

ANALISIS DAYA SAING LEMBAGA KURSUS DAN PELATIHAN (LKP) GLOBAL LINGUA BREBES DI KABUPATEN BREBES

OLEH : Medi Tri Purwanto, SE, MM.

ABSTRAK

This study aims to determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the Global Lingua Brebes LKP and to find out what factors influence the customer to choose a course at the Global LKP Lingua Brebes. Based on internal and external analysis of the institution along with the cartesius diagram it can be found that the main strategy of the Lingua Brebes Global LKP is the Growth Strategy, where the Global Lingua Brebes LKP can develop its market share and educational programs by developing the capabilities of employees and educators. Based on the SWOT matrix, we can conclude some developments through consideration of the internal and external factors of the institution that can be useful for the progress of the Lingua Brebes Global LKP. With SWOT analysis, educational institutions can see the strengths, weaknesses, opportunities and threats that can create promotional and marketing strategies right in order to be able to compete with similar institutions.

Keywords: SWOT, Competitiveness

A. Pendahuluan

Perkembangan dunia pendidikan dalam beberapa tahun ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, perkembangan ini berkaitan dengan adanya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional mengamanatkan bahwa fungsi Pendidikan Nonformal (PNF) adalah sebagai pengganti, penambah, dan/atau pelengkap pendidikan formal, dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat. PNF juga berfungsi mengembangkan potensi peserta didik dengan penekanan pada penguasaan pengetahuan dan ketrampilan fungsional. PNF meliputi Pendidikan Kecakapan Hidup (PKH), Pendidikan Usia Dini (PAUD), Pendidikan Kepemudaan, Pendidikan

Pemberdayaan Perempuan, Pendidikan Kesetaraan dan pendidikan lain yang ditujukan untuk mengembangkan kemampuan warga belajar. Sedangkan satuan PNF terdiri atas lembaga kursus, lembaga pelatihan, kelompok belajar, pusat kegiatan belajar masyarakat dan majelis taklim serta satuan PNF yang sejenis.

Lebih lanjut dijelaskan dalam Undang-Undang Tentang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003, pasal 13 ayat 1 menyatakan bahwa jalur pendidikan terdiri atas pendidikan formal, nonformal dan informal yang dapat saling melengkapi dan memperkaya. Upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dapat dilakukan melalui jalur pendidikan

nonformal seperti yang dikemukakan oleh Hamojoyo dalam Kamil M (2009:14) sebagai berikut:

“Pendidikan nonformal adalah usaha terorganisir secara sistematis dan kontinyu diluar sistem persekolahan, melalui hubungan sosial untuk membimbing individu, kelompok dan masyarakat agar memiliki sikap dan cita-cita sosial (yang efektif) guna meningkatkan taraf hidup dibidang materil, sosial dan mental dalam rangka usaha mewujudkan kesejahteraan sosial.”

Dilihat dari sasarannya PNF mencakup segala lapisan masyarakat yang tidak terbatas pada usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi dan tingkat pendidikan sebelumnya. Sasaran tersebut tidak hanya diprioritaskan kepada mereka yang belum pernah sekolah, putus sekolah atau mereka yang tamat sekolah serta ingin mendapatkan pekerjaan, tetapi PNF juga melayani semua masyarakat tanpa kecuali termasuk mereka yang telah memiliki tingkat pendidikan tinggi dan/atau pekerjaan yang tetap sekalipun. Dengan kata lain sasaran PNF adalah mereka yang masih membutuhkan tambahan pengetahuan dan ketrampilan untuk meningkatkan dirinya sesuai dengan motto pendidikan seumur hidup (*lifelong education*).

Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) merupakan satuan dari PNF. LKP selain bertujuan untuk pelengkap pendidikan formal juga sebagai bisnis atau perusahaan yang bergerak di

bidang jasa pendidikan. Dimana kini setiap konsumen tidak lagi sekedar sebuah produk fisik, tetapi juga segala aspek jasa/layanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pra-pembelian hingga purnabeli. Bisa dibayangkan betapa berpengaruhnya bisnis jasa dalam dunia modern. Bila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara efektif untuk melakukan diferensiasi dan *positioning* adalah melalui perencanaan dan penyampaian jasa atau layanan spesifik. Hal ini berdampak strategik pada strategi bersaing perusahaan.

