

**RENCANA STRATEGIS  
PT BINTANG ANUGRAH SURYA SEMESTA (BASS)  
TRAINING CENTER & CONSULTANT  
2021-2023**



Yang Mengesahkan :

**Eva Rosmalia**  
**Direktur Utama**

**Bintaro Trade Center Blok C2 No. 19 Jl. Jend. Sudirman Pusat Kawasan  
Niaga Bintaro Jaya Sektor VII Tangerang Selatan 15224  
Telpon 021 – 22215016 / 0812-9868-5372  
Email : [adm.bintanganugrah@gmail.com](mailto:adm.bintanganugrah@gmail.com)  
Website : [www.basstrainingacademy.com](http://www.basstrainingacademy.com)**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pengembangan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan hal yang sangat penting dalam suatu industri karena telah terbukti kompetensi tenaga kerja memberi kontribusi yang signifikan terhadap efisiensi, produktivitas dan kualitas produk. Beberapa tuntutan tenaga kerja kompeten telah mencapai status "*Compulsory*" atau wajib (*Qualified Competent and Assigned Personnel*) dan mengingat perannya yang strategis maka SDM yang kompeten perlu ditingkatkan kinerjanya melalui sistem pelatihan dan sertifikasi kompetensi.

#### **1.1.1. Kebijakan Dasar**

- UU No 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan.
- UU No 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
- PP No. 8 Tahun 2012 Tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI).
- PP NOMOR 31 Tahun 2006 Tentang Sistem Pelatihan Kerja Nasional.
- PP No 10 Tahun 2018 Tentang BNSP.
- INPRES No 9 Tahun 2016 tentang Revitalisasi SMK Dalam Rangka Peningkatan Kualitas dan Daya Saing SDM Indonesia.
- UU No 3 Tahun 2014 Tentang PERINDUSTRIAN.
- Peraturan Perundang Undangan Yang Mengamanatkan Kompetensi Kerja.

#### **1.1.2. Visi & Misi**

- **Visi**  
Menjadi Lembaga Pelatihan Kerja yang mampu mewujudkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul, berkualitas dan mampu bersaing di dunia kerja.

➤ **Misi**

1. Melaksanakan pendidikan dan pelatihan berbasis kompetensi sesuai dengan kebutuhan industri di dunia kerja.
2. Melaksanakan koordinasi rencana program dan pengelolaan personil di berbagai sektor.
3. Melaksanakan sertifikasi kompetensi yang berkerja sama dengan Lembaga sertifikasi profesi yang terkait.
4. Menyiapkan Materi Pelatihan sesuai dengan Standar Kompetensi kerja.
5. Menyiapkan Instruktur yang berpengalaman dan berkualitas.

**1.1.3. Kebijakan Mutu**

PT Bintang Anugrah Surya Semesta (BASS) Training Center & Consultant bertekad dan berkomitmen untuk menerapkan dan memelihara proses mutu sesuai dengan pedoman SKKNI, serta menyelenggarakan Pelatihan Berbasis Kompetensi (PBK) secara profesional.

**1.1.4. Sasaran Mutu**

- Terlatih dan tersertifikasinya SDM yang Kompeten oleh Lembaga yang terakreditasi (BASS Training Center) dan terlisensi (LSP) yang telah memenuhi persyaratan sesuai program pelatihan.
- Meningkatkan jumlah dan kemampuan kompetensi teknis SDM.
- Menjadikan SDM yang berkualitas dengan mengedepankan *Knowldege, Skill & Attitude*.
- Mengurangi tingkat pengangguran
- Produktivitas tenaga kerja meningkat
- Memiliki daya saing tinggi baik di tingkat nasional maupun Internasional
- Meningkatnya perlindungan dan kesejahteraan tenaga kerja

## **BAB II**

### **ANALISIS SITUASI**

#### **2.1. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)**

Analisis SWOT mencakup 4 Dimensi, yaitu *Strength* yang berfungsi untuk mengidentifikasi kekuatan atau kelebihan dari kegiatan Jasa Pelatihan, *Weaknesses* yang berfungsi untuk mengidentifikasi kelemahan atau kekurangan dari Jasa Pelatihan, *Opportunities* yang berfungsi untuk mengidentifikasi peluang dari suatu kegiatan Pelatihan dari berbagai faktor, dan yang terakhir *Threats* yang berfungsi untuk mengidentifikasi ancaman atau kemungkinan buruk yang akan menerpa agar Perusahaan dapat mengambil langkah-langkah Preventif. Berikut Penjabarannya :

➤ **Strength**

1. Pelatihan Berbasis Kompetensi (PBK) memberikan peluang kepada seluruh Sumber Daya Manusia (SDM) untuk dapat meningkatkan kualitasnya sebagai SDM sesuai bidangnya secara *Knowledge, Skill & Attitude*.
2. Membantu pengakuan Kompetensi lintas sektor.
3. Membantu dalam promosi di pasar tenaga kerja.
4. Meningkatkan keyakinan Industri/Organisasi bahwa SDM yang terlatih memiliki kompetensi di bidangnya.

