

Analisa SWOT untuk Perumusan Strategi Usaha Bimbingan Belajar Berskala UMKM

Ani Rakhmanita¹; Desy Tri²; Anggraini³; Herudini⁴

Universitas Bina Sarana Informatika

¹ani.ark@bsi.ac.id

²desy.dra@bsi.ac.id

³anggraini.ngg@bsi.ac.id

⁴herudini.hdi@bsi.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud merumuskan strategi pemasaran lembaga bimbingan belajar *Easy Learning* yang tepat dan sesuai agar dapat bersaing dan memiliki keunggulan didalam memberikan kepuasan pelayanan serta menghasilkan pangsa pasar yang lebih besar. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara, pengamatan dan catatan lapangan. Teknik analisa menggunakan Analisis SWOT untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh lembaga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi lembaga bimbingan belajar *Easy Learning* berada pada kuadran I, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat menggunakan kekuatan dalam menghadapi berbagai ancaman. Berdasarkan analisis SWOT maka perusahaan dapat menggunakan strategi Progresif dalam menjalankan usahanya. Hal yang harus dilakukan perusahaan yaitu : Mempertahankan kualitas pengajaran dan biaya les, pemasaran perlu ditingkatkan serta melakukan riset pasar untuk mengetahui selera pasar.

Kata kunci : Analisa SWOT, UMKM, Strategi Usaha

ABSTRACT

This research intends to formulate the marketing strategy of an appropriate of Easy Learning tutoring institution in order to compete and has an advantage in providing service satisfaction and generating a greater market share. The study was conducted using qualitative descriptive research methods with data collection techniques by conducting interviews, observations and field notes. The analysis technique uses SWOT Analysis to find out what are the strengths and weaknesses as well as opportunities and threats faced by the institution. The results showed that the position of the Easy Learning tutoring agency is in quadrant I, this shows that company can use their strength in dealing with various threats. Based on the SWOT analysis the company can use a Progressive strategy in running its business. Things the company must do are: Maintaining the quality of teaching and tuition fees, marketing needs to be improved and conducting market research to determine market tastes.

Keyword : SWOT Analysis, MSME, Business Strategy

Naskah diterima: 04-12-2019, direvisi: 12-02-2020, diterbitkan: 01-04-2020

PENDAHULUAN

Bimbingan belajar sudah menjadi kebutuhan penting bagi orangtua masa kini yang menginginkan kualitas pendidikan terbaik bagi putra-putrinya, yang berarti ada peluang besar untuk berbisnis bimbingan belajar. Bimbingan belajar merupakan pendidikan

non formal yang dilakukan di lingkungan luar sekolah dan bertujuan untuk membantu meningkatkan prestasi akademik serta membantu belajar siswa agar lolos meneruskan sekolah ke jenjang berikutnya sesuai dengan keinginan.

Persaingan usaha bimbingan belajar tidak didominasi oleh lembaga besar saja, tetapi usaha kecil dan menengah pun memberikan andil dalam perkembangan usaha ini. Kategori usaha yang masuk ke dalam usaha kecil menengah (UMKM) Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 adalah Usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) [Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, 2008].

Lembaga bimbingan belajar Easy Learning merupakan lembaga bimbingan belajar yang berlokasi di kota Tangerang Selatan, yang telah memulai usaha sejak tahun 2010. Memiliki tenaga pengajar sebanyak 4 (empat) dan saat ini memiliki jumlah peserta didik sebanyak 125 (seratus dua puluh lima). Sejak memulai usahanya Lembaga bimbingan belajar Easy Learning dihadapkan dengan persaingan usaha sejenis yang ketat. Agar dapat bertahan harus dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kondisi usaha. Dilihat dari skala usahanya Lembaga bimbingan belajar masuk dalam kategori UMKM.

Realita yang ada menunjukkan banyak UMKM di Indonesia memiliki beberapa permasalahan tentang strategi pemasaran. Penelitian ini bermaksud membantu lembaga bimbingan belajar Easy Learning dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai agar dapat bersaing dan memiliki keunggulan didalam memberikan kepuasan pelayanan serta menghasilkan pangsa pasar yang lebih besar. Dalam memilih strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan, pelaku usaha perlu menilai kedudukan dan posisi usaha di pasar. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah menggunakan analisis SWOT. Menurut [Pearce, J.A dan Robinson, 2008], Analisis SWOT perlu dilakukan untuk mencocokkan antara sumber daya internal dan situasi eksternal suatu perusahaan. Pencocokan yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan

peluang perusahaan dan meminimumkan kelemahan dan ancamannya.