Perkembangan usaha di bidang kursus sampai saat ini cukup pesat di masyarakat, bahkan sudah dapat dikatakan sebagai usaha rumahan. Menurut sumber dari www.infokursus.net tidak kurang dari 12.065 lembaga kursus dengan jenis program yang beragam dan tersebar di seluruh nusantara. Namun jumlah yang besar tersebut banyak yang masih belum ditopang dengan sistem manajemen yang berkualitas, sehingga tidak berkembang dan relatif stagnan, untuk itu perlu dilakukan inovasi dan upaya yang terus menerus dengan selalu menciptakan hal baru dalam kursus yang dikelolanya.

Sebagian besar peserta didik LKP Global Lingua Brebes adalah pelajar dari tingkat TK, SD/MI, SMP/MTs, SMA/SMK, dan mahasiswa. Tujuan mereka memilih LKP Global Lingua Brebes sebagai tempat kursus adalah untuk menunjang pelajaran atau materi kuliah yang belum

sepenuhnya diperoleh dari sekolah atau lembaga formal lainnya. Selain pelajar, peserta didik di LKP Global Lingua Brebes adalah karyawan pemerintahan dan swasta serta yang baru lulus kuliah. Peserta didik tidak hanya mengutamakan kecepatan dalam pelayanan tetapi juga kualitas. Berkenaan dengan fenomena tersebut membuat lembaga kursus dan pelatihan (LKP) merasa perlu merumuskan kembali strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kemampuan bersaing dalam melayani peserta didik. Dalam kondisi persaingan yang ketat, yang harus diprioritaskan adalah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman lembaga supaya bisa merencanakan strategi pemasaran yang tepat. Walaupun setiap tahun peserta didik di LKP Global Lingua Brebes mengalami peningkatan bukan berarti harus berpuas diri. Persaingan yang ketat membuat penyelenggaraan LKP Global Lingua Brebes dituntut untuk lebih proaktif dalam merumuskan suatu strategi untuk lebih meningkatkan jumlah peserta didik dan laba.

Tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di LKP Global Lingua Brebes dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *customer* memilih kursus di LKP Global Lingua Brebes.

B. Tinjauan Pustaka

1. Pendidikan Non Formal

Pendidikan non formal adalah pendidikan yang

dilakukan secara teratur, dengan sadar (sengaja) dilakukan tetapi tidak terlalu ketat mengikuti peraturan-peraturan yang tetap/tidak terikat oleh jenjang pendidikan seperti pendidikan formal di sekolah. Pendidikan non formal pada umumnya dilaksanakan tidak dalam lingkungan fisik sekolah. Maka dari itu dapat diidentikkan dengan pendidikan luar sekolah

2. Segmentasi Pendidikan Non Formal

Tahap pertama adalah analisis kesempatan pasar dilakukan dengan cara menganalisis peluang pasar yang relevan agar dapat digunakan untuk mencapai tujuannya. Tahap kedua penentuan pasar sasaran. Penentuan pasar sasaran yang akan dilayani oleh perusahaan. Penentuan pasar sasaran ini sulit sekali, karena keinginan, kebutuhan, kebiasaan dan reaksi kelompok konsumen adalah berbeda-beda. Oleh karena itu, untuk dapat melayani kebutuhan dan keinginan konsumen, lembaga kursus dan pelatihan harus menentukan segmentasi pasar dan menetapkan segmen pasar yang mana yang akan dilayani. Tahap ketiga, menetapkan strategi persaingan pada pasar sasaran yang dilayani. Lembaga kursus dan pelatihan harus menetapkan produk dan jasa (program kursus) apa yang akan ditawarkan pada pasar sasaran. Tahap keempat, mengembangkan sistem

pemasaran. yang dapat menunjang tercapainya tujuan lembaga dalam melayani pasar sasaran. Tahap kelima, mengembangkan rencana pemasaran. Rencana pemasaran ini sangat perlu karena keberhasilan lembaga kursus dan pelatihan terletak pada kualitas rencana pemasaran yang bersifat jangka panjang dan jangka pendek. Rencana pemasaran dapat mengarahkan kegiatan pemasaran dalam mencapai pasar sasaran. Komponen rencana pemasaran terdiri dari: (a) analisis situasi pasar, (b) tujuan dan sasaran pemasaran, dan (c) strategi pemasaran. Tahap keenam, adalah melaksanakan dan mengendalikan rencana pemasaran yang telah disusun.

