

Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Anna Computer

Nur Aina. S¹, Komarun Zaman², Aisyah Darti Megasari³,

^{1,2,3}STIE Pemuda Surabaya, Indonesia

E-mail: nabillachalysta432@gmail.com¹, komarunzaman55@gmail.com²,
admegasari@gmail.com³

Article History:

Received: 23 Agustus 2025

Revised: 28 September 2025

Accepted: 29 Oktober 2025

Keywords: *strategi, pemasaran*

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Anna Computer Sungai Bengkal Tebo. Lembaga Pendidikan Anna Computer merupakan salah satu lembaga non formal yang berdiri di Lokasi Jalan Lintas Sumatera Tebo Jambi RT. 03 RW. 01 Dusun Lamo Kelurahan Sungai Bengkal Kecamatan Tebo Ilir Kabupaten Tebo Provinsi Jambi. Berdiri pada Tanggal 18 April 2011. Lembaga Pendidikan Anna Computer menghadapi hambatan dan rintangan dalam segi pemasaran. Dalam merumuskan strategi pemasaran, penting untuk memahami faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah Strategi ST, yaitu memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menghadapi ancaman, yang dikenal juga sebagai strategi diversifikasi.

PENDAHULUAN

Pendidikan adalah aspek fundamental dalam kehidupan manusia, sebab hampir seluruh aktivitas sehari-hari berakar dari hasil proses pendidikan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan dipahami sebagai usaha sadar dan terencana untuk menciptakan suasana belajar sehingga peserta didik mampu secara aktif mengembangkan potensi dirinya. Melalui pendidikan, diharapkan terbentuk kekuatan spiritual, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, serta keterampilan yang berguna bagi individu, masyarakat, bangsa, dan negara. Sistem pendidikan nasional di Indonesia terdiri atas jalur formal, nonformal, dan informal. Pendidikan informal sendiri merupakan proses belajar yang diperoleh dari pengalaman hidup sehari-hari, baik secara sadar maupun tidak, sejak lahir hingga akhir hayat Soelaيمان dalam Sutarto, 2007). Pendidikan jenis ini umumnya berlangsung dalam lingkungan keluarga dengan orang tua sebagai pendidik utama. Sementara itu, pendidikan formal adalah sistem pendidikan yang dilaksanakan oleh institusi sekolah yang memiliki legalitas resmi dan mengikuti persyaratan operasional tertentu (Sutarto, 2007). Pendidikan formal mencakup jenjang pendidikan yang terdiri dari Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, hingga Perguruan Tinggi. Sementara itu, pendidikan nonformal merupakan jenis pendidikan yang berlangsung di luar sistem pendidikan formal. Menurut Siswanto (2013), pendidikan nonformal merupakan bentuk pendidikan yang diselenggarakan secara terstruktur, sengaja dirancang, dan memiliki tujuan yang jelas, namun pelaksanaannya tidak sepenuhnya terikat

pada aturan yang kaku. Pendidikan ini bersifat fleksibel dan disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik atau warga belajar.

Dalam beberapa waktu terakhir, dunia pendidikan mengalami berbagai perubahan yang cukup signifikan. Perubahan ini dipengaruhi oleh dinamika lingkungan global di bidang pendidikan. Globalisasi sendiri dapat dimaknai sebagai proses terbukanya akses secara luas tanpa terikat oleh batasan-batasan budaya atau keterisolasian. Dampak dari globalisasi dalam dunia pendidikan sangat terasa, terutama dalam meningkatkan tingkat persaingan antar lembaga pendidikan dalam upaya menciptakan sumber daya manusia yang unggul dan memiliki daya saing tinggi (Mahardhika *et al.*, 2021).

