e-ISSN: 3062-7389	**Journal of Composite Social Humanisme** **Volume 3 Number 5 (2026), pp. 315-323** **https://ojs.shahida.or.id/index.php/composite**

Strategi pemasaran jasa berbasis analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing LKP Tatik Modes Trenggalek

Nisa Listiyana[1*] & Yesy Kusumawati[2]

Program Studi Manajemen, Universitas Kahuripan Kediri[1,2]

nisalistiyana1201@gmail.com[*]

*Coresponding Author

Submit: 19 Oktober 2026; revisi: 25 Oktober 2026; diterima: 27 Oktober 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing pada Lembaga Kursus dan Pelatihan Tatik Modes Trenggalek. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Lokasi penelitian berada di LKP Tatik Modes Trenggalek. Teknik pengambilan informan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian analisis deskriptif, Matriks SWOT, Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Analysis Summary* - IFAS Matrix), Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Analysis Summary* - EFAS Matrix). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi bersaing yang diterapkan oleh Lembaga Kursus dan Pelatihan Tatik Modes Trenggalek yaitu meliputi mempertahankan penilaian dan akreditasi terbaik yang telah dipercayakan oleh Direktorat Kursus dan Pelatihan kepada Lembaga Kursus dan Pelatihan Tatik Modes Trenggalek, memaksimalkan kualitas dan kompetensi pembelajaran yang sudah terjamin, dan mempertahankan citra lembaga di mata masyarakat sehingga meningkatkan loyalitas konsumen. Adapun nilai tertimbang dari matriks IFAS adalah sebesar 3,0 dan nilai tertimbang pada matriks EFAS sebesar 3,19. Nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci *strengths* 2,05, *weaknesses* 0,95, *opportunities* 2,07, *threats* 1,11. Lembaga Kursus dan Pelatihan Tatik Modes Trenggalek ini berada pada kuadran pertama yaitu kuadran strategi agresif dan matriks SWOTnya berada pada sel Strategi SO.

Kata kunci: Analisis SWOT, Strategi Marketing, Daya Saing, Matriks EFAS, Matriks IFAS

ABSTRACT

This research investigates the application of SWOT analysis in improving the competitiveness advantage of the Tatik Modes Course and Training Institution located in Trenggalek. This research uses a qualitative research design with a descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The analytical tools employed in the study include the SWOT Matrix, Internal Factor Analysis Summary (IFAS), and External Factor Analysis Summary (EFAS) matrices. The results reveal that the institution has implemented several effective competitive strategies, such as maintaining top-tier accreditation, enhancing the quality of training programs, and preserving a strong institutional image. Based on the analysis, Tatik Modes course and training institute is positioned in Quadrant I (Aggressive Strategy), supported by an IFAS score of 3.0 and an EFAS score of 3.19. This positioning indicates a strong internal capacity to leverage external opportunities. The study offers practical insights for developing marketing strategies grounded in SWOT analysis, contributing to improved institutional competitiveness.

***Keywords**: SWOT analysis, marketing strategy, competitiveness, matrix IFAS, matrix EFAS*

Copyright © 2026 The Author(s)
This is an open access article under the CC BY-SA license

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, dunia pendidikan juga turut mengalami kemajuan yang pesat di beberapa tahun terakhir. Termasuk pada pendidikan nonformal. Hal ini sesuai pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 yang membahas terkait Sistem Pendidikan Nasional. Dalam Undang-Undang tersebut disebutkan bahwa pendidikan nonformal merupakan bentuk pendidikan di luar pendidikan formal. Pendidikan ini bisa diadakan secara teratur dan bertahan, serta berperan sebagai pengganti dan tambahan dari pendidikan formal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang tidak bisa dipenuhi melalui jalur pendidikan formal. Selain itu, pendidikan nonformal juaga membantu dalam mengembangkan potensi siswa dengan fokus pada penugasan pengetahuan dan keterampilan yang berguna daam kehidupan sehari-hari (Susanti, 2014).

Pendidikan nonformal mencakup berbagai bidang, antara lain Pendidikan Kecakapan Hidup (PKH), Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Pendidikan Kemudaan, Pendidikan Pemberdayaan Perempuan, Pendidikan Keaksaraan, serta Pendidikan Keterampilan dan Pelatihan Kerja. Selain itu, terdapat pula bentuk pendidikan lainnya yang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan serta keterampilan masyarakat (Purwanto, 2017).

