



INTISARI

Penelitian ini menganalisis strategi bersaing yang diterapkan oleh PT Cendekia dalam menghadapi persaingan di industri jasa pendidikan non-formal di Yogyakarta, terutama dalam penyediaan kursus IELTS dan persiapan beasiswa serta kuliah di luar negeri. Mengingat tren peningkatan minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikan ke luar negeri, permintaan terhadap layanan kursus bahasa Inggris terus meningkat. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi pustaka. Analisis dilakukan yaitu analisis internal dan eksternal dengan pendekatan *Porter's Five Forces*, *Driving Forces*, *Key Success Factor*, Analisis Sumber Daya, Analisis Kapabilitas, Analisis VRIN, dan SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Cendekia menggunakan strategi *Focused Low Cost* dengan menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan pesaing dan layanan yang berfokus pada persiapan kuliah ke luar negeri. Meskipun strategi ini mampu menarik konsumen, evaluasi lebih lanjut diperlukan untuk mengatasi kendala seperti penurunan jumlah peserta yang memanfaatkan fasilitas *mini class* dan SASPre. Rekomendasi yang diajukan dalam penelitian ini mencakup pengembangan inovasi layanan dan peningkatan strategi pemasaran *digital* untuk mempertahankan daya saing perusahaan.

Kata Kunci: strategi bersaing, pendidikan non-formal, kursus bahasa Inggris, Analisis Internal, Analisis Eksternal, SWOT, Yogyakarta.



ABSTRACT

This study analyzes the competitive strategies employed by PT Cendekia to navigate the competitive landscape of the non-formal education industry in Yogyakarta, particularly in providing English language courses and IELTS preparation. With the increasing trend of individuals pursuing higher education abroad, the demand for English courses continues to rise. This research adopts a qualitative descriptive method, utilizing interviews and literature studies for data collection. The analysis is conducted using Porter's Five Forces, Driving Forces Analysis, Key Success Factor, Resources and Capabilities Analysis, VRIN Analysis and SWOT frameworks to evaluate the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The findings reveal that PT Cendekia implements a Focused Low-Cost strategy by offering more affordable prices compared to competitors and providing services tailored to students preparing for overseas education. While this strategy effectively attracts customers, further evaluation is necessary to address challenges such as declining enrollment rates in mini class and SASPre program. This study recommends service innovation and enhanced digital marketing strategies to maintain the company's competitive advantage.

Keywords: competitive strategy, non-formal education, English courses, Internal Analysis, External Analysis, SWOT, Yogyakarta.