Berdasarkan penjelasan di atas, strategi pemasaran merupakan bagian dari perencanaan pemasaran yang merupakan tahap kelima dari proses pemasaran. Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan lembaga dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, pemosisian, unsur bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran.

Strategi pemasaran dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun rencana usaha, termasuk rencana pemasaran. Lebih-lebih dalam masa persaingan yang ketat, peranan strategi pemasaran semakin diandalkan untuk memenangkan persaingan.

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.

Suatu penelitian menunjukkan bahwa kinerja industri atau perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Faktor internal mencakup *strengths* dan *weaknesses*, sedangkan faktor eksternal mencakup *opportunities* dan *threats*.

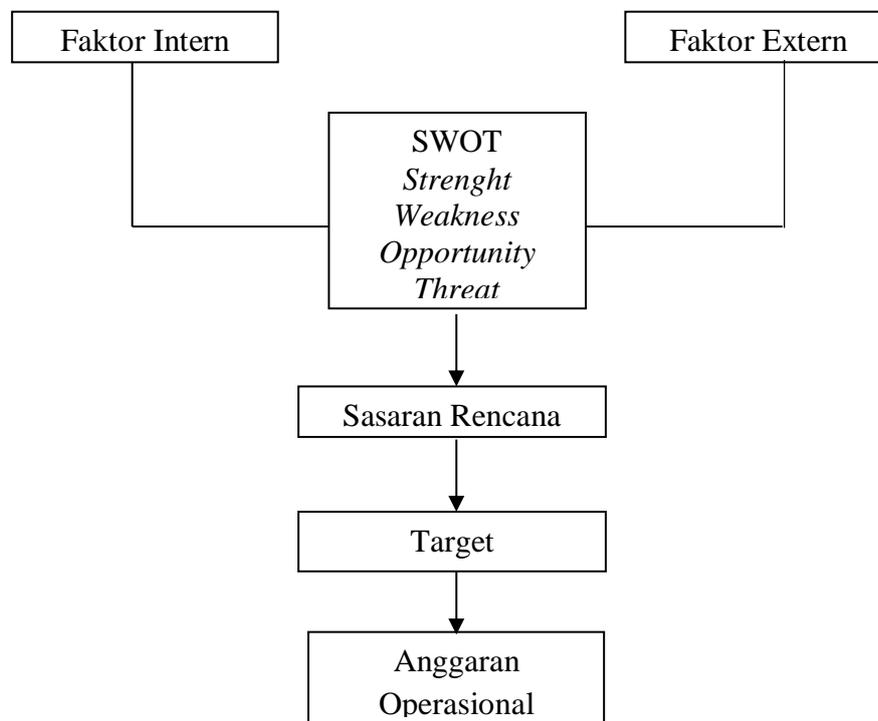
Setelah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang yang terbuka, dan ancaman yang dialaminya, maka kita dapat menyusun suatu rencana

atau strategi yang mencakup tujuan yang telah ditentukan.

Rencana strategi tersebut kemudian haruslah kita terjemahkan kedalam rencana-rencana operasional yang

mencantumkan adanya target-target yang harus dicapai. Kemudian rencana operasional itu harus kita terjemahkan kedalam satuan yang menjadi anggaran operasional.

Gambar 1.
Proses Perencanaan dengan Analisis SWOT



Sumber: Gitosudarmo (2000:37)

4. Penerapan Analisis SWOT Pada Pendidikan Non Formal

Analisis SWOT merupakan sebuah pendekatan yang paling terkenal dan paling mutakhir dalam dunia manajemen. Analisis SWOT juga merupakan sebuah strategi terobosan terbaru dalam dunia pendidikan untuk menuntaskan permasalahan atau hambatan-hambatan dalam lembaga pendidikan. Kata SWOT

merupakan perpendekan dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats yang dapat diterjemahkan menjadi: kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dalam metode atau pendekatan ini lembaga pendidikan harus memikirkan tentang kekuatan apa saja yang dimiliki, kelemahan apa saja yang melekat pada diri atau lembaga pendidikan kemudian juga

harus melihat kesempatan atau opportunity yang terbuka dan akhirnya lembaga harus mampu untuk mengetahui ancaman, gangguan serta tantangan yang menghadang didepannya. Analisis ini harus dilakukan, baik terhadap pesaing langsung maupun pesaing tidak langsung karena harus berusaha untuk dapat menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi oleh sebuah lembaga pendidikan.