Pendidikan keterampilan dan pelatihan kerja atau lembaga kursus adalah salah satu pendidikan nonformal yang baru-baru ini semakin diminati oleh masyarakat. Selain berfungsi sebagai pendukung pendidikan formal, lembaga kursus juga memiliki peran sebagai jenis usaha yang berfokus di bidang jasa pendidikan. Sekarang, perkembangan bisnis kursus menunjukkan peningkatan yang cukup pesat.

Pada saat ini, di tahun 2024 tepatnya, jumlah Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) yang tersebar di seluruh Indonesia berjumlah 6.365 lembaga dengan beragam jenis program yang ditawarkannya (Satudata Kemnaker | Portal Data Ketenagakerjaan RI, 2024). Salah satunya di Kabupaten Trenggalek. Trenggalek merupakan salah satu wilayah yang masih menghadapi kesulitan daam membangun sumber daya manusia, termasuk angka pengangguran yang masih tergolong tinggi. Menurut hasil Survey Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) pada bulan Agustus 2024, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Kabupaten Trenggalek mencapai 3,90%. Artinya dari 100 orang yang masuk dalam angkatan kerja, ada sekitar 3 hingga 4 orang yang tidak memiliki pekerjaan. Pengangguran dalam arti ini mencakup orang yang sedang mencari pekerjaan, sedang mempersiapkan usaha baru namun tidak bekerja, sudah memiliki pekerjaan atau usaha tapi belum mulai bekerja, atau sudah menyerah dan tidak lagi mencri pekerjaan atau memulai usaha (trenggalekkab.go.id, 2025).

Dalam konteks inilah, peran LKP menjadi sangat krusial sebagai sarana pemberdayaan dan peningkatan keterampilan masyarakat lokal, guna mendorong terciptanya peluang kerja yang lebih baik di dalam daerah sendiri. Program pelatihan keterampilan menjahit telah berhasil menjadi angin segar bagi masyarakat, terutama wanita yang memiliki tingkat pendidikan rendah dan belum memiliki kemampuan menjahit. Dengan mengikuti pelatihan ini, mereka memperoleh kesempatan untuk membangun usaha sendiri secara mandiri (Astiti, 2014).

Pada tahun 2024, tercatat LKP menjahit menjadi lembaga paling banyak yang ada di Kabupaten Trenggalek, yaitu dengan jumlah 8, disusul dengan lembaga kursus dan pelatihan komputer sejumlah 7, dan lembaga kursus dan pelatihan bahasa Inggris sejumlah 6 (satudata.kemnaker.go.id, 2024).

Momen peluang ini ternyata dimanfaatkan oleh Ibu Mintartik selaku pemiliki usaha lembaga kursus dan pelatihan Tatik Modes Trenggalek untuk turut memberdayakan sumber daya manusia. LKP Tatik Modes sebagai tempat masyarakat menimba ilmu pendidikan nonformal dengan pemfokuskan pelatihan tata busana yang mempelajari membatik dengan canting, menghias busana dengan mesin border manual, menjahit busana dengan mesin, menjahit busana dengan style, menjahit busana wanita dewasa, menjahit pakaian sesuai style, dan lain-lain. Sejak berdiri pada tahun 2000, LKP Tatik Modes telah menghasilkan ribuan alumni terampil di bidang desain mode.

Jika dilihat dari track recordnya, LKP Tatik Modes Trenggalek memiliki perkembangan yang bagus. LKP Tatik Modes menjadi salah satu pelopor akademi tata busana di Kota Trenggalek.

Hingga sekarang, LKP Tatik Modes Trenggalek menjadi salah satu lembaga yang lebih banyak diminati oleh masyarakat Kabupaten Trenggalek. Hal ini terbukti dari total siswa yang diampu dalam lembaga ini memiliki jumlah paling besar dibandingkan dengan lembaga kursus dan pelatihan menjahit lainnya. Selain itu, LKP Tatik Modes Trenggalek telah mencetak lebih dari 1.000 siswa (tatikmodestrenggalek.com, 2024)

Nurinaya dan Arfianti, (2021) menyebutkan bahwa sebuah usaha atau bisnis memiliki sifat dinamis. Bisnis yang terus berubah dari waktu ke waktu dipengaruhi oleh selera masyarakat. Untuk membangun strategi yang baik, perusahaan harus mampu memahami keinginan pasar dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Oleh karena itu, strategi pemasaran sangat penting dalam mencapai keberhasilan sebuah lembaga, terutama di bidang pemasaran. Selain itu, strategi pemasaran yang digunakan oleh LKP juga harus terus diperiksa dan dikembangkan sesuai dengan perubahan pasar dan lingkungan sekitar, agar dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang langkah-langkah yang dilakukan LKP dalam memanfaatkan peluang atau menggabungkan beberapa target pasar.

