrasi di lembaga penyelenggara pelatihan.
11. Uji Kompetensi
 - a. Peserta pelatihan yang dinyatakan lulus, direkomendasikan untuk mengikuti uji kompetensi.
 - b. Uji kompetensi dilaksanakan oleh lembaga sertifikasi profesi.

VII. PERAN APINDO

Dengan memperhatikan berbagai input yang didapat selama studi, dapat dirumuskan 2 (dua) pilihan model peran APINDO dalam paparan berikut ini.

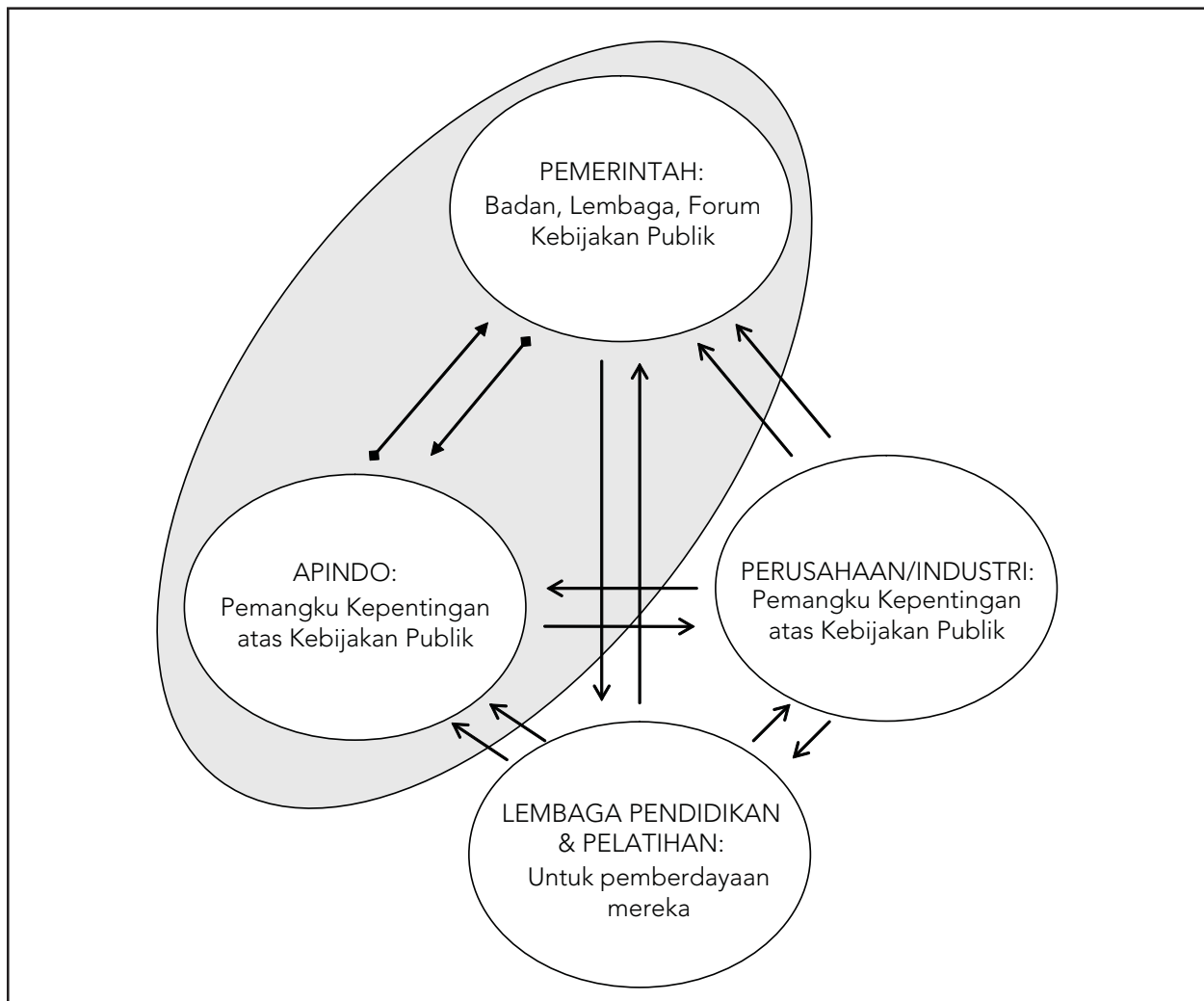
Model 1: APINDO Sebagai Penyedia Program Program Pelatihan



