

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Link and match sebagai sebuah kebijakan dalam mengatasi kesenjangan antara kompetensi lulusan Pendidikan dengan kompetensi yang dibutuhkan oleh dunia usaha/dunia industri sebenarnya sudah lama diterapkan di berbagai negara untuk mengatasi masalah tingginya tingkat pengangguran pada angkatan kerja, sementara disisi lain banyak industri yang kekurangan tenaga kerja yang berkualitas. Beberapa negara yang sukses menerapkan kebijakan *link and match* diantaranya adalah Jerman, Swis, Denmark, Norwegia, Belanda, dan Luxemburg, sementara yang gagal diantaranya adalah Indonesia, Korea Selatan, dan Inggris. Kegagalan tersebut pada umumnya disebabkan oleh kurangnya dukungan pemerintah, kerja sama yang tidak berhasil, penerimaan masyarakat atas pendidikan vokasi rendah, struktur sosial yang tersentralisasi, perencanaan yang tidak terealisasi, rendahnya kualitas kontrol dan lain sebagainya (Wicaksono, 2020)

Kesenjangan antara kompetensi lulusan pendidikan dengan kompetensi yang dibutuhkan oleh dunia usaha/dunia industri tersebut akan berdampak pada banyaknya lulusan pendidikan yang tidak terserap pada dunia kerja/industri atau dengan kata lain meningkatnya pengangguran terdidik. Padahal siswa/mahasiswa masuk dan mengikuti seluruh program belajar di sekolah/universitas dan memilih jurusan atau program studi dengan tujuan agar bias masuk diterima dan sukses di pekerjaan. Tetapi ternyata salah satu indikator keberhasilan dalam pekerjaan adalah menggunakan kompetensi yang diperoleh di sekolah/universitas untuk dikembangkan di pekerjaan guna memajukan usaha (Robst, 2007).

Kuantitas pendidikan hanyalah satu cara untuk mempertimbangkan kesesuaian antara sekolah dan pekerjaan. Para pekerja mungkin akan tidak cocok jika tingkat

pendidikannya sesuai tetapi jenis sekolahnya tidak (Sloane, 2003). Sebagian besar penelitian yang telah dilakukan dalam hubungan antara lulusan pendidikan terhadap industri adalah adanya ketidakcocokan antara hasil yang diperoleh di pendidikan dengan kebutuhan di pekerjaan sehingga banyak diantara mereka yang mengalami kegagalan (Chernoff & Boudarbat, 2009).

Missmatch pendidikan secara vertikal terjadi ketika strata pendidikan dari lulusan tidak sesuai dengan kebutuhan pekerjaan di industri dan secara horizontal terjadi ketika bidang studi atau program studi yang telah ditempuh oleh siswa/mahasiswa tidak sesuai dengan bidang pekerjaan yang diperoleh. Industri sangat berkepentingan untuk mempertimbangkan bidang studi atau kompetensi yang didapat dari sekolah/universitas untuk menganalisis berbagai jenis keahlian yang diperlukan; Sekolah/Universitas tidak saja menyediakan lulusan sebagai tenaga kerja atau *human capital* secara umum, namun harus menyediakan kompetensi dari bidang studi tertentu yang memberikan keahlian dan ketrampilan khusus di pekerjaan untuk industri (Hersch & Hersch, 1975; Walters, 2004).

Para pemimpin bisnis sektor swasta percaya bahwa perbedaan ini terutama disebabkan oleh masalah dalam struktur pendidikan, kualitas dan isi sistem pendidikan, khususnya di Universitas. Sistem telah gagal memberikan keterampilan, bakat, dan orientasi pekerjaan yang dibutuhkan untuk tenaga kerja lulusan (Senarath & Patabendige, 2014). Artinya bahwa pendidikan dikatakan belum berhasil ketika masih menyisakan masalah dalam penyediaan kompetensi lulusan sebagai tenaga kerja di industri. Selain permasalahan dalam ketidakcocokan pendidikan, perlu juga dilakukan identifikasi dan kajian terhadap dampak lulusan sekolah/universitas yang tidak sejalan dengan program pendidikan, bahkan ketidakmampuan pendidikan dalam mencetak kompetensi lulusan dapat menjadikan pengangguran meningkat (Badillo Amador et al., 2008);(Diem, 2015).

