



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 279-290

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Swot & Diferensiasi dalam Penguatan Positioning Program Pelatihan SEAMOLEC

Naufal Abiyyu Imano^{1✉}, Refiana Dwi Maghfiroh²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: 22012010118@student.upnjatim.ac.id^{1✉}

Abstrak

SEAMOLEC memegang peranan krusial dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia di Asia Tenggara melalui program pelatihan, konsultasi, dan pengembangan Pendidikan Jarak Jauh (PJJ) di bawah naungan SEAMEO. Transformasi pendidikan jarak jauh, didorong oleh perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, membuka peluang akses pendidikan yang lebih luas, menjadikan strategi diferensiasi dan positioning penting dalam pasar yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi diferensiasi produk dan brand positioning program pelatihan SEAMOLEC, serta merumuskan rekomendasi strategi pasar guna memperkuat positioning dan mencapai keunggulan kompetitif di masa mendatang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diferensiasi utama SEAMOLEC terletak pada perannya sebagai lembaga advokasi dan konsultasi bagi institusi pendidikan yang ingin menyelenggarakan atau merancang PJJ dan pendidikan terbuka, bukan sebagai penyedia layanan akademis langsung. SEAMOLEC dapat memperkuat brand positioning sebagai mitra strategis pelatihan digital yang fleksibel, kontekstual, dan berorientasi solusi guna mempertahankan posisi unik dan relevansi SEAMOLEC dalam peningkatan kualitas SDM melalui PJJ di Asia Tenggara.

Kata Kunci: *Diferensiasi Produk, Brand Positioning, Analisis SWOT, Pendidikan Jarak Jauh, SEAMEO, SEAMOLEC*

Abstract

SEAMOLEC plays a crucial role in enhancing the quality of human resources in Southeast Asia through training, consulting, and the development of Distance Education (DE) programs under the SEAMEO umbrella. The transformation of distance education, driven by the rapid development of information and communication technology, opens up broader access to education, making differentiation and positioning strategies important in a competitive market. This research aims to analyze the product differentiation strategy and brand positioning of SEAMOLEC's training programs, as well as to formulate market strategy recommendations to strengthen positioning and achieve competitive advantage in the future. The research results indicate that SEAMOLEC's main differentiation lies in its role as an advocacy and consulting institution for educational institutions that wish to organize or design distance learning and open education, rather than as a direct academic service provider. SEAMOLEC can strengthen its brand positioning as a strategic partner for flexible, contextual, and solution-oriented digital training to maintain SEAMOLEC's unique position and relevance in enhancing human resource quality through distance education in Southeast Asia.

Keywords: *Product Differentiation, Brand Positioning, SWOT Analysis, Distance Education, SEAMEO, SEAMOLEC*

PENDAHULUAN

Pendidikan jarak jauh telah menjadi bagian integral dari sistem pendidikan global, terutama dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Di masa lalu, pendidikan jarak jauh seringkali terbatas pada studi korespondensi, namun kini telah berevolusi menjadi berbagai bentuk pembelajaran berbasis teknologi, termasuk e-learning, blended learning, dan kursus daring terbuka (Hapinas et al., 2025); (Komari & Aslan, 2025) Transformasi ini telah membuka peluang baru bagi banyak individu untuk mengakses pendidikan, yang sebelumnya mungkin sulit dijangkau karena keterbatasan geografis, waktu, atau biaya. Fenomena ini juga menuntut peningkatan kapabilitas sumber daya manusia (SDM) yang relevan dengan kebutuhan lapangan dan tren teknologi terkini.

Dalam konteks ini, program pelatihan menjadi sangat penting sebagai sarana untuk membekali individu dengan keterampilan yang dibutuhkan di era digital. SEAMEO Regional Open Learning Centre (SEAMOLEC) adalah salah satu dari 26 Pusat di bawah naungan Organisasi Menteri Pendidikan Asia Tenggara (SEAMEO) yang berfokus pada bidang Pembelajaran Terbuka dan Jarak Jauh (ODL). Berkat berbagai program yang menjadi tugas utamanya, seperti pelatihan, konsultasi, penelitian dan pengembangan, serta penyebaran informasi, SEAMOLEC membantu Negara-Negara Anggota SEAMEO untuk menemukan solusi alternatif guna meningkatkan kualitas sumber daya manusianya melalui Pembelajaran Terbuka dan Jarak Jauh (ODL). SEAMOLEC mengamati kebutuhan-kebutuhan pemanfaatan

