

Analisis Prosedur Administrasi Pada Training Center Untuk Meningkatkan Omset Polindo Surabaya

Nurchayani Inayatul Firdausiyah¹, Komarun Zaman²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, Indonesia

E-mail: firdacahyani297@gmail.com¹, komarunzaman55@gmail.com²

Article History:

Received: 23 Agustus 2025

Revised: 28 September 2025

Accepted: 29 Oktober 2025

Keywords:

Administrasi,
Pelatihan, Omzet

Prosedur
Pusat

Abstract: Penelitian ini berjudul "Analisis Prosedur Administrasi di Balai Pelatihan untuk Meningkatkan Omzet Polindo Surabaya". Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana prosedur administrasi di balai pelatihan berkontribusi terhadap peningkatan omzet Polindo Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prosedur administrasi yang diterapkan di Balai Pelatihan Polindo Surabaya sudah cukup baik, namun masih terdapat kendala seperti kurangnya tenaga administrasi, proses manual, dan keterbatasan keterampilan pegawai dalam administrasi. Strategi yang diterapkan untuk meningkatkan omzet antara lain pemasaran melalui media sosial, kolaborasi dengan lembaga, dan peningkatan layanan serta fasilitas pelatihan secara berkelanjutan. Selanjutnya, Polindo Surabaya melakukan evaluasi minat pendaftar untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keikutsertaan pelatihan. Temuan ini menyoroti pentingnya penguatan sistem administrasi untuk meningkatkan kinerja organisasi dan hasil keuangan.

PENDAHULUAN

Pendidikan di Indonesia telah mengalami perkembangan panjang dari masa kuno hingga era digital saat ini. Pendidikan diatur melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Digitalisasi pendidikan menjadi hal yang penting, ditandai dengan pemanfaatan teknologi informasi seperti internet dan e-learning. Selain itu, pendidikan karakter juga menjadi fokus penting, bukan hanya tentang aspek akademik tetapi juga pembentukan kepribadian serta keterampilan *soft skills*.

Polindo Surabaya merupakan lembaga pendidikan dan pelatihan profesional yang mencetak generasi siap kerja maupun wirausaha. Lembaga ini berfokus pada edukasi dan pelatihan pemberdayaan SDM serta telah bermitra dengan berbagai perusahaan di Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik. Polindo juga bekerja sama dengan Dinas Tenaga Kerja (DISNAKER) Kota Surabaya

untuk menyelenggarakan pelatihan gratis bagi masyarakat umum.

Dengan adanya *Training Center*, Polindo Surabaya berupaya meningkatkan kualitas SDM agar lebih profesional, efisien, dan efektif dalam dunia kerja. Analisis prosedur administrasi diperlukan untuk menilai efisiensi, efektivitas, dan keandalan sistem yang ada, sehingga dapat memberikan rekomendasi kebijakan optimal untuk meningkatkan omset lembaga.

LANDASAN TEORI

Administrasi

Administrasi merupakan proses pengelolaan organisasi melalui pencatatan, pengarsipan, koordinasi, hingga pemenuhan regulasi (Trifosa Abia, 2020). Tujuannya adalah meningkatkan efisiensi dan memastikan kegiatan berjalan teratur. Prosedur administrasi sendiri merupakan urutan kerja tetap yang menjamin keseragaman pelaksanaan suatu aktivitas organisasi.

Omset

Omset adalah total pendapatan dari penjualan barang atau jasa dalam periode tertentu (Tocqiun, 2019). Indikator ini menjadi ukuran penting kesuksesan usaha, meskipun belum menggambarkan laba bersih. Menurut Atmoko (2018), keberhasilan perusahaan sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan.

Marketing

Marketing merupakan upaya perusahaan untuk mendorong penjualan atau pembelian produk melalui strategi yang terencana. Subagio (2017) menjelaskan bahwa pemasaran mencakup proses menghasilkan, mengkomunikasikan, memperkenalkan, dan menyediakan transaksi yang bernilai bagi pelanggan. Menurut Hulu et al. (2021), manajemen pemasaran meliputi analisis, perencanaan, penerapan, dan pengawasan program untuk meningkatkan pendapatan dari pertukaran barang atau jasa. Bentuk pemasaran dapat dibedakan menjadi pemasaran tradisional dan digital. Pemasaran tradisional meliputi iklan cetak seperti koran, majalah, brosur, iklan radio dan televisi, serta pemasaran langsung melalui surat atau telepon. Sementara itu, pemasaran digital memanfaatkan media sosial, baik melalui pembuatan konten (content creator) maupun penggunaan iklan berbayar dalam bentuk gambar, video, dan story ads untuk memperluas jangkauan, meningkatkan penjualan, serta mempertahankan pelanggan.