Pada tabel 1.1 terlihat masih adanya tingkat pengangguran terbuka yang berasal dari tamatan perguruan tinggi.

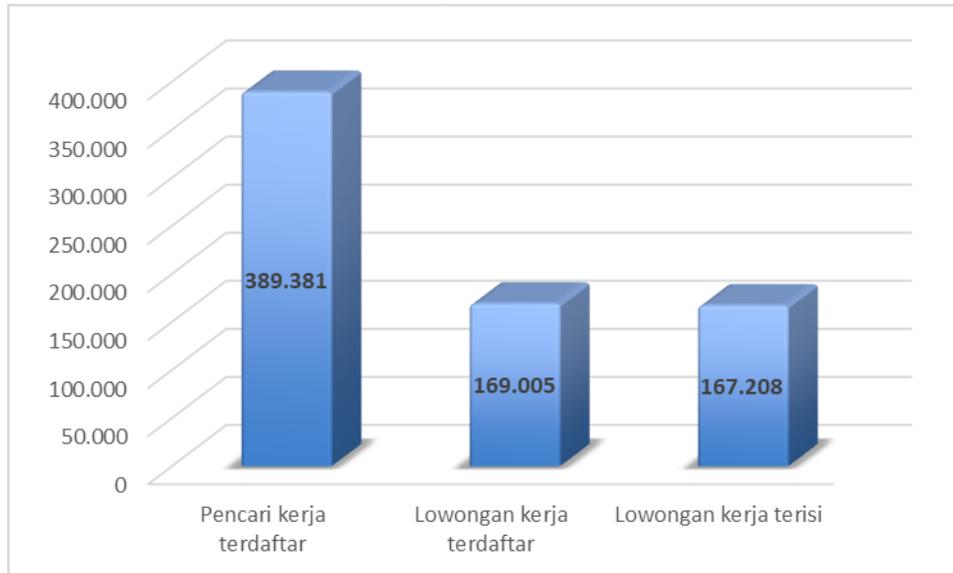
Tabel 1.1. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan (Persen) Tahun 2020 – 2022

Tingkat Pendidikan	Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan		
	2020	2021	2022
Tidak/Belum Pernah Sekolah/Belum Tamat & Tamat SD	3,61	3,61	3,59
SMP	6,46	6,45	5,95
SMA umum	9,86	9,09	8,57
SMA Kejuruan	13,55	11,13	9,42
Diploma I/II/III	8,08	5,87	4,59
Universitas	7,35	5,98	4,80

Sumber : Laporan BPS Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2020-2022

Disisi lain terdapat lowongan kerja yang belum terisi semua yang mungkin disebabkan oleh tidak terpenuhinya kompetensi para pencari/pelamar kerja sesuai dengan standar industri. Sebagai gambaran, pada gambar 1.1 terlihat adanya lowongan kerja di Provinsi Jawa Barat yang digunakan sebagai sampel lokasi dalam penelitian ini yang ternyata tidak terisi semua dan menyisakan kekosongan pada jenis pekerjaan tertentu di industri.

Gambar 1.1 Jumlah pencari kerja, lowongan kerja tersedia, dan lowongan kerja terisi di Provinsi Jawa Barat Tahun 2022



Sumber : Laporan BPS jumlah pencari kerja, lowongan kerja tersedia, dan lowongan kerja terisi di Provinsi Jawa Barat Tahun 2022

Program *link and match* sebenarnya telah dicanangkan sejak tahun 1989, namun demikian berdasarkan data statistik menunjukkan angka pengangguran ternyata masih cukup tinggi (lihat tabel 1.1), tingginya lowongan kerja yang tidak terisi (tahun 2020 sebesar 26,7%), yang disebabkan oleh rendahnya kualitas pekerja, menunjukkan bahwa sebenarnya kebutuhan industri akan tenaga kerja yang terampil kompeten masih tinggi, khususnya bagi tenaga kerja lulusan universitas dan pendidikan tinggi. Lulusan pendidikan yang tidak mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan bidang studi dan keahliannya akan mengakibatkan tingkat pendapatan yang lebih rendah, tingkat kepuasan kerja yang rendah, sehingga tingkat *turnover* pekerja juga tinggi, yang kemudian berdampak pada produktivitas pekerja (Holzer, 2013).