teknologi untuk menunjang suatu program lalu mengkomunikasikan kegiatannya kepada stakeholder dan masyarakat luas melalui website resmi yang berisikan profile SEAMOLEC, legal document, program training, publikasi, partnership dan projek. Salah satu tugas fungsi pokok SEAMOLEC adalah mengembangkan kajian dan model pendidikan jarak jauh (PJJ). Setiap tahunnya, dengan melibatkan pakar dan mitranya, SEAMOLEC melaksanakan pengembangan kajian dan model PJJ dengan topik yang beragam dan relevan.

Meskipun demikian, SEAMOLEC menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan relevansinya di tengah persaingan pasar pendidikan jarak jauh yang semakin kompetitif. Kecepatan perkembangan teknologi yang tidak diimbangi literasi dan aturan yang memadai berpotensi pada penyalahgunaan, sehingga penting untuk diperkuat dengan literasi TIK dan pemahaman etika, terutama terkait Artificial Intelligence (AI). Selain itu, terdapat ketergantungan pendanaan pada APBN Kementerian untuk program-program di luar kolaborasi dengan mitra. SEAMOLEC perlu secara strategis diferensiasinya agar dapat bertahan dan memiliki daya saing yang berkelanjutan dalam merancang perbedaan bernilai untuk membedakan penawaran perusahaan dari pesaing. Menurut (Saladin & Buchory, 2010), mengemukakan bahwa diferensiasi adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang bernilai dengan tujuan untuk membedakan penawaran perusahaan tersebut dan penawaran perusahaan pesaing. Strategi pemasaran diferensiasi merupakan kegiatan memodifikasi produk supaya lebih menarik. Diferensiasi memerlukan penelitian pasar yang sangat serius agar bisa benar-benar berbeda, serta juga diperlukan pengetahuan tentang produk pesaing. Diferensiasi produk dapat dilakukan dengan membuat produk yang berbeda atau kawasan penjual yang berbeda. Dengan demikian konsumen akan lebih memilih produk anda dibandingkan dengan produk yang lain. Untuk mengatasi tantangan ini, SEAMOLEC perlu secara strategis memperkuat positioning dan diferensiasinya agar dapat bertahan dan memiliki daya saing yang berkelanjutan. Diferensiasi, sebagai tindakan merancang serangkaian perbedaan bernilai untuk membedakan penawaran perusahaan dari pesaing, menjadi kunci untuk menarik konsumen.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi diferensiasi produk dan positioning yang diterapkan dalam program pelatihan SEAMOLEC, serta merumuskan rekomendasi strategi pasar yang konkret, khususnya dalam memperkuat brand positioning dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif dan menjawab kebutuhan pasar di masa mendatang. Penelitian ini berupaya menjawab beberapa permasalahan kunci: (1) Bagaimana program pelatihan SEAMOLEC saat ini melakukan diferensiasi produk atau layanan pelatihannya di tengah persaingan pasar pendidikan jarak jauh yang semakin

kompetitif? (2) Bagaimana posisi merek (brand positioning) program pelatihan SEAMOLEC di benak konsumen dan pemangku kepentingan? (3) Bagaimana hasil analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) dapat dimanfaatkan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi.