➤ **Weaknesses**

1. Jumlah SDM (Staff & Instruktur) yang masih terbatas.
2. Pemahaman personil mengenai BASS Training Center masih perlu ditingkatkan.
3. Kurangnya personil divisi kreatif yang menyebabkan kurangnya implementasi penggunaan Media Digital secara optimal.

4. Belum terbentuknya divisi sehingga menyebabkan SDM bekerja kurang sesuai dengan kompetensinya masing-masing.
5. Fungsi HRD dalam pemberdayaan SDM dan proses rekrutmen belum memadai.

➤ **Opportunities**

1. Semakin ketatnya persaingan dunia kerja sehingga membutuhkan tenaga kerja yang handal dan profesional.
2. Pemberlakuan MEA yang menuntut SDM untuk memiliki daya saing tinggi dan lebih profesional.
3. Pemberlakuan SKPI (Surat Keterangan Pendamping Ijazah) pada Universitas
4. INPRES No 9 Tahun 2016 tentang Revitalisasi SMK Dalam Rangka Peningkatan Kualitas dan Daya Saing SDM Indonesia.

➤ **Threats**

1. Pemahaman Publik tentang pentingnya Pelatihan Berbasis Kompetensi serta profesionalisme SDM untuk peningkatan kualitas dan kompetensi masih rendah.
2. Adanya tuntutan masyarakat terhadap implikasi dari Pelatihan Berbasis Kompetensi yang tidak sesuai harapan yang diinginkan.
3. Perubahan kebijakan anggaran pemerintah tentang PBK yang tidak lagi menjadi skala prioritas.
4. Pandemi Covid 19 masih menjadi ancaman yang berperan memotong anggaran sertifikasi di kalangan swasta.

## **BAB III**

### **AUDIENS SASARAN**

#### **3.1. Segmentasi**

##### **3.1.1. Segmentasi Demografis**

- Jenis Kelamin : Laki-laki & Perempuan
- Usia : 20 s/d 60
- Pendidikan : SMA/SMK, D3, S1, S2, S3
- Pekerjaan : Industri (Manufaktur, Perbankan, Tambang, Minyak & Gas, Jasa), Lembaga Diklat (Swasta/Pemerintahan), Mahasiswa, Siswa SMA/SMK, Tenaga Pengajar (Dosen, Guru & Instruktur), Profesional SDM (HRD) &.
- Kelas Sosial : A-B-C

##### **3.1.2. Segmentasi Geografis**

Seluruh Indonesia.

##### **3.1.3. Psikografis**

- Konsumen pemula
- Konsumen Potensial
- Konsumen Impulsif
- Konsumen Loyal

#### **3.2. Penargetan**

##### **3.2.1. Segmentasi Demografis**

- **Jenis Kelamin : Laki-laki & Perempuan**  
Sasaran peserta baik Laki-laki maupun Perempuan, hal ini dikarenakan Pelatihan Berbasis Kompetensi berlaku untuk seluruh *Gender*.
- **Usia : 20 s/d 60 Tahun**

Target pasar yang dituju mulai dari umur 20 dimana usia ini adalah usia keemasan, hal ini dikarenakan pada usia 20 tahun seseorang mulai produktif dan mengenal dunia kerja, untuk itu kita dapat mengedukasi dan mengenalkan tentang pentingnya Pelatihan Berbasis Kompetensi (PBK) lebih dalam, dalam rangka meningkatkan kesadaran akan pentingnya PBK. Sementara usia 60 adalah usia senja yang terbilang masih memiliki ambisi untuk tersertifikasi.

➤ **Pendidikan : SMA/SMK, D3, S1, S2, S3**

Sasaran peserta yang dituju yaitu yang memiliki kelas pendidikan SMA/SMK, D3, S1, S2, S3. Kami memulai penargetan dari SMA/SMK dikarenakan siswa-siswa SMA/SMK terutama SMK yang sudah memiliki kesiapan untuk bekerja, membutuhkan edukasi akan pentingnya PBK sebagai faktor pendukung untuk menunjang karir para siswa pada saat berkecimpung di dunia kerja. Sementara D3 dan S1 dapat dipastikan membutuhkan PBK dalam rangka peningkatan kualitas dan agar lebih diakui sebagai SDM yang kompeten di bidangnya pada saat mereka mulai merambah dunia kerja. Selanjutnya, Target pasar yang dituju adalah S2 dan S3, dimana mereka membutuhkan PBK sebagai penunjang karir mereka.