Tuntutan lapangan kerja industri adalah pemenuhan kebutuhan akan tenaga kerja yang terampil dan kompeten dalam berbagai jenis pekerjaan, dan ini harus bias dipenuhi oleh sistem pendidikan. Tenaga kerja terdidik yang disediakan oleh sekolah/pendidikan tinggi tidak hanya harus memenuhi kebutuhan dalam jumlah (kuantitas) tenaga kerja, tetapi juga pemenuhan kebutuhan dalam keahlian dan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja industri (Ansar, 2016). Para peneliti sebelumnya dalam membahas *link and match* atau disebut juga *education job match* menggunakan pendekatan dengan landasan teori-teori seperti: teori *human capital* yang menyatakan bahwa terdapat berbagai aspek yang dapat digunakan dalam membentuk *human capital* selain dari pendidikan (lulusan pendidikan), seperti pengalaman pekerjaan, pelatihan, dan lain-lain. Tenaga kerja yang paling produktif adalah tenaga kerja yang paling baik sehingga layak untuk mendapatkan posisi terbaik dan penghasilan yang tinggi (Allen & Weert, 2007). Permasalahan *mismatch* pendidikan dalam teori ini dipandang sebagai bagian dari pasar kerja yang tidak efisien, seperti fenomena berupa solusi sementara dengan penggantian bentuk *human capital* dengan satu bentuk yang lain. Teori *human capital* beranggapan bahwa sekolah/pendidikan tinggi mempercayai dunia kerja industri yang memerlukan keahlian dan keterampilan tersebut dan tenaga kerja dengan keahlian sudah tersedia (Allen & Weert, 2007).

Dipihak lain, teori *Credentialism* meyakini bahwa keahlian dan keterampilan akan diperoleh dan muncul dari pekerjaan saat bekerja dan pendidikan dianggap sebagai prediktor untuk menghasilkan produktivitas di masa mendatang sehingga keahlian dan keterampilan dapat dilatih dan dibentuk oleh pemberi kerja di dunia industri. Teori ini juga mempertanyakan apakah pendidikan dapat menyediakan keterampilan yang dibutuhkan sebagai bekal yang digunakan dalam pekerjaan. Teori kredensialisme juga meyakini bahwa *mismatch* antara pendidikan dan dunia industri dapat diatasi dengan pelatihan kerja di perusahaan. Apabila terjadi masalah ketidaksesuaian antara pendidikan dan dunia kerja, hal ini merupakan "gejala persediaan" (*supply phenomina*), yaitu ketidaksesuaian yang disebabkan sebagai

gejala ketidakmampuan sistem pendidikan dalam mencetak lulusan yang dapat dididik dan dilatih atau yang memiliki kemauan untuk belajar dan berlatih agar menjadi tenaga yang kompeten dan terampil yang dapat memenuhi kebutuhan industri (Chernoff & Boudarbat, 2009).

Teori *Job-matching* didasarkan pada pendapat bahwa terdapat banyak pekerjaan dengan berbagai keahlian dan keterampilan yang bervariasi dan dengan berbagai tingkat pengalaman yang berbeda seperti jenis tenaga kerja yang berbeda juga. Pada posisi kerja yang tinggi sebaiknya di duduki oleh tenaga kerja yang ahli dan terampil dan berpendidikan tinggi sehingga *mismatch* terjadi jika terdapat jumlah posisi pekerja ahli atau tenaga kerja berpendidikan tinggi saling melebihi yang lainnya (Sorenson & Kalleberg, 1981; Jovanovic, 1979).

Teori perubahan teknologi menekankan tentang perkembangan teknologi yang pesat dalam sistim ekonomi yang modern dan maju (*advance*). Dalam kondisi ini *matching* pendidikan dan pekerjaan yang dialami oleh tenaga kerja senior dan berpengalaman dalam perusahaan menjadi lebih rendah bila dibandingkan dengan tenaga kerja baru di perusahaan yang menerima pendidikan dengan kompetensi teknologi yang lebih mutakhir (Chernoff & Boudarbat, 2009).