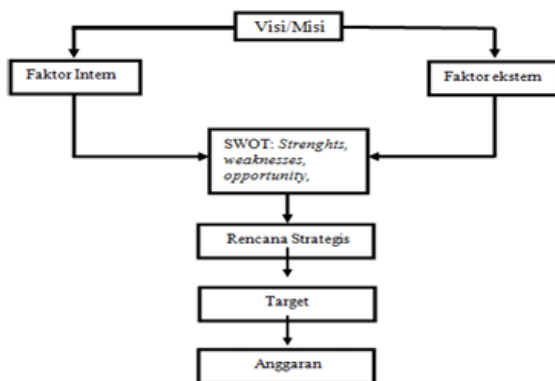
METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif karena memungkinkan peneliti untuk menganalisis dan menggali secara mendalam fenomena strategis dalam konteks pendidikan jarak jauh. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dengan manajer divisi training SEAMOLEC untuk mendapatkan informasi mendalam dan persepsi internal. Wawancara ini dirancang untuk mendapatkan pemahaman komprehensif mengenai persepsi internal tentang diferensiasi produk, upaya positioning, analisis SWOT, serta pandangan mengenai strategi yang diterapkan SEAMOLEC. Selain wawancara, observasi langsung terhadap aktivitas promosi dan pelaksanaan pelatihan juga dilakukan untuk memperoleh data kontekstual yang relevan. Analisis data dilakukan dengan penyajian dan penarikan kesimpulan. Untuk memastikan validitas data, dilakukan triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan memverifikasi informasi dari berbagai sumber data. Kerangka teori yang mendukung analisis meliputi diferensiasi produk, positioning, dan analisis SWOT. Analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi strategi program pelatihan SEAMOLEC. Berdasarkan hasil analisis, penulis merumuskan temuan penelitian mengenai diferensiasi, positioning, dan hasil analisis SWOT. Selanjutnya, menyusun rekomendasi strategi pasar yang konkret untuk memperkuat brand positioning program pelatihan SEAMOLEC.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats)

Dalam penerapan analisis SWOT tentunya terdapat beberapa cara yang dapat digunakan agar analisis SWOT dapat menghasilkan solusi agar dapat dengan baik mendapatkan strategi dalam meningkatkan mutu pendidikan. Adapun kerangka kerja (framework) analisis SWOT menurut Imam Machali dan Ara Hidayat (2016: 211) dapat dilihat dalam gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka kerja analisis SWOT menurut Imam Machali dan Ara Hidayat, (2016: 211)

Setelah dilakukan analisis SWOT tersebut, hasil analisis SWOT kemudian digunakan sebagai acuan untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam upaya memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang serta secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman. Analisis SWOT juga dapat mengidentifikasi dan mengetahui apa yang sebenarnya terjadi di dalam lembaga pendidikan itu sendiri sehingga para pengambil kebijakan dapat mengambil rencana strategi dan kebijakan yang tepat untuk perbaikan atau peningkatan. Analisis SWOT juga dapat membantu untuk menentukan prioritas program, dan dapat membantu pengalokasian sumber daya, seperti sumber daya manusia, anggaran, sarana dan prasarana, dan sebagainya untuk lebih efektif.

		INTERNAL	
		STRENGTHS	WEAKNESSES
EXTERNAL	OPPORTUNITIES	<p>Fleksibilitas lembaga: SEAMOLEC adalah lembaga yang fleksibel dan tidak kaku, dapat masuk ke berbagai sektor berdasarkan AD/ART SEAMOLEC.</p> <p>Program yang terjangkau untuk semua pihak: Sebagian besar program pelatihan gratis bagi peserta karena didanai APBN dan kolaborasi dengan mitra,</p>	<p>Kebutuhan SDM: SDM yang tersedia pada SEAMOLEC terbatas sehingga diperlukan penambahan kekuatan SDM.</p> <p>Peningkatan kapabilitas <i>trainer</i>: Peningkatan kemampuan atau kapabilitas para trainer untuk menjamin kualitas layanan yang terbaik.</p>

sehingga tidak membebani peserta program pelatihan. Fleksibilitas waktu: Pelaksanaan program banyak dilakukan secara daring/online. Sehingga bisa diikuti oleh berbagai macam pihak tanpa terkendala jarak, biaya, dan waktu.

Merangkul alumni program pelatihan: Sebagai langkah untuk memenuhi kebutuhan SDM dan meningkatkan kapabilitas *trainer*. SEAMOLEC melibatkan alumni terbaik dari program pelatihan untuk menjadi *trainer* melalui program *Training of Trainer* (ToT).

Jangkauan internasional:

Jangkauan layanan SEAMOLEC tidak terbatas di Indonesia, tetapi juga mencakup ke Asia Tenggara khususnya negara anggota SEAMEO (Brunei Darussalam, Kamboja, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand, Timor Leste, dan Vietnam).