Penelitian terdahulu menggunakan analisa swot telah banyak dilakukan oleh [Inayati dan Prasetya, 2018], penelitian ini tentang Perumusan stretegi dengan analisa SWOT pada usaha mikro kecil menengah (Studi Kasus UMKM Produk Sepatu di Mojokerto, Jawa Timur). Hasil penelitian menunjukkan Hasil analisis dengan Internal Eksternal (IE) matrik menunjukkan posisi UMKM produk sepatu di Mojokerto pada kuadran IV yang menunjukkan pada posisi kuat sedangkan analisis lingkungan eksternal pada posisi sedang. Posisi ini mengindikasikan UMKM sepatu Mojokerto dalam kondisi tumbuh dan membangun (*grow and built*). Strategi yang bisa diterapkan yaitu dengan strategi *Strenght Opportunity* (SO) dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memperhatikan peluang pasar.

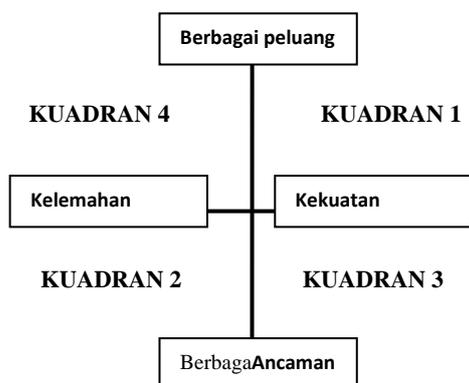
KAJIAN LITERATUR

Dalam perkembangannya, analisa SWOT tidak hanya dipakai dalam dunia peperangan untuk mengalahkan musuh saja. Pada era perdagangan bebas abad ke-21, penggunaan analisis SWOT banyak diterapkan dalam penyusunan perencanaan strategis bisnis jangka panjang agar arah tujuan perusahaan tercapai. SWOT merupakan singkatan dari kekuatan(*Strenghts*),kelemahan(*Weakness*),pe luang (*Oppurtunities*) dan ancaman (*Threats*) [Rangkuti, 2014].

[Richard L Daft, 2010] menjelaskan Analisis SWOT yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasukpelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain.Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan.

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor harus dipertimbangkan dalam analisa SWOT

untuk mengetahui posisi kuadran perusahaan, seperti gambar dibawah ini :



Gambar 1 : Matrik SWOT
Sumber : Rangkuti 2014

Kuadran 1:

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi produk atau pasar.

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Strategi yang dapat diambil adalah strategi disentif. Strategi disentif adalah strategi yang mendukung perusahaan untuk terus mempertahankan posisi perusahaan dengan segala kemampuan yang ada.

Menurut [Fahmi, 2015] Manfaat Analisis SWOT atau kegunaan analisis SWOT adalah:

a. Mampu memberikan gambaran suatu organisasi dari empat sudut dimensi,

yaitu *strengths, weaknesses, opportunities,* dan *threats*. Sehingga pengambil keputusan dapat melihat dari empat dimensi ini secara lebih komprehensif.

b. Dapat dijadikan sebagai rujukan pembuatan rencana keputusan jangka panjang.

c. Mampu memberikan pemahaman kepada para stakeholders yang berkeinginan menaruh simpati bahkan bergabung dengan perusahaan dalam suatu ikatan kerjasama yang saling menguntungkan.

d. Dapat dijadikan penilai secara rutin dalam melihat progress report dari setiap keputusan yang telah dibuat selama ini.