Istilah gejala permintaan (*demand phenomina*) muncul sebagai sebutan untuk *Mismatch* antara pendidikan dan pekerjaan, dimana ketidaksesuaian tidak semata-mata disebabkan oleh sistem pendidikan yang diciptakan di sekolah/pendidikan tinggi, tetapi perusahaan/industri juga belum melaksanakan dan memfungsikan sistem pelatihan bagi tenaga kerja secara maksimal. Dengan adanya *demand phenomina* ini maka sistim pelatihan kerja bagi tenaga kerja di perusahaan harus menjadi bagian yang integral dan tersistem dalam industri atau perusahaan (Cummings, 1980).

Dalam pelaksanaan fungsi dan peran perusahaan, dimana perusahaan menyediakan pelatihan kerja bagi pekerja, maka dunia industri atau perusahaan akan berfungsi sebagai *training ground*. Dengan demikian maka produktivitas tenaga kerja dapat digunakan sebagai salah satu indikator secara langsung dalam pengawasan dan pengendalian perusahaan terhadap pekerjanya. Pelatihan yang dilakukan oleh industri

atau perusahaan menjadi tempat dan cara yang paling tepat untuk menghasilkan tenaga kerja yang kompeten, memiliki keahlian, dan siap pakai (*ready trained*), di lain pihak sistem pendidikan formal oleh sekolah/pendidikan tinggi harus mampu menghasilkan lulusan berupa tenaga potensial yang memiliki keahlian atau keterampilan dasar yang dapat dikembangkan di dunia kerja atau industri secara maksimal (Hasibuan, 1987).

Permasalahan ketidaksesuaian antara pendidikan dan pekerjaan di Indonesia yang meliputi bidang pendidikan, pelatihan dan tenaga kerja saat ini menjadi permasalahan penting yang harus diselesaikan karena di beberapa negara lain telah berhasil diselesaikan. Untuk itu perlu dilakukan beberapa program terobosan yang terintegrasi antara semua pihak yang berkepentingan seperti dunia pendidikan dan pelatihan, pemerintah dan dunia industri (Tilaar, 1999). Program-program pelatihan yang relevan harus dilakukan tidak saja oleh industri, tetapi juga oleh sistem pendidikan yang dipraktekan di sekolah/pendidikan tinggi atau pendidikan luar sekolah agar dapat memenuhi kebutuhan industri (Rusdin, 2017).

Mengingat pada penelitian sebelumnya dalam pembahasan *link and match*, pendekatan yang digunakan adalah hubungan antara pendidikan dan pekerjaan/industri, serta ada juga yang melibatkan pemerintah sebagai regulator dengan didasari teori sumber daya manusia, pendidikan, dan perubahan teknologi, dimana permasalahan *mismatch education* ini tidak bisa diselesaikan secara internal pendidikan dan industri maupun dengan model *triple helix* tetapi harus melibatkan seluruh pemangku kepentingan terkait dengan pendidikan vokasi, maka pada penelitian ini akan menggunakan pendekatan teori pemasaran khususnya teori total pemasaran hubungan (*total relationship marketing*) yang melibatkan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) *link and match* pada pendidikan tinggi vokasi dengan berbasis *penta helix*.

Dalam teori *relationship marketing* dijelaskan bahwa perusahaan harus mampu menciptakan, membangun dan mempertahankan hubungan dengan *stakeholders* (pemegang saham, pelanggan, suplayer dan sebagainya) dalam jangka panjang, dan tetap berusaha mencari dan menambah pelanggan baru (Hasanuddin, 2009).

Nur Aziz Sugiharto, 2023

MODEL KOMITMEN NILAI HUBUNGAN PENTA HELIX DALAM MENINGKATKAN KINERJA PROGRAM LINK AND MATCH (PENDIDIKAN TINGGI VOKASI DI INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pemasaran hubungan dapat terjadi bila ada keinginan kuat atau komitmen kuat antara pihak-pihak terkait untuk mempertahankan dan meningkatkan hubungan bisnis dalam jangka panjang (Robert Dwyer, 1987).

Teori tentang pemasaran hubungan ini menjadi penting karena teori marketing selama ini hanya menggunakan dalil bahwa untuk meningkatkan kinerja pemasaran berupa omset penjualan, jumlah profit, pangsa pasar atau kinerja pemasaran lainnya dalam perkembangan teknologi saat ini sudah tidak memadai lagi hanya dengan mengandalkan penerapan berbagai strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sudah ketinggalan jaman atau konvensional untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memuaskan konsumen/pelanggannya (Kristaung, 2005).