Dengan kata lain, sebuah lembaga pendidikan akan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan ketika kekuatan lembaga pendidikan melebihi kelemahan yang dimiliki. Oleh karena itu lembaga pendidikan tersebut harus mampu memperdayakan potensi yang dimiliki secara maksimal, mengurangi resiko-resiko yang akan terjadi. Dengan demikian, secara sederhana dapat dikatakan bahwa tercapai atau tidaknya tujuan lembaga pendidikan yang telah ditetapkan adalah fungsi dari lingkungan manajemen lembaga pendidikan.

Keandalan analisis SWOT terletak pada kemampuan para penentu strategi organisasi (decision maker) untuk memaksimalkan kekuatan dan pemanfaatan peluang lembaga pendidikan. Harapannya jelas, yakni bertujuan untuk meminimalisasi kelemahan yang ada dalam internal lembaga pendidikan dan menekan dampak ancaman

yang akan timbul dan harus dihadapi.

Siagian mengemukakan jika analisis SWOT dilakukan dengan tepat, maka seperti upaya untuk memilih dan menentukan strategi yang efektif akan membuahkan hasil sesuai apa yang diinginkan. Menurut Boseman, (1989:6) ada 7 tahap proses manajemen strategik :

- a. Lakukan analisis SWOT secara cermat dan akurat.
- b. Mengenali visi dan misi organisasi.
- c. Melakukan formulasi tentang filosofi dan kebijakan organisasi.
- d. Menetapkan sasaran strategik organisasi.
- e. Menetapkan strategi organisasi.
- f. Melaksanakan strategi organisasi.
- g. Melakukan kontrol strategi organisasi.

Sharplin (1985:54-55) memasukkan analisis SWOT untuk melihat kekuatan dan kelemahan didalam sekolah, sekaligus memantau peluang dan tantangan yang dihadapi sekolah. Analisis SWOT adalah salah satu tahap dalam manajemen strategik menggunakan pendekatan lingkungan. Proses penilaian kekuatan, kelemahan, peluang dan hambatan secara umum.

Anaalisis SWOT menyediakan para pengambil keputusan organisasi akan informasi yang dapat menyiapkan dasar dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan

tindakan, jika keputusan ini diterapkan secara efektif akan memungkinkan sekolah mencapai tujuannya. Analisis SWOT dalam penyelenggaraan pendidikan dapat membantu pengalokasian sumber daya seperti anggaran, sarana dan prasarana sumber daya manusia, fasilitas lembaga, potensi lingkungan lembaga, dan sebagainya yang lebih efektif. Analisis SWOT dalam program pendidikan dapat dilakukan dengan melakukan matrik SWOT, matrik ini terdiri dari sel-sel daftar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam penyelenggaraan program sekolah, untuk memperoleh mutu sekolah dapat dilakukan strategi SO (menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang), strategi WO (memperbaiki kelemahan dan

mengambil manfaat dari peluang), strategi ST (menggunakan kekuatan dan menghindari ancaman), strategi WT (mengatasi kelemahan dan menghindari ancaman).

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut (Juliansyah, 2012: 34).

Proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis, yaitu:

| Faktor Strategi | Bobot (a) | Rating (b) | Nilai (c) |
|--------------------------|----------------|------------|---------------------|
| Internal | | | |
| • <i>Strength</i> (S) | S1 (0,0 – 1,0) | S2 (1 – 4) | $S1 \times S2 = S3$ |
| • <i>Weakness</i> (W) | W1 (0,0 – 1,0) | W2 (1 – 4) | $W1 \times W2 = W3$ |
| Total | | 1,0 | |
| Eksternal | | | |
| • <i>Opportunity</i> (O) | O1 (0,0 – 1,0) | O2 (1 – 4) | $O1 \times O2 = O3$ |
| • <i>Threats</i> (T) | T1 (0,0 – 1,0) | T2 (1 – 4) | $T1 \times T2 = T3$ |
| Total | | 1,0 | |

Sumber: Rangkuti (2000:41)

D. Hasil Pembahasan

LKP Global Lingua Brebes merupakan lembaga sistem waralaba. Status dari kelembagaan LKP Global Lingua Brebes telah terdaftar oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Brebes yaitu Surat Keputusan No.