Berkembangnya program studi yang berbasis Pendidikan Jarak Jauh (PJJ): Maraknya pembukaan program studi berbasis PJJ di pendidikan tinggi juga menjadi kesempatan SEAMOLEC untuk mengepakkan sayap dan memperluas mitra.

THREATS	<p>Kecepatan perkembangan teknologi: Kecepatan perkembangan teknologi yang tidak diimbangi dengan literasi dan aturan yang memadai, berpotensi penyalahgunaan. Penting untuk diperkuat dengan penguatan literasi TIK dan pemahaman etika, terutama terkait AI.</p> <p>Ketergantungan pendanaan: Ketergantungan pada pendanaan APBN Kementerian untuk program-program selain kolaborasi dengan mitra.</p>	<p>Merangkul alumni program pelatihan: Sebagai langkah untuk memenuhi kebutuhan SDM dan meningkatkan kapabilitas <i>trainer</i>. SEAMOLEC melibatkan alumni terbaik dari program pelatihan untuk menjadi <i>trainer</i> melalui program <i>Training of Trainer</i> (ToT).</p>
---------	--	---

Matriks SWOT

- Strategi SO (Strengths-Opportunities): Strategi ini memanfaatkan kekuatan untuk mendapatkan peluang yang dimiliki oleh SEAMOLEC semaksimal mungkin.
- Strategi WO (Weaknesses-Opportunities): Strategi ini digunakan untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki dengan peluang yang ada sekaligus meminimalisir kelemahan tersebut.
- Strategi ST (Strengths-Threats): Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki SEAMOLEC untuk mengatasi ancaman yang mungkin akan muncul.
- Strategi WT (Weaknesses-Threats): Strategi ini dilakukan dengan cara meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman.

Analisis Diferensiasi Program Pelatihan SEAMOLEC

Menurut Kotler (2007:385), diferensiasi produk adalah suatu kegiatan dimana produk menjadi lebih menarik bagi konsumen dan dilakukan dengan mengubah sifat produk. Adapun dimensi indikator diferensiasi produk adalah: (1) bentuk produk dapat dibedakan berdasarkan bentuk, ukuran atau struktur fisik produk, (2) ciri ciri yang melengkapi fungsi utama produk, (3) kesesuaian kualitas mengacu pada tingkat produk yang seluruh unitnyadiproduksi secara identik dan memenuhipersyaratan tujuan yang diizinkan, (4) gaya

menggambarkan penampilan produk dan perasaan pembeli (Nindyawati & Setyo Iriani, 2014). Sedangkan menurut Kotler bahwa strategi diferensiasi adalah suatu tindakan dalam merancang atau membuat satu set perbedaan yang memiliki arti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing. Sedangkan menurut Wijaya, (2020) bahwa strategi diferensiasi merupakan kemampuan suatu perusahaan menciptakan sesuatu yang dapat dirasakan oleh seluruh industri sebagai hal yang unik atau berbeda.

Adapun perbedaan SEAMOLEC dari lembaga lain adalah perannya sebagai lembaga advokasi dan konsultasi untuk lembaga atau institusi yang ingin menyelenggarakan dan merancang pendidikan jarak jauh (PJJ) dan pendidikan terbuka, bukan sebagai penyedia layanan akademis yang bersaing langsung di pasar yang sama. Strategi diferensiasi terkait dengan lembaga pendidikan menurut Agusna (2020) bahwa diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar yaitu dengan cara menciptakan produk yang luar biasa dan melakukan penawaran yang berbeda agar lebih meyakinkan konsumen dan dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. SEAMOLEC hadir untuk mendukung universitas atau institusi yang ingin menyelenggarakan pendidikan jarak jauh (PJJ) dan pendidikan terbuka, mendampingi dan mengawal program, serta memastikan kualitas dan standar layanan sesuai harapan kementerian. Diferensiasi produk adalah menciptakan produk atau citra produk yang berbeda dengan yang sudah beredar untuk menarik konsumen.