➤ **Pekerjaan : Industri (Manufaktur, Perbankan, Tambang, Minyak & Gas, Jasa), Lembaga Diklat (Swasta/Pemerintahan), Mahasiswa, Siswa SMA/SMK, Tenaga Pengajar (Dosen, Guru & Instruktur), Profesional SDM (HRD).**

Program-program Pelatihan di BASS Training Center dapat merambah ke berbagai sektor khususnya Industri (Manufaktur, Perbankan, Tambang, Minyak & Gas, Jasa), Lembaga Diklat (Swasta/Pemerintahan), Mahasiswa, Siswa SMA/SMK, Tenaga Pengajar (Dosen, Guru & Instruktur), Profesional SDM (HRD) & Pemerintahan. Hal ini dikarenakan Program-program Pelatihan di

BASS Training Center bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan peserta sesuai bidangnya masing-masing.

➤ **Kelas Sosial : A-B-C**

Kelas Sosial yang dituju cukup variatif, karena seluruh elemen masyarakat dengan kelas sosial yang berbeda-beda memiliki porsi yang sama untuk mendapatkan edukasi akan pentingnya PBK dalam kehidupannya.

**3.2.2. Segmentasi Geografis**

Berdasarkan wilayah tempat tinggal mereka, Target Audiens yang dituju cukup variatif, yaitu seluruh elemen masyarakat Indonesia. Hal ini dikarenakan seluruh elemen masyarakat dari berbagai wilayah dapat dipastikan membutuhkan PBK dan bertambahnya jumlah Industri yang terus meningkat dan menyebar luas ke berbagai wilayah di Indonesia, terutama wilayah Jabodetabek karena wilayah ini banyak digunakan sebagai pusat Industri.

**3.2.3. Segmentasi Psikografis**

➤ **Konsumen Pemula**

Karakter Pelanggan ini memiliki ciri yaitu pelanggan yang datang banyak bertanya. Konsumen pemula merupakan calon pelanggan dimasa yang akan datang dan memiliki loyalitas tinggi jika kita mampu untuk mempertahankan *Value* kita.

➤ **Konsumen Potensial**

Konsumen Potensial memiliki karakter yaitu yang biasanya telah menunjukkan ketertarikannya terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, seperti yang sudah mengisi form pendaftaran, mengajukan pertanyaan-pertanyaan, atau mengunjungi *Website*.



➤ **Konsumen Impulsif**

Ciri dari konsumen ini adalah tipe konsumen yang dapat membuat keputusan dengan cepat dan tidak banyak pertimbangan.

➤ **Konsumen Loyal**

Konsumen loyal adalah tipe konsumen yang sudah bisa disebut *Customer Base* (Pelanggan Basis) yang sudah memiliki loyalitas dan kepercayaan tinggi terhadap perusahaan. *Maintenance* yang optimal sangat diperlukan untuk mempertahankan Konsumen loyal.

### **3.3. Positioning**

BASS Training Center memiliki *Brand Image* yaitu *Competency Based Training* (CBT) yang berarti BASS Training Center mengedepankan Pelatihan Berbasis Kompetensi kepada SDM di Indonesia untuk menunjang kebutuhan industri kerja dengan menghasilkan tenaga kerja yang kompeten, profesional, dan berdaya saing tinggi.

## BAB IV

### STRATEGI DAN TAKTIK

#### 4.1. Objektif, Strategi, dan Taktik

Objektif	Strategi	Taktik
Meningkatkan <i>Awareness</i> Publik terhadap pentingnya Pelatihan Berbasis Kompetensi dalam rangka ekspansi pasar.	Mengadakan Kampanye yang berjudul “Mulai Kompeten” melalui Social Media Instagram (Carousel Design, IG Story, Reels & Ads), Facebook, Youtube & Tiktok.	<p>1. <b>Instagram, Tiktok &amp; Facebook</b></p> <p>➤ <b>Promosi : Konten Promosi</b> Konten yang menampilkan produk dan bertujuan untuk menjual produk kepada Audiens.</p> <p>➤ <b>Hiburan : <i>Life Photo</i></b></p> <p>➤ <b>Pendidikan : Pengetahuan Produk &amp; Wawasan</b> Konten terkait dengan jenis produk yang dijual oleh perusahaan dan konten yang mengandung pengetahuan umum dan pendidikan yang berhubungan dengan model bisnis yang dilakukan oleh sebuah perusahaan.</p>

		<p>➤ <b>Engagement : Kuis, Game &amp; Hadiah</b> Meningkatkan konten untuk Instagram Story dengan fitur Polling, Quiz, QnA &amp; Giveaway.</p> <p><b>2. Youtube</b></p> <p>➤ <b>Company Profile versi video</b> Berisikan Visi Misi, dan program-program BASS Training Center, serta Tenaga Ahli di BASS Training Center. Contoh : Video <i>Company Profile</i> LSP FIT</p> <p>➤ <b>Rekaman Webinar</b></p> <p>➤ <b>Video Animasi</b> Video berkonsep Animasi yang berisi tentang pengenalan Pelatihan Berbasis Kompetensi dan peran PBK di era Globalisasi</p> <p><b>3. Google AdSense</b> Program periklanan yang menggunakan fitur-fitur untuk promosi dari Google Ads. Hal ini memudahkan perusahaan dalam</p>
--	--	--