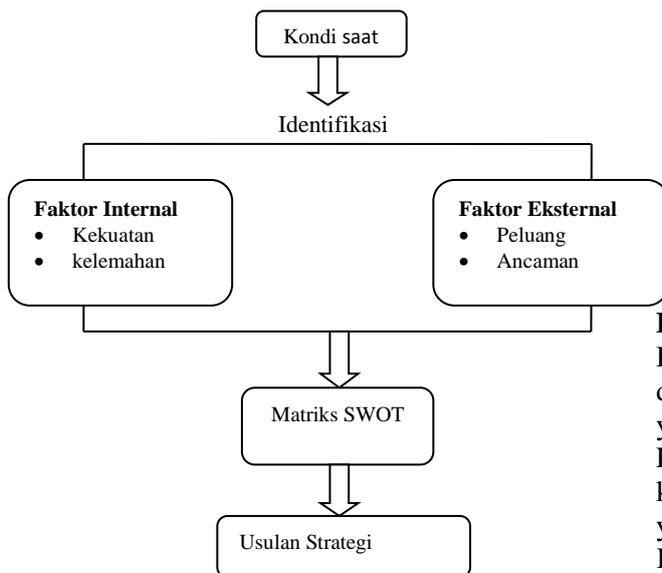
Menurut [Amirulloh, 2015] strategi merupakan ilmu dalam membuat (*formulating*) menerapkan dan mengevaluasi keputusan-keputusan strategi antar fungsi-fungsi manajemen yang memungkinkan sebuah organisasi mempunyai tujuan yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan dimana organisasi itu berada

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian *kualitatif deskriptif non hipotesis* sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis. Menurut [Sugiono, 2008] penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objektif yang alamiah dimana berperan sebagai instrumen kunci.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah lembaga bimbingan belajar Easy Learning berskala UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah, yang berlokasi di Jalan Amil mena No.24 Tangerang Selatan. Pengumpulan data melalui teknik wawancara mendalam (*interview*), pengamatan (*observasi*), dan catatan lapangan. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dilapangan baik berupa wawancara maupun pengisian kuesioner dengan beberapa informan penelitian. Data sekunder digunakan sebagai data pendukung berupa buku-buku dan jurnal penelitian. Subjek penelitian yang menjadi

informan, antarlain: Pemilik lembaga bimbingan belajar, Tenaga pengajar, dan konsumen (peserta didik yang belajar di lembaga bimbingan belajar Easy learning). Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT. SWOT merupakan akronim dari *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (Kelemahan) serta *Opportunity* (Peluang), *Threat* (Ancaman). Analisis SWOT merupakan teknik mengidentifikasi faktor internal perusahaan yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dengan faktor eksternal, yang terdiri dari peluang dan ancaman yang ada. Hasil dari analisa SWOT ini dapat digunakan untuk mengetahui strategi apa yang harus diambil oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya kedepan. Kerangka pemikiran dari analisa swot untuk perumusan usaha bimbingan belajar berskala UMKM dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Kerangka pemikiran Analisa swot
Sumber : penulis, 2019

PEMBAHASAN

Lembaga bimbingan belajar Easy Learning adalah salah satu usaha yang kegiatan utamanya adalah memberikan jasa bimbingan belajar sebaik mungkin kepada peserta didik dengan sistem semi privat, dimana satu kelas pembelajaran diisi sebanyak 6-10 peserta didik. Lembaga bimbingan belajar Easy Learning didirikan tahun 2010 oleh bapak faisal, beliau berprofesi sebagai seorang

guru, sehingga pengalaman mengajarnya sudah diakui dan teruji. Lokasi usaha terletak di Jl. Jalan Amil Mena No.24 Tangerang Selatan. Lokasi usaha sangat strategis dengan jumlah penduduk yang padat dan akses menuju lokasi cukup terjangkau.

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat dari Tahun 2010 hingga 2018 jumlah peserta didik bimbingan belajar meningkat sangat signifikan. Perkembangannya juga ditandai dengan bertambahnya sarana dan prasarana seperti penambahan ruangan baru dan jadwal pengajaran yang ditawarkan.

Tabel 1. Jumlah peserta didik

Data jumlah peserta didik (orang)	
Tahun	Jumlah
2010	40
2011	55
2012	65
2013	75
2014	85
2015	95
2016	105
2017	115
2018	125

Sumber : Easy Learning 2018

Pembahasan Analisa SWOT

Dari hasil interview dan observasi yang telah dilakukan penulis dengan informan utama yaitu pemilik lembaga bimbingan belajar Easy Learning dapat diketahui beberapa faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki, yaitu :

Kekuatan :

1. Biaya cukup terjangkau dibandingkan dengan yang lainnya.
2. Materi pengajaran sesuai dengan kurikulum sekolah
3. Lokasi sangat strategis dan mudah diakses

