

## ABSTRAK

LPPBJ Diponegoro Smart Solution merupakan lembaga pelatihan pengadaan barang/jasa pemerintah yang telah terakreditasi A oleh LKPP. Meskipun memiliki reputasi baik, lembaga ini menghadapi tantangan dalam pencapaian target pelatihan dan peserta, serta dalam perluasan jangkauan layanan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang optimal melalui pendekatan SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Metode SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja lembaga, sementara QSPM digunakan untuk mengevaluasi dan memprioritaskan strategi yang paling tepat. Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed-method dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil yang diharapkan adalah rekomendasi strategi pemasaran berbasis data yang dapat meningkatkan efektivitas pelayanan serta daya saing LPPBJ dalam penyelenggaraan pelatihan dan ujian kompetensi pengadaan barang/jasa. Implikasi dari penelitian ini tidak hanya memberikan arahan strategis, tetapi juga mendukung keberlanjutan lembaga dalam menghadapi persaingan dan dinamika regulasi di sektor pengadaan.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM, Pelatihan, Kompetensi, Pengadaan