

# Certificate of Appreciation

awarded to  
*Wardana*

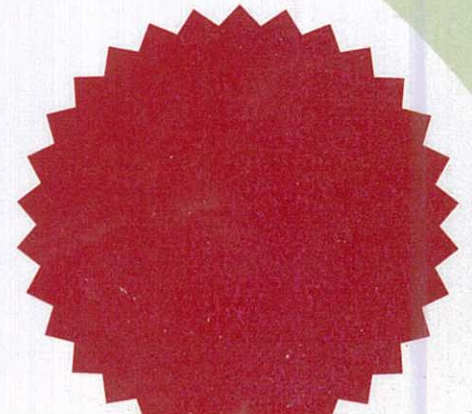
as  
**PRESENTER**

**ASIA PACIFIC CONFERENCE ON EDUCATIONAL MANAGEMENT  
AND LEADERSHIP 2011**

29th – 30th November and 1st December 2011  
The Legend Hotel, Kuala Lumpur  
Malaysia



Professor Dr. Shahril @ Charil Bin Haji Marzuki  
Dean  
Faculty of Management and Economics  
Sultan Idris Education University



Organised by



Faculty of Management and Economics  
Fakulti Pengurusan dan Ekonomi

Cooperation with





**FACULTY OF MANAGEMENT AND ECONOMICS**

Level 4, IPSI Building, Universiti Pendidikan Sultan Idris, 35900  
Tanjong Malim, Perak, Malaysia  
Tel: +605-4506271/6279 Fax: +605-4594642

6<sup>th</sup> September 2011

Wardana

Paper Title:

Pola Kemitraan Smk Dengan Dunia Usaha Dan Industri: Upaya Meningkatkan Kualitاس Lulusan

Dear Author,

**LETTER OF ACCEPTANCE**

We are pleased to inform you that your paper submitted for the Asia Pacific Conference on Educational Management and Leadership (APCEMAL) 2011 has been accepted for presentation. The conference will be held from 29<sup>th</sup> to 30<sup>th</sup> November and 1<sup>st</sup> December 2011 at The Legend Hotel in Kuala Lumpur Malaysia.

Should a full paper be sent by 7<sup>th</sup> October 2011 to [apcemal@fpe.upsi.edu.my](mailto:apcemal@fpe.upsi.edu.my) will be published in the conference proceedings. Paper presenting authors are requested to register for the conference by 30<sup>th</sup> October 2011. Details are available at <http://apcemal.fpe.upsi.edu.my/>.

Once again, congratulations on the acceptance of your paper. We look forward to seeing you in Kuala Lumpur.

Sincerely,

*Omar Abdullah Kareem*

Prof. Dr Omar Bin Abdullah Kareem  
The Conference Chair  
APCEMAL 2011

# Pola Kemitraan SMK dengan Dunia Usaha dan Industri: Upaya Meningkatkan Kualitas Lulusan<sup>1</sup>

Wardana<sup>2</sup>

(E-mail: wardana\_terban@yahoo.com)

## Abstrak

Persoalan SMK saat ini adalah lulusannya yang cenderung belum memiliki relevansi dengan kebutuhan dunia usaha dan industri. Persoalan tersebut dapat diatasi dengan membangun kerjasama (kemitraan). Pola kemitraan antara SMK dengan dunia usaha dan industri berdasarkan kesenjangan, tahapan, dan tujuan. Kesenjangan pada pola kemitraan ini merupakan persoalan yang hendak diselesaikan. Tahapan yang terdiri dari konteks, masukan, proses, produk, outcome, dan impact. Berdasarkan tahapan tersebut kemudian diintegrasikan dengan tujuan masing-masing, sehingga didapatkan kurikulum pada tahapan masukan dan pembelajaran pada tahapan proses.