Analisis SWOT adalah cara sistematis untuk mengidentifikasi berbagai faktor agar bisa menyusun strategi perusahaan yang efektif. Analisis SWOT membantu mengenali beberapa aspek secara terstruktur untuk merancang strategi perusahaan. Analisis SWOT didasarkan pada prinsip logis, yaitu memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus mengurangi kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 1998). Melalui analisis SWOT, diskusi mengenai kondisi umum suatu perusahaan, termasuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, bisa dilakukan secara lebih mendalam dan difokuskan pada aspek-aspek yang relevan dengan perencanaan. Hal ini krusial karena kondisi yang ada saat ini merupakan dasar utama dalam merancang rencana perusahaan untuk masa depan (Sasoko & Mahrudi, 2022).

Kondisi dari sebuah perusahaan atau industri bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor dari dalam dan luar perusahaan tersebut. Kedua faktor ini perlu diperhatikan. faktor dari dalam mencakup kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan faktor dari luar mencakup peluang dan ancaman yang mungkin muncul. Keempat faktor ini sering disebut dengan SWOT, yaitu *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats* (Purwanto, 2017).

Analisis SWOT muncul karena adanya persaingan dari kompetitor yang bergerak di bidang yang sama atau serupa, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Hal ini mengharuskan setiap perusahaan untuk menetapkan strategi yang tepat dan efektif supaya bisa menghadapi persaingan atau setidaknya mampu bertahan hidup di pasar sasarannya. Persaingan di dunia industri semakin ketat, sehingga perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dan akurat agar bisa memasarkan produknya dengan baik di pasar yang dituju. Bahkan, jika memungkinkan, perusahaan harus berusaha keras untuk menduduki posisi teratas di pasar (Nurinaya & Arfianti, 2021).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian dilaksanakan pada Februari 2026 di Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Tatik Modes Trenggalek yang beralamat di Jl. RT 01/RW 01, Rejosari, Salamrejo, Karangan, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur 66361.

Teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan penelitian berjumlah satu orang, yaitu pemilik LKP Tatik Modes Trenggalek. Pemilik dipilih karena memiliki keterlibatan dalam pengelolaan lembaga serta pengetahuan mengenai kondisi dan strategi bersaing lembaga.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, literatur, dan dokumen yang relevan dengan fokus penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara bertahap melalui pengumpulan dan pengelompokan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data tersebut kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), serta faktor eksternal berupa peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang memengaruhi

daya saing LKP Tatik Modes Trenggalek.

Faktor-faktor yang telah diidentifikasi selanjutnya dianalisis menggunakan Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Analysis Summary* atau IFAS) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Analysis Summary* atau EFAS). Bobot dan rating setiap faktor ditentukan berdasarkan penilaian pemilik LKP Tatik Modes Trenggalek. Skor tertimbang setiap faktor diperoleh dengan mengalikan bobot dengan rating, kemudian seluruh skor tertimbang dijumlahkan untuk memperoleh skor total IFAS dan EFAS.

Hasil analisis IFAS dan EFAS digunakan untuk menentukan posisi strategis lembaga dan merumuskan alternatif strategi melalui Matriks SWOT. Matriks ini mengombinasikan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman ke dalam strategi Strengths-Opportunities (SO), Strengths-Threats (ST), Weaknesses-Opportunities (WO), dan Weaknesses-Threats (WT). Hasil analisis tersebut menjadi dasar penyusunan rekomendasi strategi untuk meningkatkan daya saing LKP Tatik Modes Trenggalek.