Globalisasi yang mendorong meningkatnya tingkat persaingan dalam dunia pendidikan telah menyebabkan pergeseran fokus dalam manajemen pendidikan. Awalnya pendidikan hanya dipandang sebagai layanan institusional, namun kini berubah ke arah pendekatan yang memperlakukan pengguna pendidikan sebagai pelanggan (*customer education*) bukan sekadar pemakai jasa (*user education*) (Labaso, 2019). Perubahan ini menunjukkan pentingnya penerapan konsep pemasaran jasa dalam sektor pendidikan untuk merespons fenomena tersebut. Pemasaran sendiri dipahami sebagai proses sosial dan manajerial yang mencakup berbagai aktivitas penting, yang memungkinkan individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui mekanisme pertukaran dengan pihak lain, serta mengembangkan proses pertukaran itu (Mukhtar, 2017). Dalam sistem pendidikan, dikenal tiga jalur utama, yaitu pendidikan formal, nonformal, dan informal. Pendidikan nonformal berfungsi sebagai pelengkap (*complementary*), penambah (*supplementary*), serta pengganti (*replacement*) bagi pendidikan formal.

Pasal 26 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 menjelaskan bahwa pendidikan nonformal meliputi berbagai bentuk pembelajaran, antara lain pendidikan kecakapan hidup, pendidikan anak usia dini, pendidikan pemuda, pemberdayaan perempuan, pendidikan kesetaraan, keaksaraan, pelatihan kerja dan keterampilan, serta bentuk pendidikan lain yang ditujukan untuk mengembangkan potensi peserta didik (Abdullah, 2022). Di sisi lain, ketatnya persaingan di pasar saat ini berdampak pada kondisi sosial masyarakat dan para pelaku usaha di berbagai sektor. Seluruh pihak dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perubahan zaman dan kebutuhan yang terus berkembang. Tantangan lainnya adalah meningkatnya angka pengangguran setiap tahun, termasuk di kalangan masyarakat ekonomi lemah, anak-anak putus sekolah, serta mereka yang belum memiliki keterampilan atau kompetensi untuk hidup mandiri maupun melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi (Sujanto, 2014). Anggraeiny *et al.* (2018) menyatakan bahwa pendidikan dan pelatihan merupakan proses pembelajaran yang berperan penting dalam membentuk perilaku individu melalui pengembangan pengetahuan, keterampilan, dan sikap guna mencapai standar yang diharapkan. Bagi para siswa lulusan sekolah formal sebenarnya bisa memanfaatkan Lembaga kursus dan Pelatihan (LKP) untuk menambah kompetensi dan mempersiapkan diri terjun di dunia pekerjaan (Sujanto, 2014).

Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) merupakan bentuk pendidikan nonformal yang ditujukan bagi masyarakat yang membutuhkan pengetahuan, keterampilan, kecakapan hidup, serta sikap yang mendukung pengembangan diri, pengembangan profesional, kemandirian dalam bekerja atau berwirausaha, dan kesiapan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi (Fauzi & Widiastuti, 2018). Keberadaan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan memiliki peran strategis dalam menjawab kebutuhan masyarakat yang tinggi terhadap penguasaan keterampilan atau keahlian yang relevan dan kompeten. Oleh karena itu, dalam jangka panjang, LKP dituntut untuk mampu menjaga keberlangsungan dan eksistensinya dengan menjalin kemitraan strategis guna membuka akses lebih luas ke pasar kerja (Sujanto, 2014).