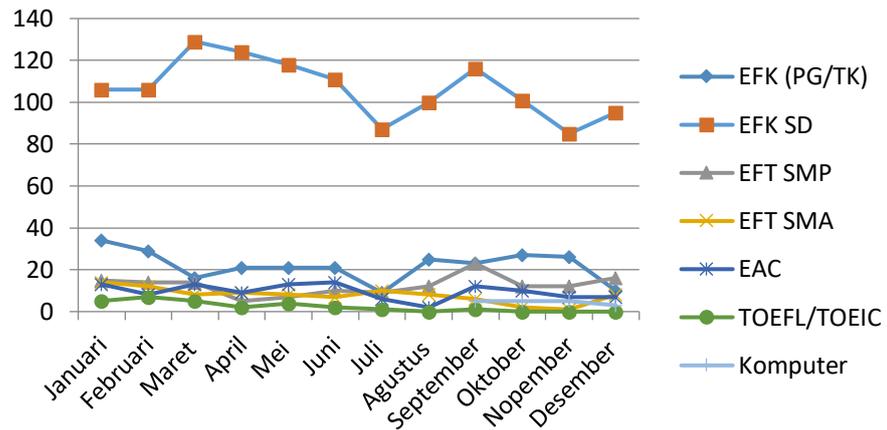
893.3/0077/2012, tahap A yang berlaku dihitung mulai tanggal 1 Maret 2012 sampai dengan 1 Maret 2016. Alamat website LKP Global Lingua Brebes: www.globallinguabrebes.co.id. Kemudian terdaftar secara nasional memiliki Nomor Induk

Lembaga Kursus (NILEK)
03106.1.0012. Pendiri LKP Global
Lingua Brebes adalah Bpk. Ning

Undagi, B.B.A (alm.) dan Ibu
Leksito Rini, S.Pd., M.Hum.

Gambar 1.

Grafik Jumlah Peserta Didik LKP Global Lingua Brebes 2016



a. Analisis Matrik Internal dan Eksternal

Analisis matriks internal dan matriks eksternal mengidentifikasi berbagai faktor-faktor yang berada didalam lembaga atau internal dan faktor-faktor yang berada

diluar lembaga atau lingkungan sekitar lembaga disebut faktor eksternal, yang sistematis bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran LKP Global Lingua Brebes

Tabel 1. Matriks Internal dan Eksternal LKP Global Lingua Brebes

| | KEKUATAN | KELEMAHAN |
|------------------------|---|---|
| FAKTOR INTERNAL | 1) Gedung milik sendiri 2) Memiliki ijin lembaga dari Dinas Pendidikan 3) Memiliki pelayanan yang berkualitas 4) <i>Placement test</i> untuk menentukan level 5) Biaya pendidikan yang terjangkau | 1) Belum terakreditasi 2) Tenaga pendidik yang belum bersertifikat penguji nasional 3) Belum mempunyai kurikulum sendiri 4) Sistem kontrak bagi tenaga pendidikan 5) Belum tercukupi tercukupi tenaga teknis komputer |

| FAKTOR EKSTERNAL | PELUANG | ANCAMAN |
|------------------|--|--|
| | 1) Kebijakan pemerintah untuk meningkatkan pendidikan 2) Minat masyarakat terhadap Bahasa Inggris dan Komputer 3) Menambah kursus lain 4) Kerjasama dengan pemerintah untuk program diklat dan penyaluran alumni 5) Peserta didik dari luar kota | 1) Kebijakan pemerintah bagi lembaga yang belum terakreditasi 2) Kompetitor dapat meniru strategi lembaga 3) Tenaga pendidik yang buka kursus sendiri 4) Kompetitor memiliki teknologi terbaru 5) Munculnya lembaga yang sejenis |

Sumber: Pengolahan data Internal dan Eksternal LKP Global Lingua Brebes

Faktor Internal yang berasal dari dalam lingkungan lembaga yang berupa kekuatan dan kelemahan lembaga. Setelah faktor-faktor strategi internal lembaga diidentifikasi, suatu tabel

IFAS (*Internal Factors Analysis Strategy*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor internal tersebut dalam kerangka *Strength and Weakness* lembaga.