Kurikulum disusun bersama antara pihak SMK dengan dunia usaha dan industri, dengan ini akan didapatkan relevansi antara kualitas lulusan SMK dengan kebutuhan dunia usaha dan industri. Pembelajaran yang diselenggarakan SMK didukung sumber daya dari dunia usaha dan industri. Karyawan yang berprestasi bagus diberdayakan untuk membantu guru memberikan pemahaman kepada siswa mengenai materi yang dipelajari. Hadirnya pihak perusahaan di SMK melakukan konfirmasi terhadap pembelajaran yang bersifat teoritis dengan memaparkan materi yang bersifat praktis. Siswa SMK sekali waktu dihadirkan langsung ke perusahaan untuk mengasah keterampilan.

Pola kemitraan yang dikembangkan ini memiliki kelebihan mudah diimplementasikan dan digunakan sebagai alternatif meningkatkan kualitas lulusan SMK. Selain memiliki kelebihan, pola kemitraan ini memiliki kelemahan antara lain harus menjaga komitmen terhadap kesepakatan yang telah diputuskan bersama. Kelemahan ini dapat diatasi dengan mengedepankan tujuan bersama dan menjaga komitmen yang telah disepakati.

*Keywords: kemitraan, dunia usaha dan industri, dan kualitas lulusan SMK*

## Pendahuluan

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki tantangan besar dalam upaya menghasilkan lulusan siap kerja. Persaingan global makin menuntut SMK untuk meningkatkan kualitas lulusan guna meningkatkan daya saing sumber daya manusia (SDM) Indonesia. Tuntutan terhadap peningkatan kualitas lulusan SMK ini tidak lain karena dunia usaha dan industri maju pesat. Klasifikasi SMK berdasarkan program keahlian yang ditawarkan, salah satunya SMK kelompok Bisnis dan Manajemen (Bismen). SMK Bismen menyiapkan lulusan siap kerja yang memiliki keahlian tingkat menengah dibidang keuangan, administrasi, penjualan, dan lain sebagainya.

Pengetahuan menjadi modal bagi pembangunan ekonomi suatu negara menggantikan sumber daya alam yang tidak dapat menjadi andalan karena dapat terdepresiasi. Orientasi pembangunan pendidikan menjadi landasan penting bagi pengembangan kapasitas dan kualitas SDM yang merupakan aset paling berharga suatu bangsa dalam menghadapi tantangan era global. Pendidikan yang paling sesuai untuk menghadapi tantangan globalisasi adalah pendidikan yang berorientasi pada dunia usaha dan industri dengan penekanan pada pendekatan pembelajaran dan didukung oleh kurikulum yang sesuai. Dunia usaha dan industri yang merupakan sasaran dari proses dan hasil pembelajaran sekolah mempunyai karakter dan nuansa tersendiri. Oleh karena itu, sekolah dalam proses pembelajaran harus bisa membuat pendekatan pembelajaran yang tepat dan sesuai dengan keinginan dunia industri (Zainal Arifin, 2010: 2).

Persaingan yang semakin kompetitif pada dunia usaha dan industri hendaknya menjadi perhatian bagi SMK, khususnya kelompok Bismen. Keahlian tingkat menengah yang diajarkan mestinya mengikuti perkembangan zaman. Apabila hal ini tidak dipenuhi akibatnya lulusan menjadi tidak terserap dunia usaha dan dunia industri, karena lulusan tidak sesuai kebutuhannya. Akibat kualitas lulusan tidak sesuai dengan kebutuhan

<sup>1</sup> *Studi Pustaka dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Sekolah Menengah Kejuruan Kelompok Bisnis dan Manajemen (SMK Bismen)*

<sup>2</sup> *Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Yogyakarta*

# JURNAL ILMU MANAJEMEN

Wahana Ilmu dan Praktek Manajemen

Vol. 1 No. 1- Tahun 2004

ISSN 1693-7910

Menciptakan Keunggulan Bersaing  
Sumber Daya Manusia melalui Penerapan  
Teknologi Informasi