Kelemahan :

1. Fasilitas pengajaran yang diberikan kurang memadai
2. Promosi yang dilakukan dengan menyebarkan brosur dan sosialisasi ke sekolah-sekolah masih belum dilakukan

3. Tenaga pengajar kurang berpengalaman, dimana pengajarnya adalah mahasiswa yang masih kuliah

Peluang :

1. Target ketuntasan belajar yang tinggi dari sekolah formal
2. Letak lokasi udara yang padat penduduk
3. Lembaga bimbingan belajar Easy Learning sudah dikenal oleh masyarakat sekitar

Ancaman:

1. Banyaknya Lembaga bimbingan belajar yang berdekatan
2. Banyaknya sekolah formal yang mengadakan bimbingan belajar sendiri
3. Pesaing yang memiliki kapasitas dan daya jangkauan yang luas

Setelah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Lembaga bimbingan belajar Easy Learning, maka akan dianalisa menggunakan SWOT untuk mengetahui strategi bersaing yang akan digunakan. Langkah pertama adalah menghitung bobot dari kuisioner yang telah disebar terhadap faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan bobot IFAS dan EFAS

Kekuatan	5	4	3	2	1	Pengolahan data kuisioner	Bobot
Biaya kursus terjangkau dibandingkan yang lain	10	13	1	0	0	105	0,08
Materi pengajaran sesuai dengan kurikulum sekolah	16	5	2	1	0	108	0,09
Lokasi dekat dengan rumah	10	9	3	2	0	99	0,08
Total						312	0,25
Kelemahan	5	4	3	2	1	Pengolahan data kuisioner	Bobot

Promosi kurang maksimal	6	14	2	2	0	96	0,08
Fasilitas pengajaran kurang memadai	15	5	0	2	2	101	0,08
Tenaga pengajar berpengalaman terbatas	6	14	2	2	0	96	0,08
Total						293	0,24
Peluang	5	4	3	2	1	Pengolahan data kuisioner	Bobot
Target ketuntasan belajar yang tinggi dari sekolah formal	19	3	1	1	0	122	0,09
Letak lokasi yang padat penduduk	13	6	0	5	0	99	0,08
Lembaga bimbingan belajar sudah dikenal oleh masyarakat sekitar	17	5	1	1	0	110	0,09
Total						321	0,26
Ancaman	5	4	3	2	1	Pengolahan data kuisioner	Bobot
Banyaknya Lembaga bimbingan belajar yang berdekatan	16	4	2	2	0	106	0,09

Banyaknya sekolah yang mengadakan bimbingan belajar sendiri	17	3	2	2	0	103	0,08
Pesaing yang memiliki kapasitas dan daya jangkauan yang luas	18	2	2	1	1	104	0,08
Total						313	0,25

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2 diketahui total bobot kekuatan 0,25 dan pada kelemahan mendapatkan total nilai bobot 0,24 sedangkan faktor eksternal peluang dan ancaman nilai bobot masing-masing adalah total bobot peluang 0,26 dan pada ancaman mendapatkan total nilai bobot 0,24

Pada tabel 3, menghitung matrik IFAS dan EFAS, dari hasil perhitungan diketahui skor masing-masing faktor internal dan eksternal. Skor kekuatan bernilai 1,01 dan skor kelemahan bernilai 0,63 sedangkan untuk faktor eksternal (peluang dan ancaman) skor masing-masing adalah 1,04 untuk peluang dan pada ancaman mendapatkan skor 0,84.

Tabel 3. Matrik IFAS DAN EFAS

Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
Biaya kursus terjangkau dibandingkan yang lain	0,08	4	0,34
Materi pengajaran sesuai dengan kurikulum sekolah	0,09	4	0,35
Lokasi dekat dengan rumah	0,08	4	0,32
	0,25		1,01
kelemahan	Bobot	Rating	Skor
Promosi kurang maksimal	0,08	2	0,15
Fasilitas pengajaran kurang memadai	0,08	3	0,24