Teori pemasaran hubungan merupakan perkembangan dari teori pemasaran transaksional/penjualan yang berfokus pada produk dan kemudian berkembang menjadi berfokus pada pelanggan dengan segala aspek strategi, taktik, maupun operasional pemasaran (bauran pemasaran). Saat ini pemasaran hubungan tidak hanya berfokus pada hubungan antara produsen, pelanggan, dan supplier, tetapi juga dengan pihak-pihak terkait lainnya yang berkepentingan terhadap *going concern* perusahaan (Kristaung, 2005).

Dalam pemasaran diperlukan sebuah paradigma baru yaitu konsep pemasaran yang mampu menciptakan, mempertemukan, dan membangun hubungan baik dari berbagai pihak yang berkepentingan, dimana hubungan tersebut dapat memberikan nilai tambah dan manfaat serta memiliki masa depan yang baik dalam jangka panjang. Untuk meningkatkan kinerja pemasaran salah satu konsep kuncinya adalah dengan membangun kepercayaan pelanggan dan memelihara komitmen pelanggan, selain itu telah terjadi perubahan paradigma pemasaran dalam perkembangan teori manajemen pemasaran dimana semula merupakan konsep penjualan berkembang menjadi konsep pemasaran (Kotler & Armstrong, 2008).

Dalam perkembangannya, kemudian muncul teori total pemasaran hubungan yang memiliki peran penting, baik dalam perusahaan manufaktur maupun dalam perusahaan jasa. Peran total pemasaran hubungan dalam produk jasa ini menjadi lebih

penting karena sifat-sifat jasa yang berbeda dengan sifat barang secara fisik. Kunci kesuksesan dalam pemasaran jasa tergantung dari bagaimana perusahaan mampu membina hubungan yang harmonis dengan pelanggan, pegawai, peneliti, dan mitra bisnis lainnya (Zineldin, 2000).

Penelitian total pemasaran hubungan dalam perusahaan jasa selama ini lebih banyak dilakukan pada industri jasa secara umum, oleh karena itu penting bagi penulis untuk meneliti pemasaran hubungan pada jasa pendidikan khususnya pada pendidikan tinggi vokasi yang memang mengkhususkan penyiapan tenaga kerja yang terampil dan siap kerja. Apakah total pemasaran hubungan yang ditawarkan mampu mengatasi permasalahan dalam pelaksanaan *link and match*.

Dilain pihak, penelitian tentang pemasaran hubungan selama ini lebih banyak membahas hubungan antara perusahaan dan pelanggannya, sementara dalam penelitian ini akan dibahas total pemasaran hubungan meliputi hubungan antara perusahaan/lembaga dengan mitra terkait seperti pemerintah, akademisi, komunitas terkait, mitra industri, dan media. Pola hubungan dan nilai yang diharapkan dari masing-masing pihak dalam kerja sama/kolaborasi diharapkan dapat dirumuskan dengan baik dalam penelitian ini. Dalam bidang pendidikan tinggi, penelitian hubungan antara mitra institusi terkait yang berkepentingan dalam pengembangan dan pemasaran pendidikan masih sangat sedikit.

Penelitian dalam industri jasa pendidikan saat ini lebih banyak dilakukan pada minat dan perilaku mahasiswa dan hubungan antara lembaga pendidikan tinggi dengan mahasiswa pada Universitas, Sekolah Tinggi, Akademi, Institut, dan Sekolah umum lainnya. Masih sedikit penelitian yang dilakukan pada nilai hubungan antara *stakeholder's* pada lembaga pendidikan tinggi untuk menciptakan pendidikan yang berkualitas.

Pada masa kompetisi pendidikan tinggi yang sulit di mana banyak Lembaga menawarkan produk yang sama atau hampir sama dalam hal biaya, konten modul, dan kualitas; diferensial layanan mahasiswa dapat memberikan lembaga pendidikan dengan keunggulan kompetitif yang berbeda. Karena hasil kompetisi yang sengit dalam

sedikit variasi fasilitas, maka kualitas layanan mahasiswa telah dianggap sebagai salah satu faktor utama, apakah Lembaga pendidikan beroperasi dengan sukses atau tidak (Gyamfi et al., 2007).