Kabupaten Tebo khususnya di daerah Kelurahan Sungai Bengkal memiliki Satu Lembaga Pendidikan nonformal yang berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan serta kualitas sumber daya manusia serta menjamin penempatan kerja yaitu Anna Computer yang beralamat di Jalan Lintas Sumatera Tebo Jambi RT. 03 RW. 01 Dusun Lamo Kelurahan Sungai Bengkal Kecamatan Tebo Ilir Kabupaten Tebo Provinsi Jambi. Anna Computer sendiri berdiri sejak tahun 2011 sampai sekarang. Anna Computer adalah lembaga pendidikan dan pelatihan yang fokus pada sektor pelatihan jurusan Aplikasi Perkantoran. Dimana setiap tahun berhasil memberikan lapangan pekerjaan kepada semua lulusan dengan melakukan kerjasama dengan berbagai mitra seperti PT Sawit dan PT Batu Bara. Sehingga memudahkan para lulusan Anna Computer untuk langsung bekerja, dengan dibekali pendidikan dan praktek yang dilakukan selama masa pelatihan yaitu 3 Bulan hingga 6 bulan. Selain itu Anna Computer juga berhasil mendapatkan Akreditasi B dari Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Tebo dengan Nomor Akreditasi 450/LA-LPK/XII/2021 atas keberhasilannya menekan jumlah pengangguran. Anna Computer memberikan jaminan 100% penempatan kerja bagi semua lulusannya. Namun Anna Computer mengalami banyak kendala terutama dalam bidang pemasarannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang menekankan pada eksplorasi makna serta pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Menurut Moleong (2017), menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan memahami secara menyeluruh pengalaman subjek penelitian, meliputi perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, melalui pendekatan holistik. Data yang diperoleh disajikan dalam bentuk narasi verbal dan dianalisis sesuai konteks alami. Sejalan dengan itu, Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif berlandaskan filsafat postpositivisme, di mana objek dikaji dalam kondisi alamiah, berbeda dari pendekatan eksperimen. Dalam metode ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, dengan teknik pengambilan sampel secara purposive dan snowball sampling. Proses pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, sedangkan analisis datanya bersifat induktif dengan penekanan pada makna dan generalisasi kontekstual.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang berfokus pada analisis data yang diperoleh langsung dari responden, informan, atau key informan melalui interaksi verbal atau tulisan, serta observasi perilaku nyata mereka. Penelitian ini menekankan pentingnya kualitas data, sehingga teknik pengumpulan data yang utama adalah wawancara mendalam yang berkelanjutan dan observasi langsung di lapangan. Data yang terkumpul akan dipaparkan berupa dokumen dan informasi terkini mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh LPK ANNA Computer Tebo, guna mengungkap faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan lembaga dalam mempertahankan eksistensinya.

Karakteristik penelitian kualitatif ini adalah menghasilkan data deskriptif analitis, berupa kata-kata tertulis yang menggambarkan apa yang diamati, dengan hasil analisis yang berbentuk deskriptif. Biasanya, peristiwa yang dipilih sebagai objek penelitian adalah kejadian aktual yang tengah berlangsung, bukan kejadian yang sudah berlalu (Rahardjo, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dipaparkan berdasarkan data dari proses wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pemaparan hasil ini disusun melalui pengumpulan data dengan metode studi dokumentasi, observasi, wawancara dengan informan yang relevan, serta diskusi yang diarahkan pada fokus permasalahan penelitian. Pada bab hasil penelitian ini akan diuraikan berbagai temuan

berdasarkan wawancara yang dilaksanakan pada bulan Mei 2025 di LKP Anna Computer Sungai Bengkal Tebo, terkait strategi pemasaran yang diterapkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Anna Computer Sungai Bengkal Tebo.

Pada tahap analisis, peneliti terlebih dahulu menyusun daftar pertanyaan wawancara, kemudian melakukan pengumpulan data, dan menganalisis data secara mandiri. Langkah ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Anna Computer Sungai Bengkal Tebo. Sebagai langkah awal, peneliti merancang butir-butir pertanyaan untuk wawancara. Wawancara dilakukan dengan melibatkan dua orang peserta didik, satu orang karyawan, serta staf bagian pemasaran di Lembaga Anna Computer.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan cara bertahap dalam rentang pada Bulan Mei dan Juni Tahun 2025. Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara yang mendalam dengan narasumber sebagai bentuk pencarian data dan observasi. Berikut table jadwal wawancara yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 1. Jadwal Wawancara

Nama Informan	Tanggal Wawancara	Tempat Wawancara
Olyvia	26 Mei 2025	Lpk Anna Computer Sungai Bengkal
	02 Juni 2025	
Awan Pandu Pratama	26 Mei 2025	Lpk Anna Computer Sungai Bengkal
	02 Juni 2025	
Nisa Anggraini	16 Juni 2025	Lpk Anna Computer Sungai Bengkal
	20 Juni 2025	
Susanto	16 Juni 2025	Lpk Anna Computer Sungai Bengkal
	20 Juni 2025	

Analisis penelitian ini berfokus pada Strategi Pemasaran untuk memenuhi kebutuhan informasi karyawan, sesuai dengan rumusan masalah. Data dikumpulkan melalui studi lapangan dan studi pustaka. Untuk meningkatkan akurasi dan objektivitas, peneliti juga melakukan wawancara mendalam dengan narasumber utama dan pendukung yang relevan dengan tema penelitian. Wawancara ini bertujuan memperoleh data yang valid terkait strategi pemasaran di Anna Computer Sungai Bengkal Tebo.