Tabel 2. IFAS LKP Global Lingua Brebes

| Faktor Strategi Internal | | Bobot | Rating | Bobot dan Rating |
|--------------------------|--|-------------|--------------|------------------|
| Kekuatan | | | | |
| 1 | Gedung milik sendiri | 0,11 | 3,33 | 0,36 |
| 2 | Memiliki ijin lembaga dari Dinas Pendidikan | 0,12 | 4,00 | 0,47 |
| 3 | Memiliki pelayanan yang berkualitas | 0,12 | 5,00 | 0,58 |
| 4 | Placement test untuk menentukan level | 0,10 | 3,33 | 0,34 |
| 5 | Biaya pendidikan yang terjangkau dan dapat diangsur | 0,10 | 4,00 | 0,40 |
| Subtotal | | 0,54 | 19,66 | 2,15 |
| Kelemahan | | | | |
| 1 | Belum terakreditasi | 0,11 | 4,33 | 0,47 |
| 2 | Tenaga pendidik belum bersertifikat penguji nasional | 0,08 | 3,00 | 0,23 |
| 3 | Belum mempunyai kurikulum sendiri | 0,09 | 4,00 | 0,37 |
| 4 | Sistem kontrak bagi tenaga pendidik | 0,09 | 3,67 | 0,34 |
| 5 | Belum tercukupi tenaga teknis computer | 0,09 | 3,00 | 0,26 |
| Subtotal | | 0,46 | 18,00 | 1,67 |
| Total | | 1,00 | 37,66 | 3,82 |

Sumber: Pengolahan data Internal LKP Global Lingua Brebes, 2013

Faktor eksternal yang berasal dari luar lingkungan lembaga berupa peluang dan ancaman. Sebelum membuat matriks faktor strategi

eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini adalah cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS).

Tabel 3. EFAS LKP Global Lingua Brebes

| Faktor Strategi Eksternal | | Bobot | Rating | Bobot dan Rating |
|---------------------------|--|-------------|--------------|------------------|
| Peluang | | | | |
| 1 | Kebijakan pemerintah untuk meningkatkan pendidikan | 0,11 | 3,67 | 0,41 |
| 2 | Minat masyarakat terhadap Bahasa Inggris dan Komputer meningkat | 0,13 | 4,00 | 0,52 |
| 3 | Menambah jenis kursus lain | 0,08 | 3,33 | 0,28 |
| 4 | Kerjasama dengan pemerintah untuk program diklat dan penyaluran alumni | 0,11 | 4,00 | 0,45 |
| 5 | Peserta didik dari luar kota | 0,08 | 2,67 | 0,22 |
| Subtotal | | 0,52 | 17,67 | 1,89 |
| Ancaman | | | | |
| 1 | Kebijakan pemerintah bagi lembaga yang belum terakreditasi | 0,11 | 4,00 | 0,45 |
| 2 | Kompetitor dapat meniru strategi lembaga | 0,11 | 3,00 | 0,34 |
| 3 | Tenaga pendidik yang buka kursus sendiri | 0,08 | 2,67 | 0,22 |
| 4 | Kompetitor memiliki teknologi terbaru | 0,09 | 3,33 | 0,31 |
| 5 | Munculnya lembaga yang sejenis | 0,07 | 3,00 | 0,22 |
| Subtotal | | 0,48 | 16,00 | 1,54 |
| Total | | 1,00 | 33,67 | 3,43 |

Sumber: Pengolahan data Internal LKP Global Lingua Brebes, 2013

Analisis tabel diatas menunjukkan bahwa faktor-faktor *opportunities* nilai skornya 1,89 dan faktor *threats* 1,54. Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci. *Strengths* : 2,15; *Weaknesses* : 1,67; *Opportunities* : 1,89; dan *Threats* : 1,54. Maka diketahui nilai *strengths* diatas nilai *weaknesses* selisih (+) 0,48 dan nilai *opportunities* diatas nilai *threats* selisih (+) 0,35.