1. Apindo memainkan peranan sebagai *training institution*, melalui sebuah organ yang dibentuk untuk keperluan tersebut.
2. Kedekatannya dengan perusahaan-perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja, atau industri dengan kebutuhan tenaga kerja tinggi, dikapitalisasi untuk beberapa keperluan:
 - a. Mendapatkan gambaran yang lebih akurat mengenai kebutuhan skills atau kompetensi dari dunia kerja atau industri yang mau dilayani;
 - b. Mendapatkan nara sumber dan instruktur dari perusahaan-perusahaan sehingga lebih mendekatkan dunia pelatihan dengan dunia kerja nyata;
 - c. Memperoleh akses terhadap fasilitas perusahaan untuk digunakan baik sebagai tempat pelatihan maupun sebagai tempat on-the-job pelatihan; dan
 - d. Memastikan bahwa keluaran-keluaran pelatihan yang diselenggarakan dapat diserap secara optimal oleh dunia kerja atau industri.

3. Sebagai lembaga yang mewakili dunia pengusaha, Apindo memiliki posisi yang baik di hadapan pemerintah. Karena itu pemerintah tentu akan dengan senang hati membagi sumber daya yang dimiliki, antara lain perangkat lunak seperti pedoman penyusunan program pelatihan, kurikulum, silabus, dan modul. Penggunaan perangkat-perangkat seperti itu tentu akan memudahkan keperluan sertifikasi apabila hal itu diperlukan.
4. Dalam posisi yang relatif kuat di hadapan para pemain industri, Apindo dapat mempromosikan agenda-agenda sosial dalam program-program pelatihan, misalnya melibatkan lulusan dari sekolah-sekolah di daerah tertinggal sebagai peserta pelatihan atau peserta perempuan dalam program pelatihan. Dengan cara ini Apindo berperan lebih jauh dalam melibatkan perusahaan-perusahaan dalam proses *social inclusion* atau *social cohesion*.
5. Sebagaimana diindikasikan dari studi yang tengah dilakukan, perwujudan model peran Apindo sebagai penyedia program pelatihan menghadapi beberapa kendala di bawah ini:
 - a. Perusahaan dari kelompok industri yang dijadikan sasaran sudah memiliki sistem dan program-program pelatihan yang mapan, sehingga dapat terjadi tumpang tindih dan sulit dilakukan pembagian porsi pelatihan yang baik.
 - b. Modul yang dimiliki oleh sistem pelatihan perusahaan dikembangkan bertahun-tahun sehingga bernilai sebagai *property right* dan sulit di-*shared* untuk kepentingan bersama.
 - c. Lebih jauh, kesediaan membagi ilmu akan sulit didapat apabila perusahaan tersebut sudah menganggap sistem pelatihan sebagai salah satu sumber *competitive advantage*.
 - d. Karena nilai dari sumber daya pelatihan yang dimiliki, pengembangan *partnership* dengan perusahaan tersebut menuntut adanya benefit yang jelas bagi perusahaan mitra.
 - e. Karena sudah lama mengembangkan dan memiliki sistem pelatihan sendiri, pengembangan sistem baru oleh lembaga lain semacam Apindo dapat dianggap *underdog*.
6. Sejauh kendala-kendala di atas dapat diatasi secara cerdas, model peranan Apindo dalam sistem pelatihan ini dapat berkembang sebagai model *employer-owned training system* seperti yang terjadi dalam kasus Hong Kong, dengan karakteristik:
 - a. Rendah atau tidak adanya intervensi pemerintah;
 - b. *Highly employer-driven* atau *demand-driven*;
 - c. Fleksibel dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan lingkungan industrial dan lingkungan ekonomi;
 - d. Memberikan kontribusi pada daya saing di tingkat industri dan ekonomi karena menyediakan faktor kelimpahan sumber daya manusia terlatih.
7. Dalam kasus Hong Kong, kerja sama dengan asosiasi sektoral menjadi esensial.