Penelitian dilakukan di LPK Anna Computer Sungai Bengkal Tebo, beralamat di Jalan Lintas Tebo Jambi RT 03 RW 01 Dusun Lamo, Kelurahan Sungai Bengkal, Kecamatan Tebo Ilir, Kabupaten Tebo, Provinsi Jambi. Lembaga ini merupakan penyelenggara pendidikan nonformal. Berdasarkan temuan, kekuatan LPK Anna Computer terletak pada produk yang sesuai kebutuhan, biaya terjangkau, lokasi strategis, pengajar yang komunikatif, jadwal fleksibel, ruang belajar nyaman, dan metode pembelajaran yang bervariasi.

Tabel 2. Hasil jawaban Responden Terhadap Kekuatan LPK. ANNA Computer

No	Indikator	Skor		Nilai Ranting	Presentase
		Max	Total		
1.	Program yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan siswa dan kurikulum sekolah	100	87	0,87	87 %
2.	Harga yang ditawarkan lebih murah dari pesaing	100	76	0,76	76 %
3.	Tempat Pendidikan yang strategis	100	87	0,87	87 %
4.	Tenaga pengajar yang bersahabat	100	94	0,94	94 %
5.	Tenaga pengajar selalu memenuhi target yang standar	100	83	0,83	83 %
6.	Jam belajar sudah terjadwal oleh lembaga	100	81	0,81	81 %

7.	Ruang belajar yang nyaman	100	87	0,87	87 %
8.	Metode belajar yang bervariasi	100	87	0,88	87 %
TOLAK UKUR		800	682	6,83	6,82 %

Kelemahan pada LPK ANNA Computer usaha populer, promosi yang kurang, fasilitas pendukung yang belum lengkap, tenaga pengajar masih kuliah dan tenaga pengajar belum tetap. Kelemahan ini memiliki prosentase yang cukup rendah dan hal tersebut baik dalam kategori kelemahan yaitu 0,62 (62%).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Anna Computer Sungai Bengkal pada umumnya seragam. Para responden menilai kualitas pendidikan yang diberikan, jadwal operasional, serta biaya kursus di lembaga ini sudah sesuai dan terjangkau bagi masyarakat. Skema pembayaran dengan sistem cicilan juga dinilai sangat membantu peserta dalam menyelesaikan biaya kursus tanpa membebani.

Dari hasil pertanyaan tentang sumber informasi, sebagian besar responden memperoleh informasi mengenai lembaga ini melalui teman, kerabat, media sosial seperti Instagram, serta brosur yang disebar. Media sosial dinilai paling efektif karena jangkauannya lebih luas.

Terkait kualitas pendidikan, sebagian besar responden sepakat bahwa mutu pembelajaran di Anna Computer tergolong baik. Materi pelajaran sesuai dengan kebutuhan keterampilan di dunia kerja. Selain itu, materi membantu peserta mempersiapkan diri menghadapi ujian kompetensi untuk memperoleh sertifikat sebagai bukti kelulusan. Sertifikat ini juga menjadi bukti kemampuan peserta dalam bidang komputer.

Pada aspek biaya jasa pendidikan, seluruh responden menyatakan bahwa harga kursus cukup terjangkau. Sistem cicilan yang disediakan pihak lembaga juga sangat membantu peserta dalam menyelesaikan pembayaran.

Mengenai lokasi lembaga, para responden menilai tempat kursus cukup strategis karena berada di pinggir jalan, dekat area perkantoran dan pasar. Namun, sebagian responden menyampaikan harapan agar lembaga dapat menyediakan tempat parkir yang lebih nyaman, terutama untuk melindungi kendaraan dari panas dan hujan. Beberapa responden juga berharap ke depan lembaga memiliki gedung milik sendiri, bukan bangunan sewa.

Dari pertanyaan tentang waktu operasional, responden menjelaskan bahwa jadwal belajar sudah diatur oleh pihak lembaga dan peserta hanya menyesuaikan dengan jam yang dipilih. Jika ada perubahan jadwal, peserta dapat melapor ke bagian administrasi. Lembaga juga dinilai disiplin dalam mengatur waktu belajar. Minat masyarakat untuk mengikuti kursus komputer di Anna Computer terbilang tinggi, terutama saat masa kelulusan sekolah, banyak siswa yang mendaftar untuk menambah keterampilan.