Dalam penelitian ini penciptaan kinerja (efektifitas) *link and match* pada pendidikan tinggi vokasi yang diwakili oleh Politeknik merupakan peningkatan layanan dengan penciptaan kolaborasi melalui hubungan yang baik antara lembaga pendidikan dengan mitra industri, komunitas, peneliti, dan media. Kekuatan model komitmen hubungan antara *stakeholder's* lembaga pendidikan/sekolah vokasi ini diharapkan dapat menjadi keunggulan, nilai tambah, kekuatan, dan kemampuan bersaing bagi lembaga untuk meningkatkan nilai hubungan, reputasi, dan kepercayaan dari masyarakat.

Penelitian sebelumnya tentang komitmen nilai hubungan banyak yang menggunakan variabel kepercayaan, komitmen, nilai, komunikasi, dan kualitas hubungan, sebagaimana yang digunakan oleh peneliti dalam disertasi ini, namun dalam penelitian ini variabel terikat yang akan diuji adalah efektivitas *link and match* sebagai program relevansi pendidikan dengan dunia usaha atau dunia kerja.

Efektivitas komunikasi menjadi fungsi dasar yang mendukung dan mengintegrasikan semua kegiatan/proyek/hubungan antar komponen *penta helix* (Zulch, 2014), dan nilai hubungan secara bersama antar komponen *penta helix* sebagai hasil kolaborasi antar organisasi hubungan (Crook & Combs, 2007). Sedangkan kepercayaan dari masing-masing komponen *penta helix* merupakan instrumen untuk mengembangkan dan memelihara hubungan yang menguntungkan untuk tujuan bersama dari pihak yang terlibat (Ganesan, n.d.; Palmatier et al., 2006). Komitmen kepada nilai hubungan dari masing-masing komponen *penta helix* mengikat mitra pada hubungan, membentuk dasar yang kuat untuk pemeliharaannya (Geyskens & Scheer, 1996; Morgan & Hunt, 1994), dan reputasi perguruan tinggi sebagai variabel moderasi menyatakan bahwa reputasi yang kuat adalah kompetensi kunci untuk lembaga pendidikan agar berhasil dan memenangkan persaingan di pasar global (Mazzarol & Soutar, 2008).

Penciptaan kekhasan model total pemasaran hubungan yang baik pada pendidikan tinggi vokasi ini dibentuk berdasarkan *Penta Helix* dengan lima unsur/komponen *stakeholder's* lembaga pendidikan tinggi vokasi yaitu Akademisi, Pemerintah, Industri, Komunitas, dan Media. Ruang lingkup pendidikan vokasi dalam penelitian ini dibatasi pada penyelenggara internal lembaga pendidikan.

Luaran dari kolaborasi *Penta Helix* yang harmonis ini diharapkan dapat menciptakan kinerja *link and match* yang efektif dan dapat mengatasi permasalahan dalam pelaksanaan/implementasi *link and match* pada pendidikan tinggi vokasi, *stakeholders*, dan mitra terkait. Berdasarkan uraian tersebut, maka perlu dilakukan penelitian mengenai "**Model Komitmen Nilai Hubungan *Penta Helix* dalam meningkatkan Kinerja *Link and Match* (Pendidikan Tinggi Vokasi di Indonesia)**".

1.2. Perumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang penelitian diatas adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana gambaran tingkat komitmen nilai hubungan *penta helix* melalui komunikasi yang efektif, nilai hubungan yang dibagi, dan kepercayaan, peran moderasi reputasi perguruan tinggi terhadap hubungan antara kepercayaan dan kinerja *link and match*, serta komitmen nilai hubungan, dan hubungan antara komitmen nilai hubungan dan kinerja *link and match*, peran mediasi pada kepercayaan dan komitmen nilai hubungan?
- b. Bagaimana pengaruh efektivitas komunikasi terhadap kepercayaan?
- c. Bagaimana pengaruh efektivitas komunikasi terhadap komitmen nilai hubungan *penta helix*?
- d. Bagaimana pengaruh nilai hubungan terhadap kepercayaan?
- e. Bagaimana pengaruh nilai hubungan terhadap komitmen nilai hubungan *penta helix*?
- f. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap komitmen nilai hubungan *penta helix*?
- g. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kinerja *link and match*?