Sebagai nilai tambah, SEAMOLEC memiliki keunikan pada sertifikasi program pelatihan. Keunikan sertifikasi program pelatihan SEAMOLEC adalah persyaratannya yang mewajibkan setiap peserta untuk menyelesaikan satu produk sesuai mata pelatihan yang diikuti. Dengan demikian, pengumpulan produk tersebut dianggap sebagai bukti penguasaan kompetensi. Harapannya, peserta dapat mengimbaskan ilmu atau kompetensi yang didapat kepada rekan-rekan SEAMOLEC. Kemitraan juga menjadu keunggulan utama SEAMOLEC. Semua program disusun berdasarkan kebutuhan mitra atau kebutuhan bersama, tidak bersifat sepihak. Ini menjadikan kolaborasi sebagai inti dari setiap layanan yang disediakan.

Penerapan Hasil Analisis Pada Perumusan Strategi Positioning

Pada umumnya, lembaga pemerintahan melaksanakan strategi diferensiasi, segmentasi, positioning, dan branding ini dengan cara menerapkan strategi komunikasi yang efektif, memanfaatkan media sosial, promosi, serta melakukan interaksi langsung dengan masyarakat. Semua hal atau strategi yang dilakukan tentunya bertujuan untuk meningkatkan kualitas dari masing-masing lembaganya. Selain itu, masing-masing strategi yang diterapkan juga membutuhkan pengelolaan dan inovasi-inovasi guna

mempertahankan kualitas dari jasa yang diberikan (Nur Aini, 2024). Dalam 1-3 tahun ke depan, tujuan strategis ini tetap mendukung tujuan strategis SEAMOLEC dan program Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah di Indonesia, khususnya dalam pembelajaran terbuka dan Pendidikan Jarak Jauh (PJJ). SEAMOLEC akan bekerja sama dengan lembaga di bawah kementerian serta pemerintah daerah untuk membekali peserta pelatihan dengan kemampuan yang relevan dan menjawab kebutuhan di lapangan. Kualitas pengalaman belajar dipastikan melalui monitoring dan evaluasi bersama mitra, untuk mengukur pencapaian output dan outcome program, termasuk umpan balik dari peserta. SEAMOLEC memiliki mekanisme penanganan pertanyaan atau masalah peserta melalui forum diskusi di platform pelatihan dan media sosial yang responsif dan komunikatif.

Menurut Widjonarko (2024) bahwa keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan bergantung pada keunggulan bersaingnya, karena itu SEAMOLEC memahami kebutuhan peserta dengan melakukan diskusi awal dan menganalisis kebutuhan mitra, sehingga setiap pelatihan bersifat customized atau disesuaikan untuk menjawab masalah atau tantangan mitra. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan peserta untuk mengikuti pelatihan adalah fleksibilitas (banyak program daring, pembelajaran mandiri dengan tutorial online, waktu pengerjaan tugas yang fleksibel) dan jenis pelatihan yang selalu up-to-date menyesuaikan tren teknologi terkini, termasuk integrasi AI. Umpan balik peserta direspons melalui formulir evaluasi yang diisi setelah pelatihan, dibaca oleh tim dan pimpinan sebagai dasar evaluasi untuk pelatihan selanjutnya. Penanganan pertanyaan atau masalah peserta dilakukan melalui forum diskusi di platform pelatihan dan media sosial yang responsif. Materi pelatihan selalu diperbarui setiap tahun, menyesuaikan dengan tren dan program Kementerian, termasuk tren teknologi terkini dan integrasi AI (Artificial Intelligence). Setiap pelatihan dilengkapi dengan formulir evaluasi yang diisi peserta. Evaluasi ini dibaca bersama oleh tim dan pimpinan, menjadi dasar untuk perbaikan pada pelatihan selanjutnya. Pertanyaan atau masalah peserta ditangani melalui forum diskusi di platform pelatihan dan media sosial yang responsif dan komunikatif.