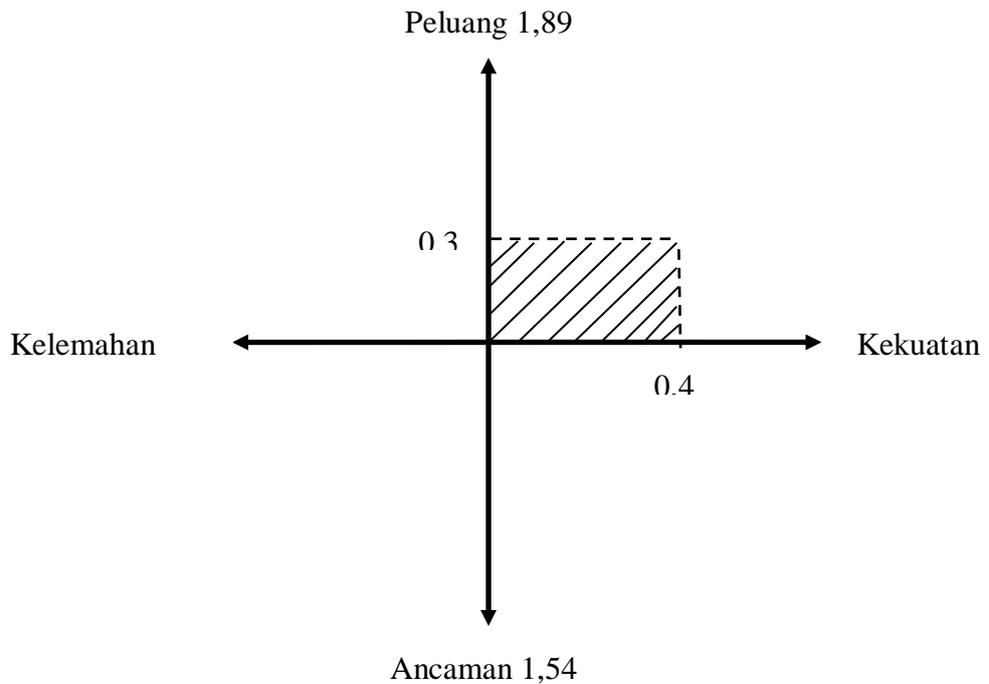
b. Analisis Diagram Cartesius

Diagram cartesius merupakan hasil identifikasi dari faktor-faktor internal yaitu *strength* dan *weakness*; dan faktor-faktor eksternal yaitu *opportunity* dan *threat* yang digambarkan dalam bentuk diagram. Berdasarkan hasil yang diperoleh, nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut : *strengths* 2,15; *weaknesses* 1,67; *opportunities* 1,89; dan *threats* 1,54. Maka diketahui

nilai strengths diatas nilai weaknesses selisih (+) 0.48 dan nilai opportunities diatas nilai threats selisih (+) 0,35. Dari

hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram cartesius berikut ini:

Gambar 2. Diagram Cartesius IFAS dan EFAS



Dari gambar diagram cartesius di atas, sangat jelas menunjukkan bahwa LKP Global Lingua Brebes telah berada pada jalur yang tepat dengan terus melakukan strategi pengembangan (*growth*) yang dapat meningkatkan penghasilan.

Berikut ini adalah rincian mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam bentuk matriks dimana akan menghasilkan strategi-strategi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi LKP Global Lingua Brebes berdasarkan faktor internal dan eksternal

