



BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Sebelum memasuki industri suatu usaha, ada baiknya seorang pengusaha melakukan analisis terlebih dahulu, hal ini dilakukan agar pengusaha mengetahui dengan benar seluk beluk didalam industri, siapa saja pesaing-pesaingnya, dan dapat membuat perencanaan yang terfokus pada tren yang berkembang saat ini. Selain itu, dengan melakukan analisis, pengusaha dapat melihat peluang-peluang yang berpotensi untuk meningkatkan keunggulan bersaing usaha ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat setiap waktu. Tanpa dilakukannya analisis industri terlebih dahulu, suatu bisnis tidak dapat diprediksikan apa yang akan terjadi kedepannya. Analisis industri memberikan banyak hasil penelitian yang akan sangat berguna bagi suatu bisnis untuk jangka panjang. Analisis industri juga dapat memberi tahu apakah suatu bisnis tersebut dapat bertahan dan bersaing dengan para pesaing terdekatnya.

A. Trend dan Pertumbuhan Industri

Dalam analisis industri, gambaran masa depan dapat mempengaruhi secara tidak langsung dalam membangun suatu bisnis baru. Gambaran masa depan harus diketahui terlebih dahulu agar dapat mengetahui bagaimana prospek bisnis yang akan dijalankan dan bagaimana cara untuk menghadapi tantangan di masa yang akan datang.

Gambaran masa depan dalam analisis industri tidak hanya dapat memengaruhi secara tidak langsung, tetapi dapat menentukan kelangsungan pemasaran perusahaan. Banyak kecenderungan-kecenderungan yang dianalisis dan dipahami oleh pemasar sehingga mampu menanggapi perubahan yang terjadi didalam pasar. Kecenderungan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tersebut adalah tren yang dapat diidentifikasi di lingkungan sekitar dan hal ini dapat memengaruhi tingkat permintaan industri, hal inilah yang disebut peluang yang dapat ditemukan dengan mengidentifikasi tren yang ada.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh para ahli dari seluruh dunia, mereka sepakat bahwa musik bermanfaat bagi kecerdasan anak. Akan tetapi, tidak semua jenis musik dapat meningkatkan kecerdasan anak. Jenis musik seperti klasik dan musik beralunan lembut yang dapat meningkatkan kecerdasan anak.

Musik terbukti mampu meningkatkan aktivitas otak. Berdasarkan penelitian yang dipimpin oleh Ellen Winner seorang profesor psikologi di Boston Collage dan profesor neurologi di Beth Israel Deaconess Medical Center dan Harvard Medical School menemukan perubahan dalam gambar otak anak yang memiliki kebiasaan bermusik sejak usia 15 bulan. Dalam studinya ia menjelaskan bahwa anak yang memiliki kebiasaan bermusik telah meningkatkan kemampuan motorik halus, pencitraan otak dan Perubahan pada jaringan otak yang berpengaruh terhadap perkembangan kemampuan mereka. Selain itu, dari beberapa penelitian neuroscience menunjukkan bahwa anak-anak yang terlibat dalam musik memiliki pertumbuhan aktivitas saraf yang lebih besar dari pada orang yang tidak belajar musik. (Sumber : Manfaat Musik bagi Kecerdasan Anak – Gelombang otak)

Dengan melihat bahwa musik terbukti dapat membantu dalam perkembangan anak-anak, maka penulis mempunyai keinginan untuk membuka tempat kursus musik yang bisa mengajarkan banyak jenis variasi alat musik, bukan hanya ter fokus pada variasi alat musik ini saja, *Chopin Music Course* juga memiliki keunggulannya yaitu harga yang lebih murah dari pesaing sehingga bisa dijangkau di kalangan kelas menengah, *Chopin Music Course* juga akan melakukan metode pembelajaran secara online yaitu melalui Skype / Video Call sehingga siswa dapat belajar di rumah apabila

tinggal di tempat yang jauh dari tempat kursus. Penulis berencana akan menjalin kerjasama dengan *Associated Board Royal School Of Music (ABRSM)* untuk ujian musik.

Di daerah kelapa gading sendiri industri jasa kursus musik memiliki tingkat pertumbuhan yang cukup lumayan signifikan dan baik hal ini dapat dibuktikan melalui pertumbuhan yang telah didata langsung oleh penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik **IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Tabel 3.1