Model 2: APINDO Sebagai Pemain Aktif Dalam Pengembangan Sistem Pelatihan Nasional



1. Apindo memainkan peranan sebagai salah satu *key stakeholder of training policies and initiatives*.
2. Perwujudan model peranan ini mengandaikan adanya kapasitas yang cukup dalam beberapa area yang berkaitan dengan posisi Apindo.
3. Area pertama adalah mobilisasi partisipasi para pengusaha dalam konsorsium/sub-konsorsium yang dibentuk dalam rangka perumusan SKKNI (Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia) dan dalam pembuatan modul-modul pelatihan. Sebagaimana diketahui, sekarang sudah dibuat 62 SKKNI, dan akan banyak lagi SKKNI yang dibuat untuk profesi atau *job* yang belum dibuatkan SKKNI-nya. Jumlah modul yang harus dibuat masih lebih banyak lagi.
4. Area kedua adalah advokasi kepentingan pengusaha dalam proses kebijakan pelatihan, sertifikasi, dan penempatan. Mungkin saja ada kebijakan yang tidak adil atau memaksa, misalnya *compulsory placement*, yang ditimpakan pada pengusaha. Apindo dalam membela kepentingan pengusaha dalam kasus-kasus demikian.
5. Area ketiga adalah pengelolaan informasi dunia kerja. Kita tidak memiliki sistem informasi dunia kerja yang *widely accessible*, yang berkemampuan mengarahkan individual angkatan

kerja dan lembaga-lembaga pendidikan dan pelatihan untuk menyiapkan diri secara efektif. Apindo dapat mendorong kerja sama pemerintah dan pengusaha untuk membangun sistem informasi ini.

6. Masih banyak persoalan *governance* di bidang pelatihan yang perlu ditangani, yang membutuhkan peran aktif Apindo, misalnya program yang lebih terfokus dengan prioritas yang jelas, pemberdayaan lembaga-lembaga pelatihan milik pemerintah (BLK), monitoring yang jelas atas program-program yang dipromosikan dan atau didanai pemerintah, dan lain-lain.
7. Model peranan ini tidak meniadakan peluang Apindo untuk menyelenggarakan pelatihan. Penyelenggaraan pelatihan adalah cara Apindo melakukan uji coba, atau memelopori, atau menciptakan model operasionalisasi program pelatihan yang sudah dibuat dalam kerja sama antara pemerintah dan pengusaha.
8. Orientasi utama dari proses-proses kebijakan dalam bidang pelatihan ini adalah pemberdayaan lembaga-lembaga pendidikan dan pelatihan, agar menghasilkan output yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan industri.
9. Core business Apindo pada sisi implementasi adalah *project piloting*.
10. Arah dari model peranan ini adalah terbangunnya sebuah sistem pelatihan nasional yang *employer-driven*, dengan *partnership* yang efektif antara pemerintah dan pengusaha, yang didukung para profesional.
11. Medan perhatian yang utama adalah Sistem Pelatihan Nasional, atau *National Skills System*, dan *Public Policies on Training*.
12. Persoalan yang segera terlihat adalah kapasitas Apindo yang masih perlu dikembangkan dalam hal-hal dasar yang berkaitan dengan sistem pelatihan nasional.

VIII. PENUTUP

Dengan memperhatikan berbagai pertimbangan yang disampaikan dalam alternatif model peran APINDO, disarankan bahwa sebaiknya APINDO mengambil peran model 2 sebagai pihak yang berperan aktif dalam pengembangan sistem pelatihan nasional.

Pilihan peran pada model 2 sekaligus akan mendorong APINDO untuk meningkatkan kemampuan penelitian dan pengembangan organisasi, baik untuk kebutuhan internal maupun eksternal. Pilihan tersebut dirasa lebih strategis dibandingkan pilihan model 1 yang menempatkan APINDO sebagai pemain langsung penyedia jasa pelatihan yang barangkali bukan merupakan *positioning* APINDO untuk lebih banyak berinteraksi di tingkatan yang strategis, dan tidak terjebak dalam kegiatan yang bersifat operasional teknis. Namun demikian, sepenuhnya adalah keputusan APINDO untuk memilih, karena apabila alternatif model 1 yang dipilih dengan pertimbangan sekaligus untuk mendapatkan *income* atas jasa pengadaan pelatihan yang dilakukan untuk pembiayaan organisasi, hal itu juga salah satu pertimbangan praktis yang mungkin diperlukan APINDO.

Kepustakaan

Poesoro, Adri (2007), "Traditional Markets in the Era of Global Competition", *SMERU Newsletter*, No. 22: April-June 2007.

World Bank (2007), "Horticultural Producers and Supermarkets Development in Indonesia", *Report No. 38543-ID*, Washington DC: The World Bank.