Tenaga pengajar berpengalaman terbatas	0,08	3	0,23
	0,24		0,63
Peluang	Bobot	Rating	Skor
Target ketuntasan belajar yang tinggi dari sekolah formal	0,09	4	0,36
Letak lokasi yang padat penduduk	0,08	4	0,32
Lembaga bimbingan belajar sudah dikenal oleh masyarakat sekitar	0,09	4	0,36
	0,26		1,04
Ancaman	Bobot	Rating	Skor
Banyaknya Lembaga bimbingan belajar yang berdekatan	0,09	4	0,34
Banyaknya sekolah yang mengadakan bimbingan belajar sendiri	0,08	3	0,25
Pesaing yang memiliki kapasitas dan daya jangkauan yang luas	0,08	3	0,25
			0,84

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Tahap berikutnya setelah mengetahui matriks IFAS dan EFAS, dapat diketahui posisi perusahaan pada kuadran SWOT dengan cara mencari selisih total skor IFAS dan EFAS, seperti dibawah ini:

$x = \text{Total Skor Kekuatan (S)} - \text{Total Skor Kelemahan (W)}$

$y = \text{Total Skor Peluang (O)} - \text{Total Skor Ancaman (T)}$

Dimana ;

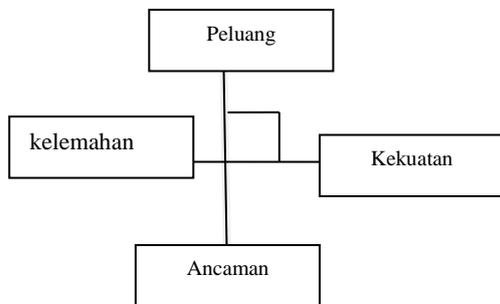
$x = 1,01 - 0,63$

$y = 1,04 - 0,84$

$x = 0,38$ $y = 0,32$

Dari hasil perhitungan terlihat bahwa lembaga bimbingan belajar Eazy Learning berada pada Kuadran I. Hal ini menunjukkan bahwa lembaga bimbingan belajar Eazy Learning berada diposisi yang baik dan menguntungkan, yaitu memiliki kekuatan yang besar sehingga dapat merebut peluang

yang ada. Strategi yang dapat digunakan oleh lembaga pada kondisi prima adalah strategi Progresif dimana sangat dimungkinkan bagi perusahaan untuk terus melakukan perluasan usaha dan memperbesar pertumbuhan secara maksimal. Memanfaatkan seluruh kekuatan dan kualitas Lembaga Bimbingan Belajar Eazy Learning dengan meningkatkan kualitas pengajaran dan pelayanan, melakukan kerjasama ke sekolah-sekolah untuk mengadakan bimbingan sesuai jadwal sekolah, melakukan kerjasama *Try out* untuk siswa kelas akhir, melakukan promosi secara maksimal dengan memanfaatkan berbagai media sosial. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 2, posisi kuadran SWOT dibawah ini :



Gambar 3, Kuadran SWOT
Sumber : data diolah, 2019

Analisa Matrik SWOT

Analisa dengan menggunakan model *TOWS Matrix* ini menggunakan data yang diperoleh dari tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*), hasilnya bisa dilihat dari Tabel 4.

Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. yang dihadapi lembaga dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh lembaga dalam menghadapi peluang dan ancaman eksternal.

Tabel 4. Matrik SWOT Lembaga Bimbel Eazy Learning

	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
IFAS	1. Biaya les cukup terjangkau dibandingkan dengan	1. Fasilitas pengajaran yang diberikan

EFAS	yang lainnya. 2. Materi pengajaran sesuai dengan kurikulum sekolah 3. Lokasi sangat strategis dan mudah diakses	kurang memadai 2. Promosi yang dilakukan dengan menyebarkan brosur dan sosialisasi ke sekolah-sekolah masih belum dilakukan 3. Tenaga pengajar kurang berpengalaman	
OPPORTUNITES (O)	1. Target ketuntasan belajar yang tinggi dari sekolah formal 2. Letak lokasi usaha padat penduduk 3. Lembaga bimbingan belajar Easy Learning sudah dikenal oleh masyarakat sekitar	STRATEGI SO 1. Mempertahankan Kualitas pengajaran dan biaya les dengan memaksimalkan lokasi yang strategis 2. Pemasaran perlu ditingkatkan lagi sehingga berpeluang masuk pada semua golongan. 3. Riset pasar harus terus dilakukan untuk mengetahui selera pasar.	STRATEGI WO 1. Memberikan pelatihan bagi tutor agar menguasai dan memiliki trik-trik dalam mengajar 2. Meningkatkan promosi dan memberikan diskon bagi murid yang mendapatkan peringkat 3. Meningkatkan fasilitas mengajar agar proses pengajaran berlangsung nyaman dan baik.
THREATS (T)	1. Banyaknya Lembaga bimbingan belajar yang berdekatan 2. Banyaknya sekolah formal	STRATEGI ST 1. melakukan kerjasama dengan sekolah saat pengambilan rapor 2. Mempertahankan keunggulan agar mampu	STRATEGI WT 1. Mengadakan evaluasi mengenai proses pengajaran secara berkala.