Nur Aziz Sugiharto, 2023

MODEL KOMITMEN NILAI HUBUNGAN PENTA HELIX DALAM MENINGKATKAN KINERJA PROGRAM LINK AND MATCH (PENDIDIKAN TINGGI VOKASI DI INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- h. Bagaimana pengaruh komitmen nilai hubungan *penta helix* terhadap kinerja *link and match*?
- i. Bagaimana peran moderasi reputasi perguruan tinggi terhadap hubungan antara kepercayaan dan komitmen nilai hubungan *penta helix*?
- j. Bagaimana peran moderasi reputasi perguruan tinggi terhadap hubungan antara kepercayaan dan kinerja *link and match*?
- k. Bagaimana peran moderasi reputasi perguruan tinggi terhadap hubungan antara komitmen nilai hubungan *penta helix* dan kinerja *link and match*?
- l. Bagaimana peran mediasi kepercayaan terhadap hubungan antara efektivitas komunikasi dan komitmen pada nilai hubungan?
- m. Bagaimana peran mediasi kepercayaan terhadap hubungan antara nilai hubungan bersama dan komitmen pada nilai hubungan?
- n. Bagaimana peran mediasi komitmen pada nilai hubungan terhadap hubungan antara kepercayaan dan kinerja *link and match*?

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Tujuan umum:

Untuk memperoleh temuan mengenai model komitmen nilai hubungan yang tepat antar komponen *penta helix* sehingga dapat menciptakan kinerja *link and match* pada Pendidikan tinggi vokasi dengan industri.

b. Tujuan khusus:

1. Untuk mengetahui gambaran mengenai tingkat komitmen nilai hubungan *penta helix* melalui komunikasi yang efektif, nilai hubungan bersama, dan kepercayaan, peran moderasi reputasi perguruan tinggi vokasi terhadap hubungan antara kepercayaan dan kinerja *link and match*, kepercayaan dan komitmen nilai hubungan *penta helix*, dan hubungan antara komitmen nilai hubungan *penta helix* dan kinerja *link and match* pada pendidikan tinggi vokasi.

Nur Aziz Sugiharto, 2023

MODEL KOMITMEN NILAI HUBUNGAN PENTA HELIX DALAM MENINGKATKAN KINERJA PROGRAM LINK AND MATCH (PENDIDIKAN TINGGI VOKASI DI INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh nilai hubungan terhadap komitmen nilai hubungan *penta helix* dan kepercayaan.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh efektivitas komunikasi terhadap komitmen nilai hubungan *penta helix* dan kepercayaan.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan dan komitmen nilai hubungan *penta helix*.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan dan kinerja *link and match*.
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh komitmen nilai hubungan *penta helix* dan kinerja *link and match*.
7. Untuk mengetahui bagaimana peran moderasi reputasi perguruan tinggi terhadap hubungan antara kepercayaan dan komitmen nilai hubungan *penta helix*.
8. Untuk mengetahui bagaimana peran moderasi reputasi perguruan tinggi terhadap hubungan antara kepercayaan dan kinerja *link and match*.
9. Untuk mengetahui bagaimana peran moderasi reputasi perguruan tinggi terhadap hubungan antara komitmen nilai hubungan *penta helix* dan kinerja *link and match*.
10. Untuk mengetahui bagaimana peran mediasi kepercayaan terhadap hubungan antara efektivitas komunikasi dan komitmen pada nilai hubungan?
11. Untuk mengetahui bagaimana peran mediasi kepercayaan terhadap hubungan antara nilai hubungan bersama dan komitmen pada nilai hubungan?
12. Untuk mengetahui bagaimana peran mediasi komitmen pada nilai hubungan terhadap hubungan antara kepercayaan dan kinerja *link and match*?

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

1. Secara praktis
 - a. Perguruan tinggi vokasi dapat meningkatkan hubungan antar *stakeholder's* lembaga pendidikan secara harmonis dan bernilai tinggi sehingga dapat menciptakan dan meningkatkan kinerja *link and match*.