kursus musik di kelapa gading 2008-2016

Nama Sekolah	Alamat	Tahun berdiri
SEKOLAH MUSIK INDONESIA KELAPA GADING	Jalan Raya Barat Boulevard No.Lc 6/ 66, RT.10/RW.7, Klp. Gading Bar., Jakarta Utara, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240	2009
Willy Soemantri Music School	Jl. Raya Klp. Gading Permai Blok De No.16, RT.5/RW.17, Klp. Gading Tim., Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240	2011
Anay Musik Indonesia	Kompleks Ruko Plaza Gading, Jalan Boulevard Barat Raya, Blok C No.70 (Ruko Inkopal), Kelapa Gading Barat, Kelapa Gading, RT.2/RW.9, Klp. Gading Bar., Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240	2011
Nuansa Musik	Jl. Raya Bulevar Barat Blok LC6/11-12, RT.13/RW.7, Klp. Gading Bar., Jakarta, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240	2011
Cadenza Music Course	Jl. Gading Putih Raya Utara Blok CA2 No.11, RT.8/RW.1, Klp. Gading Tim., Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240	2012
Jaya Suprana School of Performing Arts	Mall Of Indonesia Lantai LG, Jalan Raya Boulevard Barat, Kelapa Gading, RT.18/RW.8, Klp. Gading Bar., Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240	2012
Grazioso Music School	Komplek Gading Bukit Indah Blok P No 6 Arta Gading, Jl. Boulevard Bar. Raya, RT.13/RW.7, Klp. Gading Bar., Klp. Gading, DKI Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240	2013
Sekolah Musik Cantata Kelapa Gading Square	Rukan French Walk, Blok K, No.18-21, Mall of Indonesia, Lobby 4, Kelapa Gading Square, RT.18/RW.8, Klp. Gading Bar., Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240	2014
Best Music	Jl. Boulevard Raya, Kelapa Gading, Mall Kelapa Gading 5, Lt. 2 No. 45, RT.5/RW.9, Pluit, Penjaringan, North Jakarta City, Jakarta 14240	2015
Modern Kawai Music School	Jl. Boulevard Raya Blok WE2 No. 3 Kelapa Gading Barat Kelapa Gading Jakarta Utara DKI Jakarta, RT.9/RW.2, Klp. Gading Tim., Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240	2015
Cultura Mandatum Music School	Jl. Musik Raya Blok E No.01, RT.8/RW.8, Pegangsaan Dua, Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240	2016
Sintana Music Education	Jl. Boulevard Timur, RT.1/RW.12, Pegangsaan Dua, Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240	2016
Yamaha Music School	Jl. Boulevard Bar. Raya Blok LC 6 No.11 & 12, RT.13/RW.7, Klp. Gading Bar., Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240	2008

Sumber : Chopin Music Course

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Analisis Pesaing

Persaingan dalam suatu usaha bisnis adalah suatu hal yang tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk selalu menyiapkan strategi – strategi serta taktik guna selalu mencapai posisi optimal dan selalu menjadi pemimpin pasar.

Saat ini, pesaing merupakan salah satu faktor utama yang menjadi perhatian para pebisnis untuk mendirikan suatu usaha atau bisnis tertentu. Dengan melakukan analisis pesaing, dapat diketahui kemampuan bersaing terhadap para pesaing lainnya. Perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif.

Chopin Music Course memiliki beberapa pesaing seperti *Yamaha Music School* dan *Jaya Suparna School Of Performing Arts*. *Yamaha Music School* memiliki 2 jenis kursus musik yaitu kursus untuk anak mulai dari usia 5 tahun hingga 9 tahun ke atas dan kursus untuk remaja dan pemuda mulai dari umur 12 tahun keatas. Sedangkan *Jaya Suparna School Of Performing Arts* memiliki kursus untuk anak mulai dari usia 6 tahun keatas. *Jaya Suparna School Of Performing Arts* sudah berdiri dari tahun 2009 sedangkan *Yamaha Music School* didirikan mulai tahun 1954 berarti sudah memiliki pengalaman di bidang ini selama 62 tahun.

Dalam menganalisis pesaing, penulis menggunakan beberapa metode, antara lain: *PESTEL Analysis, Porter's Five Forces, dan Competitive Profile Matrix (CPM)*.

C. Analisis PESTEL

Menurut Fred R. David (2012 - 122) "untuk melakukan audit eksternal, sebuah perusahaan harus terlebih dulu mengumpulkan intelijen kompetitif dan informasi mengenai berbagai tren ekonomi, sosial, budaya, demografis, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, dan teknologi".



1. Politik

Menurut Fred R. David (2012 - 131) "faktor-faktor politik, pemerintahan, dan hukum dapat merepresentasikan peluang atau ancaman utama baik bagi organisasi kecil maupun besar".

Keadaan politik di Indonesia saat ini sangatlah memprihatinkan. Para pejabat masih saja sibuk mengurus kursi jabatannya dan melupakan soal rakyat. Berbicara tentang kondisi politik di Indonesia maka tidak akan jauh dari sebuah kekuasaan. Politik justru dijadikan alat untuk mencapai kekuasaan. (sumber: Dian Rosdiana, 2015)

Menurut penulis, jika keadaan politik di Indonesia seperti ini terus, maka dapat menjadi ancaman untuk *Chopin Music Course*. Jika pejabat terus melupakan keadaan rakyatnya dan hanya mengurus kursi jabatan, maka lambat laun akan memberikan pengaruh terhadap faktor lain seperti ekonomi. Keadaan ekonomi yang tidak terurus akan menambahkan angka kemiskinan dan akan menimbulkan banyak tingkat kejahatan serta kerusuhan. Inilah yang dapat menjadi ancaman untuk *Chopin Music Course* dari keadaan politik Indonesia seperti sekarang.

