

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri pelatihan di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan sumber daya manusia yang kompeten dan siap bersaing di era digital. Pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan semakin menyadari pentingnya pelatihan sebagai sarana untuk meningkatkan keterampilan teknis maupun soft skills tenaga kerja. Transformasi digital, perubahan pasar kerja, serta tuntutan globalisasi telah mendorong munculnya berbagai bentuk pelatihan, baik yang bersifat tatap muka maupun berbasis daring. Selain itu, dukungan kebijakan nasional seperti program peningkatan SDM unggul dan berbagai pelatihan bersertifikasi turut memperkuat peran industri ini dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional dan pengurangan angka pengangguran.

Industri pelatihan di Jawa Barat menunjukkan perkembangan signifikan sebagai respons terhadap kebutuhan peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) di berbagai sektor. Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Balai Pelatihan dan Manajemen Jasa Perdagangan (BPMJP) aktif menyelenggarakan berbagai program pelatihan untuk meningkatkan kompetensi masyarakat, khususnya di bidang perdagangan dan jasa. Selain itu, Balai Latihan Kerja Mandiri (BLKM) menawarkan pelatihan di bidang

tata boga, otomotif, tata rias, dan kewirausahaan, yang telah membantu lebih dari 20% alumninya membuka usaha mandiri. Di era digital, Jabar Digital Academy turut berperan dalam meningkatkan literasi dan keterampilan digital masyarakat, mempersiapkan mereka untuk bersaing di industri berbasis teknologi. Kolaborasi antara BPMJP, lembaga pelatihan lainnya, dan sektor swasta ini menciptakan ekosistem pelatihan yang adaptif dan berorientasi pada kebutuhan industri, menjadikan Jawa Barat sebagai salah satu pusat pengembangan SDM unggul di Indonesia.

Industri pelatihan di Kota Bandung mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan meningkatnya permintaan akan tenaga kerja yang terampil dan siap menghadapi tantangan era digital. Sebagai salah satu kota pendidikan dan pusat kreatif di Indonesia, Bandung menjadi tempat strategis bagi berbagai lembaga pelatihan, baik yang dikelola pemerintah seperti Balai Pelatihan dan Manajemen Jasa Perdagangan (BPMJP), maupun oleh swasta dan komunitas. Program pelatihan yang ditawarkan mencakup bidang perdagangan, teknologi informasi, kewirausahaan, dan ekonomi kreatif, yang selaras dengan karakteristik ekonomi kota ini. Inisiatif pemerintah daerah dan kolaborasi dengan sektor industri juga turut mendorong peningkatan kualitas pelatihan serta daya saing lulusan. Dengan ekosistem pendidikan dan inovasi yang kuat, Bandung terus tumbuh sebagai pusat pengembangan sumber daya manusia yang unggul dan berdaya saing tinggi.

Balai Pelatihan SDM Metrologi, Mutu, dan Jasa Perdagangan (BPMJP) merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) di bawah Pusat Pelatihan SDM Ekspor dan Jasa Perdagangan (PPEJP) Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. BPMJP memiliki peran strategis dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia di bidang metrologi, mutu, dan jasa perdagangan, yang merupakan elemen penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Salah satu pesaing yang seimbang dengan Balai Pelatihan SDM Metrologi, Mutu, dan Jasa Perdagangan (BPMJP) adalah Balai Standardisasi dan Pelayanan Jasa Industri (BSPJI) yang berada di bawah Kementerian Perindustrian. BSPJI memiliki fungsi yang mirip dalam hal peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan penyediaan jasa teknis, khususnya di bidang standardisasi, pengujian, kalibrasi, dan sertifikasi yang mendukung sektor industri. Sama seperti BPMJP, BSPJI juga menyelenggarakan pelatihan teknis yang berorientasi pada kebutuhan industri dan standar internasional. Dengan fokus pada peningkatan mutu dan daya saing industri nasional, BSPJI menjadi pesaing yang seimbang dalam ranah pelatihan teknis dan profesional, terutama dalam mendukung penerapan sistem mutu dan teknologi industri yang efisien.

Pengambilan keputusan merupakan proses berpikir yang dilakukan oleh individu untuk memilih suatu tindakan dari beberapa alternatif yang tersedia. Dalam konteks pelatihan,

Menurut Kotler dan Keller (2016), proses pengambilan keputusan konsumen terdiri dari lima tahap, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli (atau berpartisipasi), dan perilaku pasca-pembelian. Dalam kasus ini, keputusan peserta untuk mengikuti pelatihan termasuk dalam tahap keputusan berpartisipasi dalam layanan pendidikan atau pelatihan.

