

ABSTRAK

Pekerja Migran Indonesia (PMI) memiliki kontribusi penting terhadap perekonomian nasional melalui remitansi dan penyerapan tenaga kerja. Namun, kepercayaan calon PMI terhadap Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) sebagai penyedia jalur penempatan legal masih menjadi permasalahan yang kompleks. Fenomena ketidakpercayaan ini dipicu oleh maraknya kasus penipuan, pembebanan biaya yang tidak transparan, serta pengalaman negatif dari alumni yang ditempatkan secara non-prosedural. Di sisi lain, LPK Bahana Inspirasi Muda merupakan salah satu lembaga yang berupaya membangun kepercayaan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi yang transparan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan promosi (X2) terhadap kepercayaan calon PMI (Y), dengan *perceived value* (Z) sebagai variabel intervening. Penelitian dilakukan terhadap 134 responden calon pekerja migran di LPK Bahana Inspirasi Muda, menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Selain itu, *perceived value* terbukti memediasi hubungan antara kedua variabel independen terhadap kepercayaan. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi nilai yang terbentuk dari layanan yang berkualitas dan promosi yang tepat dapat memperkuat kepercayaan calon PMI terhadap LPK. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan strategi lembaga pelatihan kerja dan menjadi referensi bagi penyusunan kebijakan perlindungan pekerja migran berbasis kepercayaan dan transparansi.

Kata Kunci: PMI, Kualitas Pelayanan, Promosi, Perceived Value, Kepercayaan, Pekerja Migran, LPK