Terakhir, tanggapan dan harapan responden terhadap pengembangan lembaga ini cukup beragam. Sebagian besar responden menyoroti kondisi area parkir yang belum memadai. Mereka berharap ke depan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Anna Computer dapat memiliki tempat usaha milik sendiri dengan fasilitas yang lebih lengkap, sehingga mampu terus berkembang dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal, Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Anna Computer Sungai Bengkal Tebo memiliki sejumlah kekuatan sekaligus kelemahan. Faktor internal yang menjadi kekuatan lembaga antara lain: semangat kerja karyawan yang tinggi, pelayanan yang ramah, ketepatan dan kedisiplinan pembelajaran, kerja sama dengan mitra dan peserta baru setiap

tahun, kemudahan sistem cicilan biaya pendidikan, ketersediaan cadangan server untuk media pembelajaran, serta penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Sementara itu, kelemahan yang diidentifikasi meliputi kurangnya tenaga pengajar tetap, keterbatasan lahan parkir yang belum memadai, serta minimnya modal untuk pengembangan bisnis.

Dari analisis lingkungan eksternal, lembaga juga memiliki peluang dan ancaman. Faktor eksternal yang menjadi peluang antara lain tingginya minat masyarakat terhadap kursus komputer, adanya peserta tetap, loyalitas pelanggan, kerja sama yang baik dengan peserta, serta dukungan kebijakan pemerintah. Sementara itu, ancaman eksternal meliputi persaingan usaha sejenis, kompetisi harga yang ketat, potensi peserta berpindah ke lembaga lain, perubahan kebijakan pemerintah, fluktuasi harga bahan bakar, dan perkembangan teknologi baru.

Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan internal seperti pelayanan yang baik, harga kursus yang bersaing dan dapat dicicil, distribusi layanan yang jelas, serta promosi melalui media sosial dapat dimanfaatkan untuk menghadapi berbagai ancaman eksternal. Strategi yang sesuai untuk situasi ini adalah strategi Strength-Threats (ST), yaitu memaksimalkan kekuatan lembaga untuk mengatasi potensi ancaman, yang sering disebut sebagai strategi diversifikasi.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, M. (2022). Lembaga Pendidikan Sebagai Suatu Sistem Sosial (Studi Tentang Peran Lembaga Pendidikan di Indonesia Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional). *Mamba'ul 'Ulum*, 18(1), 38–48. <https://doi.org/10.54090/mu.56>
- Anggraeiny, R., Noviera, R., & Mahmudah. (2018). Urgensi Penyelenggaraan Pendidikan Dan Pelatihan Bagi Pegawai Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Paradigma (JP)*, 7(2), 76–83.
- Fauzi, E. R., & Widiastuti, N. (2018). Peran lembaga kursus dan pelatihan menjahit dalam memperkuat manajemen pemberdayaan masyarakat di desa Padalarang. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 1(2), 30. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v1i2.494>
- Labaso, S. (2019). Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 289–311. <https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>
- Mahardhika, I. M. S. S., Putra, I. B. U., & Amerta, I. M. S. (2021). *Solusi dalam Memilih Perguruan Tinggi*. Scopindo Media Pustaka.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (36th ed.). PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Mukhtar, M. (2017). Pemasaran dan Upaya dalam Mempengaruhi Harapan Stakeholder dalam Lembaga Pendidikan Islam. *Tarbawi: Jurnal Pendidikan Islam*, 14(2). <https://doi.org/10.34001/tarbawi.v14i2.621>
- Rahardjo, M. (2011). *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif* (UIN-Press (ed.)).
- Siswanto. (2013). *Membangun Motivasi Belajar Pendidikan Nonformal*. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujanto, A. (2014). Program Interaksi Dan Integrasi Dengan Strategi Bauran Pemasaran Untuk Menjaga Keberlangsungan / Eksistensi Pada Lembaga Kursus dan Pelatihan. *Infokam*, 10(2), 64–76.
- Sutarto, J. (2007). *Pendidikan Non formal Konsep Dasar, Proses Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat*. UNNES-Press.