Arif Wibowo

Akuisisi Sebagai Salah Satu Bentuk  
Penggambilalihan Perusahaan

Farlianto

Seleksi Perusahaan: *Person-Organization Fit*

Haryanto

Pengaruh Sikap Konsumen pada Promosi  
dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Keputusan Membeli Barang di Toko Rena  
Griya Busana Yogyakarta

Maharani Ardikarini

Aktualisasi Sistem Ekonomi dan  
Perbankan Syariah

Moerdiyanto

Setting and Operational of Islamic  
Financial Institutions

Muhamad

Mencari Pola Kepemimpinan yang Efektif

Naning Margasari

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi  
Keputusan Konsumen

Nurhadi

Keputusan Pemasaran Berdasarkan  
Pendekatan Kuantitatif

M. Tjiptadi

Pemberdayaan Industri Kecil dalam  
Menghadapi Pasar Bebas

Wahyuningrum

Analisis Positioning Pembersih Wajah di  
Yogyakarta

Bambang IS & Wardana

Membangun Keunggulan Kompetitif  
Perusahaan Melalui Keragaman Budaya  
dan Tenaga Kerja

Winarno

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

# ANALISIS POSITIONING PEMBERSIH WAJAH DI YOGYAKARTA

Oleh : Bambang Setyobudi Irianto <sup>11</sup>  
Wardana <sup>12</sup>

## Abstract

*By knowing the company's products position among the competitors, the managers can be in good position to determine the right marketing strategy. The first aims of this research is, to know the position of cleansing milk products of Avon, Revlon, Nivea, Sari Ayu, Mustika Ratu, and Viva in Yogyakarta market area. The second one is, to know the product attributes which are considered by the consumers.*

*This study is examined by surveying the consumers. Then collected data, are analyzed by the factor analysis and the multidimensional scaling. The result of the factor analysis show that aroma, packing, price, cleansing ability, selling system, and service attributes are in dimension 1. Whereas, compatibility for skin and prestige attributes are in dimension 2. Based on multidimensional scaling analysis, it has been obtained products in dimension 1 are Mustika Ratu, Sari Ayu, Avon, Viva, Nivea, and Revlon. While, in dimension 2 are Viva, Sari Ayu, Nivea, Mustika Ratu, Revlon, and Avon.*

*Keywords: position, cleansing milk, factor analysis, multidimensional scaling.*

## LATAR BELAKANG MASALAH

Perekonomian Indonesia saat ini telah mencapai situasi dimana persaingan telah menjadi menu sehari-hari yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis disetiap sektor kegiatan ekonomi. Fenomena ini tidak hanya terjadi dibelahan dunia yang telah mapan perekonomiannya, tetapi juga terjadi di negara-negara yang sedang berkembang.

Kelangsungan hidup perusahaan serta profitabilitasnya tergantung pada kemampuan perusahaan tersebut dalam memenuhi dan menanggapi tuntutan konsumen yang senantiasa berubah-ubah. Adanya evolusi konsep produk atau produksi dari konsep yang berorientasi pada penjualan, berorientasi konsumen atau bahkan berorientasi kemasyarakatan, merupakan bukti selalu berubahnya tuntutan konsumen yang dipicu oleh perubahan-perubahan yang telah terjadi dalam masyarakat itu sendiri, seperti sosial, ekonomi, politik dan lain sebagainya. Evolusi konsep di atas secara garis besar menunjukkan pergeseran dari *seller's market* atau pasar penjual pada *buyer's market* atau pasar pembeli. Walaupun biasanya kita menganggap bahwa pemasaran dilakukan oleh "penjual", akan tetapi pembeli juga melakukan pemasaran tatkala mereka mencari barang yang dibutuhkan dengan harga yang mereka bersedia membayarnya (Kotler, 1994).