Peserta pelatihan biasanya tidak langsung mengambil keputusan tanpa pertimbangan. Mereka memperhatikan manfaat yang ditawarkan, kualitas lembaga pelatihan, reputasi penyelenggara, informasi dari media sosial, serta pengalaman orang lain yang pernah mengikuti. Faktor-faktor ini dapat mempengaruhi minat dan keyakinan mereka sebelum akhirnya mengambil keputusan untuk mendaftar atau berpartisipasi dalam pelatihan.

Seiring berkembangnya teknologi digital dan akses terhadap informasi, peserta juga semakin aktif dalam mencari tahu keunggulan program pelatihan melalui kanal digital, termasuk media sosial.

Oleh karena itu, "Penelitian ini berfokus pada bagaimana media sosial sebagai salah satu sumber informasi digital berperan dalam membentuk persepsi, minat, dan pada akhirnya memengaruhi Pengambilan keputusan peserta dalam mengikuti pelatihan di Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan."



**Gambar 1.1**  
**fitur analitik Instagram 2023-2024**

Sumber : Instagram BPMJP

Gambar diatas menjelaskan bahwa terjadi penurunan jumlah pengunjung Instagram BPMJP dari tahun 2023 ke tahun 2024. Penurunan ini terjadi secara konsisten setiap bulan, dengan angka penurunan bervariasi antara 16,67% hingga 27,08%. Secara total, jumlah pengunjung menurun dari 22.100 pengunjung pada tahun 2023 menjadi 16.850 pengunjung pada tahun 2024, yang menunjukkan bahwa terjadi penurunan sebesar 23,71% secara keseluruhan dari tahun ke tahun.

Selanjutnya, untuk melihat keterkaitan antara aktivitas media sosial dengan partisipasi pelatihan, akan disajikan data **jumlah peserta terhadap 5 jenis pelatihan yang diselenggarakan BPMJP selama tahun 2023 hingga 2024**. Data ini digunakan untuk menganalisis tren keikutsertaan peserta serta potensi pengaruh dari media sosial terhadap pengambilan keputusan peserta.

**Tabel 1.1**  
**Data Peserta Pelatihan Metrologi**

No	Pertanyaan	Peserta 2023	Peserta 2024
1	Pelatihan Reparasi TBO Mekanik, Elektronik & Timbangan Jembatan Elektronik	870	750
2	Pelatihan Pengujian Tangki Ukur Tetap Silinder Tegak (TUTSIT)	690	675
3	Pelatihan Meter Air	610	590
4	Pelatihan Juru Takar	460	424
5	Pelatihan Processing	500	480

Sumber : Promosi Dan Kerja Sama (BPMJP)

Berdasarkan data peserta di atas, dapat diidentifikasi bahwa Pelatihan Juru Takar mengalami penurunan jumlah peserta dari tahun 2023 ke tahun 2024. Pada tahun 2023, jumlah peserta pelatihan ini mencapai 460 orang, namun pada tahun 2024 jumlah tersebut menurun menjadi 424 orang. Penurunan ini menunjukkan bahwa Pelatihan Juru Takar merupakan jenis pelatihan dengan minat paling rendah dibandingkan pelatihan lainnya dalam dua tahun terakhir.

Penurunan ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti menurunnya efektivitas aspek media sosial terhadap keputusan peserta di BPMJP. Hal ini menjadi sinyal penting bahwa aspek komunikasi digital, penyampaian informasi, dan daya tarik konten promosi perlu dievaluasi secara menyeluruh. Dalam era digital saat ini, media sosial seharusnya menjadi alat utama dalam menjangkau

calon peserta secara lebih luas, cepat, dan efisien. Jika penggunaannya tidak optimal seperti konten yang kurang menarik, frekuensi unggahan yang rendah, atau kurangnya interaksi dengan audiens Maka dari itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengkaji pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan peserta.

Melihat data jumlah peserta pelatihan di BPMJP selama dua tahun terakhir, terlihat adanya tren penurunan partisipasi, terutama pada Pelatihan Juru Takar yang mencatat angka peserta paling rendah, yaitu 424 orang pada tahun 2024 dari sebelumnya 460 orang di tahun 2023. Penurunan ini memberikan sinyal penting bahwa terdapat kemungkinan masalah dalam hal daya tarik pelatihan, efektivitas promosi, serta strategi komunikasi yang digunakan oleh penyelenggara.