SEAMOLEC memiliki posisi yang unik di pasar pendidikan jarak jauh Asia Tenggara karena merupakan lembaga di bawah asosiasi menteri-menteri pendidikan di Asia Tenggara. Fokus utamanya adalah mengadvokasi dan menjadi layanan konsultasi bagi kementerian, lembaga, dan institusi pendidikan di Asia Tenggara yang ingin menerapkan PJJ. SEAMOLEC ingin dilihat sebagai lembaga yang mendukung dan menyediakan solusi bagi masalah serta tantangan yang dihadapi oleh lembaga pelatihan, penyelenggara pendidikan, satuan pendidikan, maupun pemerintah daerah dan pusat, dengan memanfaatkan keahlian yang ada di SEAMOLEC sesuai dengan visi dan misinya. Visi

program pelatihan SEAMOLEC sejalan dengan visi utama SEAMOLEC, yaitu menjadi pusat keahlian di bidang pendidikan terbuka jarak jauh di Asia Tenggara. Misinya adalah menyediakan solusi untuk permasalahan pendidikan di negara-negara anggota SEAMEO melalui pemanfaatan pendidikan terbuka dan jarak jauh, termasuk implementasi teknologi informasi dan komunikasi dalam pembelajaran. Program pelatihan yang ditawarkan didasarkan pada misi ini.

SEAMOLEC dapat mengembangkan materi komunikasi, dapat berupa brosur, website, atau presentasi yang secara eksplisit menjelaskan peran utama SEAMOLEC sebagai lembaga advokasi dan konsultasi Pendidikan Jarak Jauh (PJJ), bukan sebagai penyedia layanan akademis atau layanan lain yang serupa. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan positioning SEAMOLEC sebagai lembaga yang berada di bawah asosisasi menteri pendidikan. Peningkatan jumlah peserta dan kolaborasi dengan institusi yang berbasis Pendidikan Jarak Jauh (PJJ) juga dapat menjadi indikator keberhasilan SEAMOLEC dalam memanfaatkan peluang dalam perkembangan Pendidikan Jarak Jauh (PJJ). Hal ini berkaitan dengan kekuatan SEAMOLEC dalam melaksanakan program pelatihan daring yang terjangkau se-Asia Tenggara. Untuk memitigasi ancaman yang ada, terutamanya dari perkembangan teknologi, SEAMOLEC dapat mengintegrasikan modul literasi digital, etika AI dan pemanfaatan teknologi pada setiap program pelatihan.

Pesan kunci yang ingin disampaikan SEAMOLEC adalah bahwa peserta pelatihan dapat mengimbaskan ilmunya kepada orang lain, memperluas implementasi TIK dan Pendidikan Jarak Jauh (PJJ). Keunggulan utama SEAMOLEC adalah kemitraan; setiap program disusun berdasarkan kebutuhan mitra atau kebutuhan bersama, bukan hanya sepihak. Untuk memperkuat brand positioning, SEAMOLEC akan mendukung program-program yang dicanangkan oleh direktur baru. Strategi positioning akan mendorong perusahaan untuk memutuskan seberapa jauh perbedaan dan apa yang dibedakan dalam promosinya, dengan memperhatikan target pasar yang dipilih, hambatan sumber daya, kriteria kinerja perusahaan, dan persaingan. Strategi ini merupakan faktor utama dalam meningkatkan kekuatan posisi pasar perusahaan. Makin besar perbedaan positioning dari pesaing utama, makin besar kemungkinan kompleksitas tipe perilaku diantara pesaing dalam pasar yang dilayani, sebagian besar sukses perusahaan berasal dari upaya untuk mencapai perbedaan posisi dalam hubungannya dengan pesaing dalam industri.

Rencana strategis ini dapat diterapkan secara konsisten dan adaptif, sehingga memungkinkan program pelatihan SEAMOLEC untuk tidak hanya mempertahankan posisinya yang unik tetapi juga memperkuat relevansi dan kontribusi SEAMOLEC dalam

meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan kualitas pembelajaran terbuka dan Pendidikan Jarak Jauh (PJJ) di Asia Tenggara.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diferensiasi utama SEAMOLEC terletak pada perannya sebagai lembaga advokasi dan konsultasi PJJ bagi institusi pendidikan, bukan sebagai penyedia layanan akademis langsung. Keunikan lainnya adalah persyaratan sertifikasi program pelatihan yang mewajibkan penyelesaian produk sebagai bukti penguasaan kompetensi, serta kemitraan yang menjadi keunggulan utama dimana semua program disusun berdasarkan kebutuhan mitra. Fleksibilitas program daring dan materi yang selalu up-to-date dengan tren teknologi terkini, termasuk integrasi AI, juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan peserta.