		<p>beriklan, perusahaan dapat menentukan segmentasi pasar yang dituju serta mengetahui <i>Insight</i> berupa sajian data statistik yang dapat memberikan transparansi hasil dari kegiatan periklanan tersebut untuk mengukur tingkat keberhasilan promosi. Benefit lainnya yaitu dapat menjangkau pasar lebih luas untuk mempromosikan produk atau jasa.</p>
<p>Mengedukasi Publik dalam rangka memperkenalkan lebih jauh perihal pentingnya Pelatihan Berbasis Kompetensi</p>	<p>Mengadakan Webinar bersertifikat</p>	<p><b>1. Webinar</b>  ➤ <b>Webinar “Adapt or Lost”</b>  Webinar “<i>Adapt or Lost</i>” memberikan gambaran mengenai dunia Industri saat ini, semakin ketatnya persaingan di dunia kerja, tenaga kerja dituntut untuk memiliki kompetensi, kualitas, dan memiliki daya saing tinggi sehingga mampu bersaing di kancah nasional maupun internasional.</p>

		<p>“Beradaptasi atau kalah”</p> <p>➤ <b>Webinar “Peran Pelatihan Berbasis Kompetensi di Era Globalisasi”</b></p> <p>Webinar mengenai Peran penting Pelatihan Berbasis Kompetensi di Era Globalisasi dalam meningkatkan kualitas SDM untuk menghadapi bisnis global.</p>
Observasi dan Evaluasi kinerja perusahaan	Mengadakan Rapat Kerja dan MONEV ( <i>Monitoring dan Evaluasi</i> kinerja)	<p><b>1. Mengadakan Rapat Kerja dan MONEV</b></p> <p>Rapat Kerja dilakukan secara berkala yaitu seminggu 1x dan MONEV per 3 bulan (per tengah semester) agar kinerja perusahaan dapat ditinjau lebih transparan dalam melihat <i>Growth</i> perusahaan setiap periodenya.</p>
Meningkatkan fungsi HRD dalam pemberdayaan SDM dan proses rekrutmen	<p>➤ Menyesuaikan Kompetensi dengan <i>Jobdesk</i></p> <p>➤ Melakukan proses rekrutmen dengan mengedepankan kompetensi dan etika dalam bekerja</p>	<p><b>1. Melakukan Mapping</b></p> <p>Melakukan <i>Mapping</i> SDM sesuai Kompetensinya agar SDM dapat bekerja sesuai kompetensinya masing-masing dan</p>

		<p>fokus pada bidangnya (Berlaku untuk Instruktur dan Staff)</p> <p><b>2. Identifikasi</b> Mengidentifikasi pelamar dengan mengutamakan <i>Knowledge, Skill &amp; Attitude</i> dan menyesuaikan kompetensi yang dimiliki oleh pelamar dengan kebutuhan perusahaan.</p>
<p>Meningkatkan kualitas kegiatan belajar mengajar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Penambahan Materi Pelatihan</li> <li>➤ Memperbanyak variasi metode pembelajaran</li> </ul>	<p><b>1. TNA</b> Melakukan penambahan materi Pelatihan dengan melakukan TNA (<i>Training Needs Analysis</i>) secara Makro maupun Mikro dalam rangka mengobservasi kebutuhan pelatihan yang pasar tuju. Setelah TNA terealisasi, kita dapat merancang penambahan materi pelatihan sesuai kebutuhan pasar.</p> <p><b>2. Memperbanyak Referensi</b> Melakukan perbendaharaan metode</p>

		pembelajaran dengan memperbanyak referensi dari berbagai sumber, sehingga kegiatan belajar mengajar dapat lebih variatif.
--	--	---

#### 4.2. Target Jumlah Peserta Pelatihan Tahun 2021-2023

Tahun	Jumlah Peserta
2021	1.200
2022	1.500
2023	2.000

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Rencana Strategis 2021-2023 ini menjadi landasan penyusunan Rencana Kegiatan dan Anggaran Tahunan BASS Training Center. *Monitoring* dan Evaluasi akan diselenggarakan untuk menilai implementasi dan ketercapaian target kinerja. Penyesuaian renstra dapat dilakukan apabila terjadi perubahan lingkungan internal maupun eksternal yang belum terantisipasi pada saat penyusunan dan menjadi kendala dalam implementasi renstra.

Yang Membuat :



**Daffa Muhammad Ardian**

**Direktur**