Pengambilan keputusan peserta merupakan hasil dari proses pertimbangan yang melibatkan berbagai faktor, seperti kebutuhan individu, persepsi terhadap manfaat pelatihan, sumber informasi yang diperoleh, serta pengaruh media sosial. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan peserta, agar dapat mengetahui penyebab menurunnya minat mengikuti pelatihan. Dalam hal ini, media sosial memiliki potensi besar untuk membentuk persepsi, membangun ketertarikan, dan mendorong peserta untuk mendaftar pelatihan. Oleh karena itu, penting untuk mengukur sejauh mana dua aspek tersebut dapat memengaruhi pengambilan keputusan calon peserta.

Sebagai langkah awal, penulis merasa perlu melakukan pra-survei guna memperoleh gambaran awal tentang bagaimana persepsi peserta terhadap media sosial yang dilakukan oleh BPMJP, serta sejauh mana faktor tersebut memengaruhi pengambilan keputusan mereka dalam mengikuti pelatihan. Pra-survei ini

diharapkan dapat menjadi dasar dalam merancang penelitian yang lebih mendalam mengenai pengaruh media sosial terhadap pengambilan keputusan peserta, khususnya di lingkungan Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan (BPMJP) yang dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini:

**Tabel 1. 2**  
**Hasil Kuesioner Pra-Survei Pengambilan Keputusan Peserta**

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Saya menyadari adanya program/kegiatan BPMJP karena media sosial	25	83,3%	5	16,7%
2	Saya memutuskan mengikuti kegiatan BPMJP karena informasi digital yang tersedia.	15	50%	15	50%
3	Saya tertarik mengikuti program BPMJP setelah melihat informasi digitalnya.	7	23,3%	23	76,7%
4	Saya puas dengan informasi digital yang membantu saya membuat keputusan.	22	73,3%	8	26,7%
5	Saya tidak mengikuti pelatihan Juru Takar karena informasi digital yang diberikan kurang jelas.	17	56,7%	13	43,3%
Rata_Rata		57,32%		42,68%	
Jumlah Responden		30 Responden			

*Sumber: Diolah oleh peneliti,2025*

Berdasarkan hasil pra-survei, dapat diidentifikasi bahwa sebagian peserta belum cukup tertarik untuk mengikuti program pelatihan BPMJP meskipun telah melihat informasi digital yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada aspek efektivitas dan penyampaian informasi melalui media sosial, yang berpotensi memengaruhi keputusan konsumen atau calon peserta

dalam melakukan pembelian atau pendaftaran pelatihan di BPMJP.

Namun, salah satu faktor yang dapat memengaruhi Pengambilan keputusan peserta adalah media sosial. Media sosial memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi dan promosi yang dapat membentuk persepsi, menarik minat, serta mendorong peserta untuk mengikuti suatu program pelatihan.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna, khususnya di lingkungan Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan (BPMJP) yang dapat dilihat pada tabel 1.3 dibawah ini:

**Tabel 1. 3**  
**Hasil Kuesioner Pra-Survei Media Sosial**

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Informasi yang disampaikan melalui media sosial BPMJP berkualitas.	23	76,7%	7	23,3%
2	Saya dapat memberikan komentar atau pertanyaan di media sosial BPMJP.	21	70%	9	30%
3	Pesan di media sosial disampaikan secara konsisten.	6	20%	24	80%
4	Admin media sosial BPMJP cepat menanggapi pertanyaan.	19	63,3%	11	36,7%
5	Saya tidak mengikuti pelatihan Juru Takar karena komunikasi digital kurang efektif.	22	73,3%	8	26,7%
Rata_Rata		60,66%		39,34%	
Jumlah Responden		30 Responden			

*Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025*

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap 30 responden, dapat diidentifikasi bahwa sebagian besar peserta mengakui peran media sosial Balai

Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan (BPMJP) dalam memberikan informasi pelatihan, meskipun masih terdapat beberapa catatan kritis terhadap efektivitas komunikasinya.

Menurut Gunawan (2022), media sosial yang dikelola dengan baik mampu meningkatkan brand awareness dan loyalitas konsumen terhadap suatu produk atau layanan, termasuk dalam konteks pelatihan atau pendidikan nonformal.

Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan belum sepenuhnya optimal dalam menarik perhatian dan memengaruhi keputusan peserta. Ketidakteraturan dalam menyampaikan informasi pelatihan, baik dari segi waktu unggahan, desain visual, maupun isi konten, dapat menyebabkan calon peserta kehilangan ketertarikan atau bahkan tidak mengetahui keberadaan program pelatihan tersebut.