Dari sisi brand positioning, SEAMOLEC berupaya dilihat sebagai lembaga yang mendukung dan menyediakan solusi bagi tantangan pendidikan melalui keahlian PJJ, dengan fokus pada kemitraan dan advokasi di Asia Tenggara. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan internal seperti fleksibilitas lembaga, program terjangkau, format daring yang fleksibel, dan jangkauan internasional di Asia Tenggara. Kelemahan yang ditemukan meliputi keterbatasan SDM dan kebutuhan peningkatan kapabilitas trainer. Peluang yang dapat dimanfaatkan antara lain melibatkan alumni dalam program Training of Trainer (ToT) dan maraknya program studi berbasis PJJ. Sementara itu, ancaman utama berasal dari kecepatan perkembangan teknologi yang tidak diimbangi literasi memadai serta ketergantungan pada pendanaan APBN Kementerian.

Berdasarkan analisis ini, SEAMOLEC dapat memperkuat brand positioning sebagai mitra strategis pelatihan digital yang fleksibel, kontekstual, dan berorientasi solusi di Asia Tenggara. Strategi ini melibatkan penguatan SDM internal, pengembangan kurikulum adaptif terhadap teknologi baru (termasuk AI), serta pemanfaatan jaringan kemitraan untuk ekspansi program dan diversifikasi pendanaan. Penerapan strategi ini secara konsisten dan adaptif akan memungkinkan program pelatihan SEAMOLEC untuk tidak hanya mempertahankan posisinya yang unik tetapi juga memperkuat relevansi dan kontribusinya dalam meningkatkan kualitas SDM dan kualitas pembelajaran terbuka dan PJJ di Asia Tenggara.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusna. (2020). Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Peningkatan Pelanggan di SMKN 1 Pasie Raya Aceh Jaya. Doctoral disstertation UIN ARRANIRY.
- Dr. Drs. Danang Sunyoto, S. S., & Drs. Yanuar Saksono, M. (2022). PERILAKU KONSUMEN. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Ernawati, F. A., & Ali, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemilihan Pasar, Diferensiasi Produk, dan Aliansi Strategis terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Siber Multi Disiplin (JSMD)*, 12.
- Hapinas H, A. A. (2025). PENERAPA MEDIA AUDIO VISUAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELAJAR SISWA PADA PELAJARAN AKIDAH AKHLAK DI ELAS VI MTSS YASTI PIMPINAN TAHUN PELAJARAN 2023-2024. *Jurnal Komunikasi*, 3(1).
- Implementasi strategi diferensiasi, segmentasi, positioning, dan branding kelembagaan di Dinas Pendidikan Kota Batu. (2024). Malang: Maliki Interdisciplinary Journal.
- Komari K., A. A. (2025). Menggali Potensi Optimal Anak Usia Dini: Tinjauan Literatur. *Jurnal Ilmiah*, 11 (1).
- Machali, I. d. (2016). *The Handbook of Education Managemnt (Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nindyawati, S. I. (2014). Pengaruh Gaya Hidup dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1-13.
- Sopiyan, P. (2021). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Ilmu Sosial: Co-Management*, 472.
- Suriono, Z. (2021). Analisis SWOT dalam Identifikasi Mutu Pendidikan . Sumatera Utara: ALACRITY: Journal of Education.
- Syakhrani, A. W., Dongoran, M., & Runtu, A. R. (2025). Strategi Pembelajaran dalam Pendidikan Jarak Jauh: Sebuah Kajian Literatur. Kalimantan Selatan: Jurnal Ilmiah Edukatif.
- Widjonarko, G. (2024). ANALISIS IMPLEMENTASI KEUNGGULAN BERSAING PERGURUAN TINGGI SWASTA MELALUI STRATEGI DIFERENSIASI BERKELANJUTAN DI TENGAH ARUS EKSPANSI GLOBAL. Surabaya: Jurnal EKSEKUTIF Volume 21.
- Wijaya. (2020). Strategi Manajemen Hubungan Pelanggan dan Orientasi Pasar: Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Industri Furniture di Jawa Timur. Klaten: Penerbit Lakeisha.