Nur Aziz Sugiharto, 2023

MODEL KOMITMEN NILAI HUBUNGAN PENTA HELIX DALAM MENINGKATKAN KINERJA PROGRAM LINK AND MATCH (PENDIDIKAN TINGGI VOKASI DI INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- b. Melalui komitmen nilai hubungan *penta helix*, lembaga, pemerintah, asosiasi profesi/alumni, media, dan mitra industri dapat memberikan nilai tambah kepada mahasiswa untuk memperoleh ketrampilan dan keahlian kerja yang dibutuhkan.
- c. Perguruan tinggi vokasi dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui keunggulan bersaing dalam memasuki dunia kerja.
- d. Perguruan tinggi vokasi dapat meningkatkan reputasinya melalui kekuatan image dengan pendeknya waktu tunggu lulusan, pengalaman pembelajaran dan persepsi unggul yang diperoleh mahasiswa.
- e. Melalui model komitmen nilai hubungan yang terbentuk, perguruan tinggi vokasi dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan jumlah mahasiswa.

2. Secara teoritis

- a. Untuk pengembangan teori manajemen terutama teori manajemen pemasaran, teori fungsi dan perilaku industri yaitu melalui teori total pemasaran hubungan dan perkembangan teori manajemen lainnya.
- b. Untuk menguatkan konsep dan perkembangan teori terkini dari ilmu manajemen dan isu-isu global kontemporer, serta perkembangan dan pemanfaatan teknologi terbaru.
- c. Untuk menerapkan teori ilmu manajemen pada umumnya dan teori manajemen pemasaran pada khususnya dalam memecahkan masalah praktek, khususnya yang berhubungan dengan model komitmen hubungan pada pendidikan tinggi vokasi.
- d. Untuk dijadikan referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian khususnya dalam bidang manajemen, manajemen pemasaran, dan khususnya total pemasaran hubungan pada pendidikan tinggi.

1.5. Struktur Organisasi Disertasi

Struktur organisasi penulisan disertasi ini terdiri dari lima bab sebagai berikut :

BAB I. Pendahuluan

Bab 1 ini merupakan pendahuluan yang memuat tentang : 1) Latar belakang masalah penelitian yang berisi masalah fenomena dalam pemasaran hubungan, *research gap*, dan *theory gap* serta dimuat secara ringkas hasil penelusuran dari teori, literatur terkait, dan temuan dari peneliti sebelumnya mengenai pemasaran hubungan dan kinerja *link and match*; 2) Rumusan masalah penelitian yang memuat identifikasi spesifik tentang permasalahan yang akan diteliti yang ditulis dalam bentuk pertanyaan penelitian; 3) Tujuan penelitian yang ingin dicapai; 4) Manfaat penelitian baik secara praktis maupun secara teoritis; dan 5) Struktur organisasi penulisan disertasi.

BAB II. Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Bab 2 berisi tentang kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian. Bagian kajian pustaka memuat tentang konsep, definisi, dan elemen/ indikator dari variabel penelitian. Bagian kerangka pemikiran berisi tentang hubungan antar variabel yang mendukung tujuan penelitian, hubungan antara *grand theory*, *middle theory*, dan *applied theory* yang digunakan pada premis penelitian. Bagian hipotesis penelitian disajikan semua hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini.

BAB III. Metode Penelitian

Bab 3 ini berisi tentang metode dan kajian penelitian yang digunakan, mulai dari desain penelitian, instrument penelitian, obyek dan subyek penelitian, populasi dan sampel penelitian, operasionalisasi variabel, teknik pengambilan data sampai dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab 4 ini menjelaskan mengenai gambaran subjek dan objek penelitian, gambaran umum responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, analisis deskriptif dari setiap variabel yang diteliti, selanjutnya menyajikan temuan dan pembahasan

Nur Aziz Sugiharto, 2023

MODEL KOMITMEN NILAI HUBUNGAN PENTA HELIX DALAM MENINGKATKAN KINERJA PROGRAM LINK AND MATCH (PENDIDIKAN TINGGI VOKASI DI INDONESIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang terkait hubungan kausal antar variabel yang akan digunakan dalam menarik kesimpulan dari setiap hipotesis yang di ajukan, temuan dalam penelitian, dan keterbatasan yang terkandung dalam penelitian ini.

BAB V. Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Bab 5 ini berisi tentang kesimpulan mengenai hubungan kausal antar variabel yang dihipotesiskan, implikasi dari temuan penelitian terhadap teori dan kondisi saat ini, serta berisikan rekomendasi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bagi pembuat kebijakan terkait, serta bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka yang relevan dengan penelitian disusun di bagian ini.

LAMPIRAN

Bagian ini menyajikan lampiran kuesioner dan data pendukung lain yang digunakan dalam penelitian.