Konsistensi dalam media sosial sangat penting untuk menjaga keberlanjutan perhatian audiens. Seperti yang dijelaskan oleh Gunawan (2022), promosi yang dilakukan secara terus-menerus dan terarah dapat menciptakan kedekatan antara penyelenggara dan calon peserta, serta meningkatkan peluang partisipasi. Jika pesan tidak disampaikan secara rutin, maka potensi media sosial sebagai alat promosi menjadi kurang efektif.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, terdapat beberapa hal yang dapat diidentifikasi sebagai masalah penelitian, antara lain:

1. Terjadi penurunan angka peserta pelatihan Juru Takar di BPMJP yang perlu mendapatkan perhatian lebih.

2. Pesan yang disampaikan melalui media sosial belum konsisten , sehingga informasi kurang efektif menjangkau calon peserta.
3. Informasi yang hanya diberikan melalui Instagram saja dianggap belum cukup sebagai sumber utama bagi peserta dalam pengambilan keputusan mengikuti pelatihan.
4. Fluktuasi peserta pelatihan dalam dua tahun terakhir menunjukkan adanya tren penurunan yang konsisten

### 1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk memperjelas ruang lingkup penelitian agar lebih fokus, terarah dan tidak terlalu luas, maka fokus penelitian adalah:

1. Berfokus pada Peserta Pelatihan di Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan.
2. Penelitian ini meneliti satu variabel *independen*, yaitu Media Sosial dan variabel *dependen* , yaitu Pengambilan Keputusan Peserta
3. Variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah Pengambilan Keputusan Peserta dalam Mengikuti Pelatihan.
4. Responden yang dipilih adalah peserta yang pernah mengikuti pelatihan di Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan serta terpapar informasi pelatihan melalui media sosial.

### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penggunaan media sosial di Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan?
2. Bagaimana pengambilan keputusan peserta di Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan?
3. Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengambilan keputusan peserta di Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan?

## **1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.5.1 Maksud Penelitian**

Maksud dilakukannya penelitian adalah untuk mengumpulkan data dan informasi tentang pengaruh Media Sosial dalam memengaruhi Pengambilan Keputusan Peserta di Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan. Hasilnya akan dituangkan dalam bentuk skripsi yang merupakan syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

### **1.5.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan hal-hal yang berkaitan dengan pengaruh media sosial terhadap pengambilan keputusan peserta dalam mengikuti pelatihan di Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan, yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan tingkat penggunaan media sosial oleh peserta dalam memperoleh informasi mengenai pelatihan di Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan.
2. Untuk mendeskripsikan pengambilan keputusan peserta dalam mengikuti

pelatihan di Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan.

3. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengambilan keputusan peserta dalam mengikuti pelatihan di Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan.

## **1.6 Kegunaan Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan komunikasi digital, dengan memperkaya kajian mengenai pengaruh media sosial terhadap pengambilan keputusan konsumen atau peserta. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

#### **1.6.2.1 Bagi Penulis**

Penelitian ini memberikan pengalaman langsung dalam menerapkan metode penelitian kuantitatif, menganalisis data statistik mengenai pengaruh komunikasi digital dalam konteks pengambilan keputusan konsumen atau peserta.

#### **1.6.2.2 Bagi Instansi (BPMJP)**

Penelitian ini memberikan pengalaman langsung dalam menerapkan metode penelitian kuantitatif, menganalisis data statistik, serta mengembangkan pemahaman teoritis mengenai pengaruh komunikasi digital dalam konteks pengambilan keputusan peserta.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan acuan dalam merancang strategi media sosial yang lebih efektif. Dengan mengetahui pengaruh

media sosial terhadap pengambilan keputusan peserta.

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, dosen, atau peneliti lain yang ingin mengkaji hubungan antara media sosial terhadap perilaku pengambilan keputusan.

## 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.7.1 Lokasi Penelitian

Penulis Mengadakan Penelitian di Balai Pelatihan SDM Mutu Metrologi dan Jasa Perdagangan yang berlokasi Jl. Daeng Muhammad Ardiwinata No.Km 3, RW.4, Cihanjuang, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559.

### 1.7.2 Waktu Penelitian

Waktu Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai dengan Juli 2025.

**Tabel 1.5 Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Pengajuan Judul	■	■	■	■	■	
2	Bab I		■	■	■	■	
3	Bab II			■	■	■	
4	Bab III				■	■	■
5	Sidang UP					■	■
6	Bab IV						■
7	Bab V						■
8	Sidang Akhir						■

*Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025*