Teknik Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dilakukan dengan membandingkan informasi hasil wawancara dengan data yang diperoleh melalui observasi dan dokumentasi. Perbandingan ini bertujuan untuk memeriksa kesesuaian informasi wawancara dengan kondisi yang diamati serta dokumen yang tersedia. Hasil pemeriksaan digunakan untuk mendukung ketepatan interpretasi data dan penarikan kesimpulan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil penelitian melalui diagram cartesius, dapat ditarik kesimpulan bahwa LKP berada di posisi kuadran pertama, yaitu kuadran strategi agresif dimana kuadran tersebut merupakan kondisi dimana lembaga memiliki kekuatan serta peluang yang besar untuk bersaing dipasaran.

Jika ditarik benang dengan matriks SWOT, maka LKP Tatik Modes Trenggalek berapa pada strategi SO (*Strenghts-Opportunities*), dimana strategi ini merupakan strategi yang menggunakan kekuatan lembaga untuk memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya. Pada matriks SO, LKP Tatik Modes Trenggalek ini memiliki strategi yang dapat dijelaskan bahwa:

a. Mempertahankan kualitas layanan dengan tenaga kerja yang kompeten. LKP Tatik Modes Trenggalek memiliki akreditasi terbaik dari penilaian yang telah dilakukan oleh Kemendikbud, khususnya Direktorat Kursus dan Pelatihan (Ditsuslat). Hal tersebut membuat lembaga memiliki citra yang baik di mata masyarakat dan pemerintah, sehingga dapat meningkatkan rasa percaya dari mitra dan pemerintah meningkat terhadap kualitas alumni dari LKP Tatik Modes Trenggalek, dan akhirnya berinisiatif untuk memberikan lapangan pekerjaan kepada para alumni.
b. Melakukan penawaran produk unggulan dengan harga yang kompetitif. LKP Tatik Modes Trenggalek memiliki kualitas dan kompetensi pembelajaran yang terjamin. Kekuatan tersebut harus dimanfaatkan secara maksimal agar bisa memenangkan persaingan pasar.
c. Melakukan promosi di lingkungan perumahan atau area publik sekitar. Semakin meningkatnya minat masyarakat untuk belajar menjahit dapat menjadi peluang besar untuk LKP Tatik Modes Trenggalek. Upaya yang perlu dilakukan adalah dengan melakukan promosi di lingkungan perumahan atau area publik sekitar serta melalui media sosial agar lembaga semakin dikenal.

Mempertahankan citra lembaga di mata masyarakat melalui prestasi-prestasi dan pencapaian yang menonjol sehingga meningkatkan loyalitas konsumen.

Pembahasan

Berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan Ibu Mintartik selaku owner dari LKP Tatik Modes, serta dokumentasi yang tersedia, penelitian ini menyajikan analisis SWOT terhadap LKP Tatik Modes. Data yang dikumpulkan selanjutnya diproses, dikelompokkan, dan dianalsis untuk menemukan faktor-faktor yang berasal dari dalam dan luar lembaga yang memengaruhi kemampuan bersaingnya. Hasil dari

analisis ini digunakan sebagai dasar untuk membahas kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi, sekaligus memberikan gambaran strategis yang tepat untuk mendukung pengembangan LKP Tatik Modes di masa depan

.

Tabel 1: Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Analisis SWOT

Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
a. Akreditasi A.	a. Lokasi kurang strategis.	a. Kerjasama dengan pemerintah dan mitra untuk program dan penyaluran alumni.	a. Adanya kompetitor baru dan persaingan yang ketat.
b. Kualitas dan kompetensi pembelajaran terjamin.	b. Promosi kurang optimal.	b. Meningkatnya minat masyarakat di bidang menjahit.	b. Perubahan tren pasar.
c. Tenaga pendidik berkompeten.	c. Terbatasnya sumber daya modal.	c. Meningkatnya permintaan mitra terhadap tenaga kerja menjahit.	
d. Program tersertifikasi.			
e. Fasilitas berstandar nasional.			

Matriks IFAS (*Internal Strategy Factor Analysis Summary*)

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang ada di LKP Tatik Modes Trenggalek, langkah berikutnya adalah menganalisis faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan menggunakan matriks IFAS. Tujuannya adalah untuk memahami sejauh mana faktor internal memengaruhi LKP Tatik Modes Trenggalek.