Strategi pemasaran sendiri dirancang untuk mempromosikan produk secara efektif melalui pengelolaan biaya, bauran, dan alokasi pemasaran. Tocqiun (2019) menekankan bahwa pemasaran bukan sekadar penjualan, melainkan juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Hodge (2018) menambahkan bahwa strategi pemasaran perlu mempertimbangkan kondisi lingkungan dan tingkat persaingan. Lebih lanjut, Rangkuti (2012) menyebutkan bahwa perusahaan harus memiliki kapabilitas inti yang meliputi tiga aspek utama, yaitu nilai bagi pelanggan (customer value), diferensiasi bersaing (competitor differentiation), serta kemampuan untuk diperluas (extendability) sehingga produk dapat terus berkembang dan bersaing di pasar.

Minat Pendaftar

Minat pendaftar merujuk pada ketertarikan atau keinginan individu untuk mengikuti program pelatihan yang ditawarkan, baik karena dorongan intrinsik maupun kebutuhan karier. Tingkat minat ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain relevansi program dengan kebutuhan peserta dan tuntutan pasar kerja, kualitas fasilitas serta kompetensi instruktur yang mampu menciptakan lingkungan belajar optimal, serta aspek biaya, lokasi, dan jadwal yang menentukan kemudahan akses dan kenyamanan peserta. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif juga berperan penting dalam menarik calon peserta. Evaluasi terhadap minat pendaftar

perlu dilakukan secara berkelanjutan agar lembaga dapat mengembangkan program baru maupun meningkatkan kualitas program yang telah tersedia, sehingga mampu memenuhi kebutuhan pasar sekaligus meningkatkan daya saing.

Faktor yang Mempengaruhi Pendaftar

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi keputusan calon peserta untuk mendaftar atau tidak pada suatu program pelatihan. Reputasi dan kredibilitas lembaga menjadi faktor utama, karena lembaga yang memiliki citra baik lebih mudah menarik minat pendaftar. Selain itu, relevansi program dengan kebutuhan karier peserta juga berperan penting, sebab semakin sesuai program dengan tujuan profesional, semakin tinggi pula minat pendaftar. Aspek biaya juga memengaruhi, di mana keseimbangan antara besaran biaya dan manfaat yang diperoleh dapat menjadi daya tarik tersendiri. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah umpan balik dari peserta sebelumnya, seperti testimoni positif dan pengalaman belajar yang baik, yang mampu meningkatkan kepercayaan calon peserta. Sertifikat yang relevan dengan bidang kerja juga menambah nilai lebih, sehingga calon peserta semakin yakin untuk memilih program di Polindo Internasional Surabaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif** dengan tujuan mendeskripsikan serta menganalisis fenomena yang terjadi pada prosedur administrasi Training Center Polindo dalam meningkatkan omset. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan peristiwa, sikap, serta dinamika sosial secara holistik sesuai konteks penelitian.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama sekaligus pengumpul data sehingga kehadiran di lapangan menjadi penting (Moleong dalam Rivki et al., 2021). Data yang digunakan terdiri dari **data primer** berupa hasil wawancara dan observasi langsung, serta **data sekunder** yang diperoleh dari dokumen, laporan, dan referensi pendukung. Penelitian ini dilaksanakan di **Polindo Internasional Divisi Training Center Surabaya** pada Januari–Juni 2024.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi berupa catatan, laporan, serta foto kegiatan. Instrumen penelitian berupa pedoman wawancara dan lembar observasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan tahapan **reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi** (Sugiyono dalam A. Hamid, 2024).