Situasi serta kondisi pasar yang demikian dapat merupakan peluang untuk meningkatkan usaha ataupun sebaliknya merupakan bumerang atau bencana bagi perusahaan yang kurang

<sup>11</sup> Bambang Setyobudi Irianto, SE., adalah dosen pada FE Unsoed Purwokerto

<sup>12</sup> Wardana, SE., adalah dosen pada Program Studi Manajemen FIS Universitas Negeri Yogyakarta

ISSN 1693 - 7910

# JURNAL ILMU MANAJEMEN

## Wahana Ilmu dan Praktek Manajemen

Samuel Waksal and the Imclone Insider Trading Scandal:  
Self-Monitoring Theory and Deviant Workplace Behavior  
**Yordan Gunawan & Azman Muammar**

Modeling Strategic Human Resources Management on the Concept  
Perspective to Practice  
**Setyabudi Indartono**

The Contributions of Work and Nonwork Creativity to Employees  
Creative Performance  
**Farlianto & Arif Wibowo**

An Integrated Interrelationship Between Transformational Leadership  
and Behavioral Outcomes  
**Wardana & Gunarti**

Perubahan Paradigma Tentang Bunga Menuju Sistem Perbankan Syariah  
**M. Socheh**

Transformasi Organisasi Dan Perubahan Peran, Fungsi Sumber Daya  
Manusia Di Era Otonomi Daerah  
**Musaroh**

Budaya Organisasi dan Kinerja  
**Winarno**

Komunikasi Organisasi Dan Manajemen Konflik  
**Lina Nur Hidayati**

Analisis Motivasi Belajar dan Pengaturan Belajar Individu  
**Arum Darmawati**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS ILMU SOSIAL  
DAN EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

Volume 4 , Nomor 1, Januari 2009

## AN INTEGRATED INTERRELATIONAL BETWEEN TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP AND BEHAVIOURAL OUTCOMES

\*Wardana

\*\*Gunarti

\*Universitas Negeri Yogyakarta, Kampus Karangmalang Yogyakarta 55281.  
wardana@uny.ac.id

\*\*Universitas Negeri Yogyakarta, Kampus Karangmalang Yogyakarta 55281

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan timbal balik yang terintegrasi antara kepemimpinan transformasional, kepercayaan, kepuasan kerja, komitmen organisasi, iklim organisasi, dan budaya organisasi dimana iklim organisasi dan budaya organisasi merupakan variabel moderasi hubungan tersebut. Analisis regresi multiple dan analisis regresi stepwise digunakan untuk menganalisis hubungan antara sebuah variabel tunggal dan beberapa variabel independen. Hasil penelitian menunjukkan semua hipotesis alternatif diterima. Hal ini, berarti bahwa budaya organisasi dan iklim organisasi merupakan variabel moderasi hubungan antara kepemimpinan transformasional dengan kepercayaan, dan kepuasan kerja.

**Kata Kunci:** kepemimpinan transformasional, kepuasan kerja, kepercayaan, komitmen organisasi, iklim organisasi, budaya organisasi.

Preliminary research on transformational leadership has been rather promising. Some of these researches (Bass, 1985; Bennis & Nanus, 1985; Boal & Bryson, 1988; Conger & Kanungo, 1987; House, 1977; House, Woycke, & Fodor, 1988; Howell & Frost 1989; Kouzes & Posner, 1987; Tichy & DeVanna, 1986) have been primarily conceptual in nature, focusing on the identification of the key transformational behaviours, and the development of theories of their antecedents and consequences (Podsakoff et al., 1990). Cites a variety

of field studies demonstrating that transformational leader behaviours are positively related to employees' satisfaction, self-reported effort, and job performance (Bass, 1985). Similar results have been reported by Howell and Frost (1989). They manipulated the behaviour of leaders in a laboratory setting and found that charismatic leader behaviours produced better performance, greater satisfaction, and enhanced role perceptions (less role conflict) than directive leader behaviours (Podsakoff et al., 1990).