Tabel 2 Matriks IFAS

Faktor-faktor Internal Utama	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (*Strenghts*)			
a. Akreditasi terbaik	0,14	4	0,57
b. Kualitas dan kompetensi pembelajaran terjamin	0,10	3	0,29
c. Tenaga pendidik tersertifikasi	0,12	4	0,48
d. Program tersertifikasi	0,12	3	0,36
e. Fasilitas berstandar nasional	0,12	3	0,36
Sub Total	0,60		2,05
Kelemahan (*Weaknesses*)			
a. Lokasi kurang strategis	0,14	3	0,43
b. Promosi kurang optimal	0,12	2	0,24
c. Terbatasnya sumber daya modal	0,14	2	0,29
Sub Total	0,40		0,95
Total	1,00		3,00

(Catatan: angka bobot, skor tertimbang, dan total skor pada tabel IFAS dan EFAS disajikan dengan pembulatan hingga dua angka decimal. Oleh karena itu, terdapat kemungkinan perbedaan antara penjumlahan angka yang ditampilkan dan total hasil perhitungan menggunakan nilai aslinya).

Dari data tersebut, skor faktor kekuatan adalah 2,05, sedangkan skor faktor kelemahan total adalah 0,95. Hal ini menunjukkan bahwa skor kekuatan lebih tinggi daripada skor kelemahan. Dengan demikian, kondisi internal LKP Tatik Modes Trenggalek berada pada posisi yang kuat.

Matriks EFAS (*External Strategy Factor Analysis Summary*)

Faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman akan dianalisis menggunakan matriks EFAS untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap kondisi eksternal LKP Tatik Modes Trenggalek.

Tabel 3 Matriks EFAS

Faktor-faktor Utama Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (*Opportunities*)			
a. Kerjasama dengan pemerintah dan mitra untuk program dan penyaluran alumni	0,22	4	0,89
b. Meningkatnya minat masyarakat di bidang menjahit	0,15	3	0,44
c. Meningkatnya permintaan mitra terhadap tenaga kerja menjahit	0,19	4	0,74
Sub Total	0,56		2,07
Ancaman (*Threats*)			
a. Adanya persaingan yang ketat dan munculnya competitor baru	0,22	2	0,44
b. Perubahan tren pasar	0,22	3	0,67
Sub Total	0,44		1,11
Total	1,00		3,19

(Catatan: angka bobot, skor tertimbang, dan total skor pada tabel IFAS dan EFAS disajikan dengan pembulatan hingga dua angka decimal. Oleh karena itu, terdapat kemungkinan perbedaan antara penjumlahan angka yang ditampilkan dan total hasil perhitungan menggunakan nilai aslinya).

Berdasarkan data, skor faktor peluang adalah 2,07, lebih tinggi daripada skor faktor ancaman sebesar 1,11. Hal ini menunjukkan bahwa LKP Tatik Modes Trenggalek mampu merespons peluang secara optimal dan memanfaatkannya untuk meminimalkan dampak ancaman yang dihadapinya. Meskipun demikian, skor EFAS tidak dapat digunakan sebagai satu-satunya dasar untuk menyimpulkan bahwa lembaga telah merespons peluang secara optimal. Interpretasi tersebut perlu dikaitkan dengan tindakan nyata yang telah dilaksanakan oleh lembaga.

Berdasarkan hasil penelitian, LKP Tatik Modes Trenggalek telah melakukan sejumlah upaya untuk memanfaatkan peluang dan memperkuat daya saingnya. Pertama, lembaga menjalin kerja sama dengan institusi sekolah kejuruan untuk menyelenggarakan program pemagangan sekaligus kursus dan pelatihan. Kerja sama ini menjadi salah satu upaya untuk memperluas akses pelatihan serta menghubungkan pembelajaran keterampilan dengan pengalaman praktik. Kedua, lembaga bekerja sama dengan Direktorat Kursus dan Pelatihan dalam penyelenggaraan program-program unggulan gratis yang ditujukan bagi masyarakat pengangguran. Pelaksanaan program tersebut menunjukkan upaya lembaga dalam memperluas jangkauan layanan pelatihan dan memberikan akses pengembangan keterampilan kepada masyarakat yang membutuhkan. Ketiga, LKP Tatik Modes menjalin kerja sama dengan alumni yang telah memiliki usaha konveksi untuk mendukung penyaluran tenaga kerja setelah peserta menyelesaikan pelatihan. Kerja sama ini menunjukkan adanya upaya untuk menghubungkan hasil pelatihan dengan kebutuhan tenaga kerja di dunia usaha.