Untuk menjamin keabsahan data, digunakan beberapa teknik, yaitu **perpanjangan dan ketekunan pengamatan, triangulasi** (sumber, teknik, dan waktu), serta **analisis kasus negatif** untuk menguji konsistensi data. Melalui tahapan tersebut, validitas temuan dapat dipertanggungjawabkan sehingga hasil penelitian memberikan gambaran yang akurat mengenai peran administrasi dalam mendukung peningkatan omset di Training Center Polindo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pelatihan di Training Center Polindo dirancang dengan sistem pembiayaan mandiri, di mana peserta dikenakan biaya sesuai program yang dipilih. Terdapat dua jenis kelas yang ditawarkan, yaitu kelas privat dengan satu instruktur dan satu peserta yang memberikan pembelajaran personal, serta kelas semi privat atau reguler dengan lebih dari dua peserta yang bersifat kolaboratif dengan biaya yang lebih terjangkau.

Pelaksanaan pelatihan dapat dilakukan secara daring melalui platform digital maupun

secara luring melalui tatap muka sesuai kesepakatan antara peserta dan instruktur. Peserta yang merasa kurang mahir diberi kesempatan untuk mengikuti kelas tambahan tanpa biaya tambahan, serta akan memperoleh sertifikat setelah menyelesaikan program. Untuk menjamin peningkatan kualitas, setiap peserta diwajibkan memberikan umpan balik terkait administrasi, fasilitas, serta metode pembelajaran yang digunakan instruktur.

Seluruh biaya pelatihan telah mencakup pendaftaran, modul, dan sertifikat, sehingga tidak terdapat biaya tambahan di luar ketentuan. Adapun biaya pribadi, seperti transportasi, akomodasi, dan konsumsi, tetap menjadi tanggung jawab masing-masing peserta. Dengan demikian, lembaga dapat memfokuskan pengelolaan pada penyediaan layanan pelatihan yang berkualitas.

Fleksibilitas penjadwalan antara peserta dan instruktur, yang tetap berada dalam pengawasan pihak administrasi, memberikan kemudahan bagi peserta untuk menyesuaikan kegiatan pelatihan dengan aktivitas lainnya. Model pelatihan ini terbukti efektif dalam menjaga keberlangsungan program, meningkatkan keterampilan peserta, serta mendukung pertumbuhan pendapatan lembaga secara konsisten.

KESIMPULAN

Training Center Polindo telah berhasil menyediakan program pelatihan yang terstruktur dengan tujuan utama meningkatkan keterampilan peserta. Dalam pelaksanaannya, semua biaya pribadi yang dikeluarkan oleh peserta, seperti transportasi, akomodasi, dan konsumsi, menjadi tanggung jawab masing-masing peserta. Pendekatan ini memberikan fleksibilitas bagi peserta untuk mengatur pengeluaran mereka sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pribadi, sehingga mereka dapat memilih opsi yang paling sesuai dengan anggaran dan situasi mereka tanpa terbebani secara keseluruhan. Selain itu, Training Center Polindo juga memberikan kebebasan dalam penjadwalan pelatihan, di mana peserta dapat menyesuaikan waktu pelatihan dengan instruktur, sehingga kegiatan tetap terkoordinasi dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- A.Hamid. (2024). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In *Japanese Journal of Allergology* (Vol. 54, Issue 8).
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*.
- Hodge, G. A. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Indihome Di Witel Makassar. *עלון המטע*, 66.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Binsis*, 6(2), 16–25.
- Mita, R. (2015). Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Ilmu Budaya* (Vol. 11, Issue 2, pp. 71–79).
- Rangkuti, F. (2012). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cetakan Kedua. In *Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama*. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=UHV8Z2SE57EC&oi=fnd&pg=PR9&dq=analisis+swot&ots=PwIKn_yFSB&sig=5eLTvqiT3JzjgqiyWuCN2Bj6DQ
- Rivki, M., Bachtiar, A. M., Informatika, T., Teknik, F., & Indonesia, U. K. (2021). *Metode*

Penelitian Kualitatif (Issue 112).

- Subagio, H. (2017). Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–8. <https://media.neliti.com/media/publications/134793-ID-analisa-pengaruh-dining-experience-terha.pdf>
- Tocqiun, P. (2019). *Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Mobil Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar*.
- Trifosa Abia. (2020). Studi Layanan Administrasi di SMAN 5 Tona Toraja. *Administrasi Kebijakan Dan Kepemimpinan Pendidikan*, 1, 90–103. <http://ojs.unm.ac.id/JAK2P/>