yang mengadakan bimbingan belajar sendiri	bersaing dengan Lembaga bimbel lain.	2. Melakukan pemasaran dengan intensif dan konsisten
3. Pesaing yang memiliki kapasitas dan daya jangkauan yang luas		3. Memberikan fasilitas yang memadai agar dapat bersaing

Berdasarkan Matriks SWOT diatas dapat dijelaskan bahwa terdapat empat pilihan strategi yang dapat diterapkan oleh lembaga bimbingan belajar Eazy Learning diantaranya: Strategi S-O

Strategi yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan seluruh kekuatan dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Mengembangkan strategi dengan memaksimalkan Kualitas pengajaran dan biaya les dengan memaksimalkan lokasi yang strategis pemasaran perlu ditingkatkan lagi sehingga berpeluang masuk pada semua golongan serta riset pasar harus dilakukan untuk mengetahui selera pasar agar dapat ekspansi kebutuhan yang dibutuhkan oleh pasar.

Strategi S-T

Strategi yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yaitu melakukan kerjasama dengan sekolah saat pengambilan rapor Mempertahankan keunggulan agar mampu bersaing dengan lembaga bimbel lain.

Strategi W-O

Strategi yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada yaitu memberikan pelatihan bagi tutor agar menguasai dan memiliki trik-trik dalam mengajar, meningkatkan promosi dan memberikan diskon bagi murid yang mendapatkan peringkat di sekolah serta meningkatkan fasilitas mengajar agar proses pengajaran berlangsung nyaman dan baik.

Strategi W-T

Strategi yang dapat dilakukan dengan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman, antarlain: Mengadakan evaluasi mengenai proses pengajaran secara berkala, melakukan pemasaran dengan intensif dan konsiten, serta memberikan fasilitas yang memadai agar dapat bersaing

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis SWOT dan matriks IFAS dan EFAS, posisi kuadran SWOT serta alternatif strategi pada Lembaga Bimbel Eazy Learning adalah : (1).Dari kuadran SWOT yang dihasilkan Lembaga Bimbel Eazy Learning berada pada posisi Kuadran I.(2). Usulan strategi yang diberikan adalah *Progresif* artinya organisasi dalam kondisi baik dan menguntungkan sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan perluasan secara maksimal. (3).Lembaga Bimbel Eazy Learning memiliki kemampuan untuk meningkatkan serta memperluas usaha menjadi lebih besar dengan kineja yang lebih baik. Hasil analisis dengan menggunakan SWOT matrik menunjukkan arah strategi yang tepat untuk dilaksanakan adalah dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang yang ada. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara: Mempertahankan Kualitas pengajaran dan biaya les dengan memaksimalkan lokasi yang strategis, pemasaran perlu ditingkatkan lagi sehingga berpeluang masuk pada semua golongan dan melakukan riset pasar untuk mengetahui selera pasar. Untuk penelitan berikutnya, akan lebih baik jika menambahkan item pada faktor internal dan eksternal agar hasil yang didapatkan lebih konkrit.

REFERENSI

- Amirulloh. 2015. Manajemen Strategi: Teori Konsep Kinerja. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Daft RL. 2010. Era Baru Manajemen, Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi I. 2015. Manajemen Strategis. Bandung: CV Alfabeta.
- Inayati T, Prasetya H. 2018. Perumusan

- strategi dengan analisis swot pada usaha mikro kecil menengah. 217–231.
- Pearce, J.A dan Robinson R. 2008. Manajemen Strategi, Edisi 10. Salemba Empat.
- Rangkuti F. 2014. Analisis SWOT:Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil M. 2008. Menengah., p 1–24.