Ketiga tindakan tersebut memperlihatkan bahwa respons LKP Tatik Modes terhadap peluang eksternal tidak hanya berada pada tahap perencanaan, tetapi juga diwujudkan melalui kerja sama dengan institusi pendidikan, pemerintah, dan alumni yang menjalankan usaha konveksi. Dari perspektif pemasaran jasa, kerja sama tersebut berpotensi memperkuat jejaring kelembagaan, memperluas akses calon peserta terhadap program pelatihan, serta meningkatkan relevansi layanan dengan kebutuhan dunia kerja. Dengan demikian, pengembangan pemasaran LKP tidak hanya berkaitan dengan promosi, tetapi juga dengan pembentukan kemitraan dan

penyediaan layanan pelatihan yang memiliki keterkaitan dengan peluang kerja.

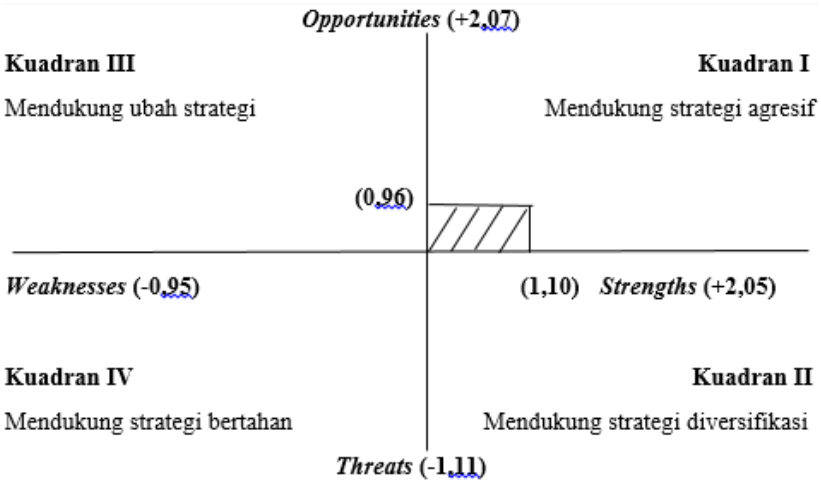
Temuan ini dapat dibandingkan dengan penelitian Mamahit et al. (2021) mengenai strategi pemasaran jasa CV. Caritas Dei Nobiscum untuk meningkatkan daya saing. Penelitian tersebut menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan usaha. Persamaannya terletak pada penggunaan analisis SWOT sebagai dasar penyusunan strategi daya saing. Perbedaannya, pada LKP Tatik Modes Trenggalek, hasil analisis dapat dihubungkan dengan tindakan kemitraan yang telah dilaksanakan, yaitu kerja sama dengan sekolah kejuruan, Direktorat Kursus dan Pelatihan, serta alumni pemilik usaha konveksi. Hal ini memperlihatkan penerapan strategi dalam konteks lembaga pendidikan dan pelatihan keterampilan, yang tidak hanya berorientasi pada layanan, tetapi juga pada akses pelatihan dan keterhubungan dengan kesempatan kerja.

Temuan tersebut juga sejalan dengan penggunaan analisis SWOT sebagai pendekatan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai dasar perumusan strategi. Namun, keberadaan tindakan nyata tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa strategi tersebut telah meningkatkan daya saing secara langsung. Penelitian ini menunjukkan adanya upaya strategis yang telah dilaksanakan oleh lembaga, sedangkan pengukuran dampaknya terhadap peningkatan jumlah peserta, penyerapan lulusan, atau pertumbuhan kemitraan memerlukan data lebih lanjut.

Berdasarkan temuan tersebut, strategi yang dapat dipertimbangkan dalam pengelolaan pemasaran LKP Tatik Modes Trenggalek adalah mempertahankan dan mengembangkan kemitraan dengan institusi pendidikan, pemerintah, serta alumni yang memiliki usaha konveksi. Kemitraan tersebut dapat dikomunikasikan sebagai bagian dari nilai layanan lembaga kepada calon peserta, terutama terkait akses pelatihan, pengalaman pemagangan, dan peluang penyaluran tenaga kerja. Dengan demikian, hasil analisis SWOT dapat digunakan tidak hanya untuk mengidentifikasi posisi strategis lembaga, tetapi juga sebagai dasar evaluasi dan pengembangan strategi pemasaran jasa pelatihan secara berkelanjutan.