| IFAS <i>Internal Factor Analysis Strategy</i> | | | Strengths | | | | | Weaknesses | | | | |
|---|---|---|--|---|--------------------------------------|--|--|--|---|------------------------------------|---|---|
| | | | Gedung milik sendiri. | Memiliki ijin lembaga dari Dinas Pendidikan. | Memiliki pelayanan yang berkualitas. | Placement test untuk menentukan level. | Biaya pendidikan yang terjangkau dan dapat diangsur. | Belum terakreditasi. | Tenaga pendidik belum bersertifikat pengujian nasional. | Belum mempunyai kurikulum sendiri. | Sistem kontrak bagi tenaga pendidik. | Belum tercukupi tenaga teknis komputer. |
| EFAS <i>Eksternal Factor Analysis Strategy</i> | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | Opportunities | Kebijakan pemerintah untuk meningkatkan pendidikan. | 1 | Strategi SO 1. Menggunakan kekuatan gedung dengan cara menambah ruangan untuk membuka jenis kursus lain. 2. Mempertahankan pelayanan yang berkualitas dengan membuat database peserta didik. 3. Mengadakan kerjasama dengan instansi pemerintahan seperti pelatihan Bahasa Inggris dan Komputer. 4. Membuka cabang baru di kota lain. | | | | | Strategi WO 1. Meningkatkan kualitas SDM dengan mengikuti pelatihan dan ujian kompetensi. 2. Memanfaatkan teknologi internet untuk berkomunikasi dan menjangkau peserta didik. 3. Melakukan perbaikan dalam sistem manajemen pendidikan agar dapat terakreditasi. | |
| Minat masyarakat terhadap Bahasa Inggris dan Komputer meningkat. | 2 | | | | | | | | | | | |
| Menambah jenis kursus lain. | 3 | | | | | | | | | | | |
| Kerjasama dengan pemerintah untuk program diklat dan penyaluran alumni. | 4 | | | | | | | | | | | |
| Peserta didik dari luar kota. | 5 | | | | | | | | | | | |
| Threats | Kebijakan pemerintah bagi lembaga yang belum terakreditasi. | 1 | Strategi ST 1. Mempertahankan pelayanan dengan cara memberikan perhatian seperti beasiswa pendidikan bagi peserta didik yang berprestasi. 2. Menjaga komunikasi dengan peserta didik tentang informasi pentingnya mengikuti kursus. 3. Membangun komunikasi dan kerjasama yang baik antar karyawan, tenaga pendidik, dan peserta didik untuk mengatasi para pesaing. | | | | | Strategi WT 1. Menghindari pindahnya karyawan dan tenaga pendidik yang berkualitas ke lembaga lain. 2. Melakukan pendataan melalui angket saran dan kritik dari peserta didik untuk mengetahui kekurangan/kelemahan lembaga. 3. Mengoptimalkan peran karyawan dan tenaga pendidik dalam memberikan pelayanan pendidikan. | | | | |
| | Kompetitor dapat meniru strategi lembaga. | 2 | | | | | | | | | | |
| | Tenaga pendidik yang buka kursus sendiri. | 3 | | | | | | | | | | |
| | Kompetitor memiliki teknologi terbaru. | 4 | | | | | | | | | | |
| | Munculnya lembaga yang sejenis. | 5 | | | | | | | | | | |

Berdasarkan analisis SWOT, LKP Global Lingua Brebes memiliki kekuatan yang

dapat digunakan pada strategi tertentu dan memanfaatkan peluang yang tepat serta

meminimalkan atau menghindari kelemahan dan ancaman yang ada. Posisi ini sangat menguntungkan lembaga dengan memperbaiki kondisi diatas rata-rata kemampuan sehingga LKP Global Lingua Brebes dapat mengendalikan para pesaing yang ada maupun pesaing yang terbilang kuat. Tujuan LKP Global Lingua Brebes adalah supaya bisa memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang pendidikan.

E. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis internal dan eksternal lembaga beserta diagram cartesius dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama LKP Global Lingua Brebes adalah *Growth Strategy* (Strategi Pertumbuhan), dimana LKP Global Lingua Brebes dapat mengembangkan pangsa pasar dan program pendidikannya dengan cara mengembangkan kemampuan karyawan dan tenaga pendidik.

2. Berdasarkan matriks SWOT maka dapat disimpulkan beberapa pengembangan melalui pertimbangan faktor internal dan eksternal lembaga yang dapat bermanfaat bagi kemajuan LKP Global Lingua Brebes.
3. Dengan analisis SWOT, lembaga pendidikan dapat melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada sehingga dapat membuat strategi promosi dan pemasaran yang tepat agar mampu bersaing dengan lembaga yang sejenis.

F. Saran-saran

Hendaknya setiap lembaga pendidikan dalam mengatasi permasalahan menggunakan Analisis SWOT sebagai salah satu solusi. Karena dengan pendekatan SWOT lembaga pendidikan akan mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sehingga akan lebih mudah untuk mengatasi sebuah permasalahan dan menentukan strategi untuk meningkatkan kemampuan bersaing dengan lembaga lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta: Rineka Cipta
- Hariwijaya, M & Djaelani, Bisri M, 2004. *Panduan menyusun skripsi & Tesis*. Yogyakarta: Siklus
- Ihsani, Mastur Mujib, 2010. *Analisis Daya Saing Industri Pengolahan Logam di Kecamatan Ceper, Kabupaten Klaten Jawa Tengah*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

- Ikhwan, Syariefful, 2012. *Strategi Pemasaran Perusahaan Daerah Badan Kredit Kecamatan Brebes Cabang Wanasari*. Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggalia Brebes.
- Modul 4, 2010: *Mengembangkan Daya Saing*. Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Nonformal dan Informal Kementerian Pendidikan Nasional.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005 Tentang **Standar Nasional Pendidikan**.
- Sudjana, Nana, 2009. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorious, 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang **Sistem Pendidikan Nasional**