Diagram Analisis SWOT

Setelah menganalisis matriks IFAS dan EFAS, langkah selanjutnya adalah menghitung posisi strategis menggunakan diagram SWOT. Skor total untuk setiap faktor adalah: kekuatan 2,05, kelemahan 0,95, peluang 2,07, dan ancaman 1,11. Selisih antara faktor kekuatan dan faktor kelemahan adalah 1,10, sementasa selisih antara peluang dan ancaman adalah 0,96. Berdasarkan hasil ini, posisi Lembaga kemudian digambarkan dalam diagram SWOT pada titik koordinat (1,10; 0,96).



Gambar 1 Diagram SWOT

Berdasarkan dari hasil diagram SWOT di atas, diketahui bahwa LKP Tatik Modes Trenggalek terletak di posisi kuadran I, yaitu mendukung strategi agresif. Hal ini berarti LKP Tatik Modes Trenggalek berada pada situasi yang menguntungkan, karena mampu bertahan dan

bersaing dengan kompetitor dengan adanya kekuatan dan peluang yang besar dalam persaingan pasar. LKP Tatik Modes Trenggalek berada di kondisi yang cukup baik untuk memanfaatkan kekuatan seperti branding yang sudah kuat, serta memanfaatkan peluang dari meningkatnya minat dan permintaan masyarakat terhadap pelatihan menjahit. Di sisi lain, lembaga ini juga perlu mengatasi kelemahan yang terkait dengan tingginya persaingan dari LKP lain, serta menghindari nacaman dari banyaknya pesaing baru. Untuk mencapai hal tersebut, LKP Tatik Modes Trenggalek harus menciptakan strategi dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada agar bisa memperluas pasar dan mencapai tujuan perusahaan.

Matriks SWOT

Hasil analisis ini memberikan empat alternatif strategi, yaitu Kekuatan-Peluang (S-O), Kelemahan-Peluang (W-O), Kekuatan-Ancaman (S-T), dan Kelemahan-Ancaman (W-T). Berikut adalah matriks SWOT dari LKP Tatik Modes Trenggalek:

Tabel 4 Matriks SWOT

Faktor Internal	*Strengths* (S) a. Akreditasi A. b. Kualitas dan kompetensi pembelajaran terjamin. c. Tenaga pendidik berkompeten. d. Program tersertifikasi. e. Fasilitas berstandar nasional.	*Weaknesses* (W) a. Lokasi kurang strategis. b. Promosi kurang optimal. c. Terbatasnya sumber daya modal.
Faktor Eksternal		
Opportunities (O) a. Kerjasama dengan pemerintah dan mitra untuk program dan penyaluran alumni. b. Meningkatnya minat masyarakat di bidang menjahit. c. c. Meningkatnya permintaan mitra terhadap tenaga kerja menjahit.	Strategi SO a. Mempertahankan kualitas layanan dengan tenaga kerja yang kompeten. b. Melakukan penawaran produk unggulan dengan harga yang kompetitif. c. Melakukan promosi di lingkungan perumahan atau di area publik sekitar dan media sosial. d. d. Menjaga citra positif lembaga di mata masyarakat melalui prestasi-prestasi dan pencapaian yang menonjol guna meningkatkan loyalitas pelanggan.	Strategi WO a. Memperkuat promosi melalui pemanfaatan teknologi digital yang terus berkembang. b. Memperluas pangsa pasar.
Threats (T) a. Adanya persaingan yang ketat dan kompetitor baru. b. b. Perubahan tren pasar.	Strategi ST a. Meningkatkan upaya pemasaran untuk memperkuat merk dan menyesuaikan produk dengan tren pasar, sehingga dapat bersaing dengan pesaing yang baru muncul. b. b. LKP Tatik Modes Trenggalek melaksanakan manajemen risiko secara sistematis untuk mengantisipasi dan menangani dampak yang dapat menghambat pertumbuhan lembaga.	Strategi WT Melakukan analisis melalui angket saran dan kritik dari peserta didik untuk mengetahui kekurangan atau kelemahan dari lembaga.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, **LKP Tatik Modes** memiliki sejumlah kekuatan yang dapat dioptimalkan dalam perumusan strategi tertentu, sekaligus memanfaatkan peluang yang tersedia secara efektif. Selain itu, lembaga ini juga mampu mengurangi bahkan menghindari berbagai kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Posisi strategis tersebut memberikan keuntungan kompetitif bagi LKP Tatik Modes, dengan menunjukkan kinerja yang berada di atas rata-rata sehingga memiliki kapabilitas untuk bersaing, bahkan dengan kompetitor yang memiliki kekuatan signifikan. Tujuan utama dari LKP Tatik Modes adalah **memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang pendidikan**, khususnya dengan menyediakan layanan yang berkualitas dan relevan sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman. Hal ini sesuai dengan

penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Mamahit et al. (2021); Purwanto (2017), terkait dengan strategi pemasaran perusahaan jasa dalam upaya peningkatan daya saing melalui analisis SWOT.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa LKP Tatik Modes terletak pada kuadran I dalam analisis SWOT, yang mencerminkan situasi yang sangat strategis dan menguntungkan. Posisi ini menunjukkan bahwa lembaga memiliki kekuatan internal yang signifikan, yang dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meraih berbagai peluang eksternal. Kondisi tersebut membuka peluang bagi lembaga untuk melakukan ekspansi, mendorong pertumbuhan yang lebih pesat, serta mencapai kemajuan secara maksimal. Penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah strategi pemasaran yang dinilai efektif dalam meningkatkan daya saing LKP Tatik Modes. Strategi-strategi tersebut mencakup: mempertahankan pencapaian akreditasi unggul yang telah diberikan oleh Direktorat Kursus dan Pelatihan, mengoptimalkan mutu serta kompetensi proses pembelajaran yang telah terbukti berkualitas, serta menjaga citra positif lembaga di mata masyarakat guna memperkuat loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Astiti, L. (2014). Pemberdayaan Perempuan Melalui Pelatihan Keterampilan Menjahit di SKB Trenggalek. *Jurnal Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah, 3*(1), 1-9. Diakses dari https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-pendidikan-luar-sekolah/article/view/7612

Kementerian Ketenagakerjaan. (2025). *Lembaga Pelatihan Kerja (LPK), Semester 1 Tahun 2024*. Diakses pada 28 Mei 2025, dari https://satudata.kemnaker.go.id/data/kumpulan-data/2421

Mamahit, B. B. V., Mandey, S. L., Jorie, R. J. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Cv. Caritas Dei Nobiscum untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 9*(3), 892-901. https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35062

Nurinaya, N., Arfianti, A. (2021). Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Tri Mega Syariah Kantor Cabang Makassar. *Jurnal Economix 6*(2), 125-134. Diakses dari https://ojs.unm.ac.id/economix/article/view/10331

Pemerintah Kabupaten Trenggalek, (2025). *Ringkasan Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah*. Diakses ada 29 Mei 2025 dari https://trenggalekkab.go.id/transparansi-anggaran/pemerintah

Purwanto, M. T. (2017). Analisis Daya Saing Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Global Lingua Brebes di Kabupaten Brebes. *Jurnal Strategik Manajemen 2*(1). 47-60. https://doi.org/10.62038/jsm.v2i1.43

Rangkuti, F. (1998). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2022). Teknik Analisis SWOT Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif 22*(1), 8–19. Diakses dari https://ejournal-jayabaya.id/Perspektif/article/view/64

Susanti, S. (2014). Meningkatkan efektivitas pendidikan nonformal dalam pengembangan kualitas sumber daya manusia. *Jurnal Handayani Pgsd Fip Unimed 1*(2), 9–19. https://doi.org/10.24114/jh.v1i2.1255

Tatik Modes Trenggalek. (2024). *Sejarah LKP Tatik Modes*. Diakses pada 28 Mei 2025, dari https://tatikmodestrenggalek.com

Trenggalek Satu Data. (2024). *Data Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) dan Balai Latihan Kerja Komunitas (BLKK)*. Diakses pada 28 Mei 2025, dari https://satudata.trenggalekkab.go.id/dataset/125/2024/data-lembaga-pelatihan-kerja-lpk-blklnuptblk-dan-uptdnblk