2. Ekonomi

Menurut Fred R. David (2012 - 124) "faktor ekonomi memiliki dampak langsung terhadap daya tarik potensial dari beragam strategi".

Ketika perekonomian kuat, tingkat lapangan kerja tinggi, kompensasi yang dibayarkan kepada karyawan juga tinggi. Oleh karena orang memiliki penghasilan yang relatif baik dalam kondisi ini, mereka membeli sejumlah besar produk dan jasa. Perusahaan yang menghasilkan produk dan jasa ini memperoleh manfaat dari besarnya permintaan. Sebaliknya, ketika perekonomian lemah, perusahaan cenderung memberhentikan sebagian karyawannya dan tidak mampu membayarkan upah yang tinggi. Karena orang memiliki penghasilan yang relatif rendah dalam kondisi ini,



maka mereka membeli produk dan jasa dalam jumlah yang sedikit. Dengan begitu, maka sangat terlihat seberapa besar faktor ekonomi dalam mempengaruhi permintaan akan suatu produk atau jasa dan juga sangat mempengaruhi perkembangan dari sebuah perusahaan yang menawarkan produk atau jasa. Oleh karena itu, faktor ekonomi haruslah sangat diperhatikan sebagai faktor eksternal yang dapat menjadi ancaman atau peluang sebuah bisnis.

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) adalah jumlah nilai tambah bruto yang timbul dari seluruh sektor perekonomian di suatu wilayah. Nilai tambah disini mencakup komponen-komponen pendapatan faktor (upah dan gaji, bunga, sewa tanah dan keuntungan). Produk Domestik Regional Bruto ini dapat menunjukkan seberapa besar penghasilan masyarakat yang dihasilkan dari berbagai sektor perekonomian yang ada di setiap wilayah di Indonesia.

Tabel 3.2
Produk Domestik Regional Bruto Jakarta utara Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Konstan (2010=100) (Miliar Rupiah), 2010-2016

Lapangan Usaha	PDRB Atas Dasar Harga Konstan 2010 menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	350350.60	343679.80	363098.10	375047.20	383258.30	392610.20	399848
Pertambangan dan Penggalan	0	0	0	0	0	0	0
Industri Pengolahan	73141741.20	76239790	79054131	83318954.70	88170652.40	93372731.80	95270091.60
Pengadaan Listrik dan Gas	642886.10	673507.70	720990.20	737653	797005.50	856712.10	861730.80
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	152212.60	156786.30	164601.70	169971.90	176098.10	181273.70	187094.90
Konstruksi	32234825.60	34723611.60	37375235.10	39880066	41920826.40	43938179	45005934.70
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	32914038.80	35416179.60	38054917.50	40398661.30	42896522	44322904.80	46987518.70
Transportasi dan Pergudangan	8637115.70	9233590.20	9855914.90	10252067.40	10745899.80	11353561.70	12108905
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	8951034.90	9545105.50	10180608.70	10797920	11378336	12058351.10	12840304.70
Informasi dan Komunikasi	3249850.20	3673998.20	4203635.20	4711309.40	5228010.10	5816562.60	6522713.90
Jasa Keuangan dan Asuransi	3099400.10	3204101.60	3450175.40	3712648.20	3855731.40	4317816	4739524.90
Real estate	11580008.80	12290146.20	13158611.40	13819356.70	14468780.80	15132135	15988867.80
Jasa Perusahaan	10602349.70	11387834	12175032.10	13212628.60	14303982.20	15369687.30	16743951.10
Administrasi Pemerintah, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	3436295.90	3785736.80	3813482.30	3636279.70	3665369.10	3795781.30	4012456.70
Jasa Pendidikan	6918456.20	7303207.50	7771162.50	8015851.90	8331054.90	8919884.90	9715401.60
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2282199.60	2472157.60	2674333.40	2833775.30	3036774.40	3277752.30	3559486.70
Jasa Lainnya	5228084.40	5900563.40	6385847.60	6871121.30	7449174.80	8104256.30	8875783.50
Produk Domestik Regional Bruto	203420850.4	216349996	229401776.9	242743312.5	256807476.30	271210200	283819614.80

Sumber : jakartakota.bps.go.id

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumbernya.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan tabel di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kondisi

- C** perekonomian di Indonesia memberikan peluang yang besar bagi jasa pendidikan yang di dalamnya termasuk jasa kursus musik karena adanya peningkatan pada sektor jasa pendidikan yang naik setiap tahunnya, walaupun kenaikan dari tahun 2012 hingga 2014 tidak begitu banyak namun kenaikan di tahun 2014 hingga 2016 memiliki kenaikan yg signifikan yaitu di tahun 2014 naik dari 3,44% ke 3,61% di tahun 2015 dan naik sampai 3,84% di tahun 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Sosial

Menurut Fred R. David (2012 - 127) “ Perubahan sosial, budaya, demografis, dan lingkungan memiliki dampak yang besar atas hampir semua produk, jasa, pasar, dan konsumen. Organisasi-organisasi kecil, besar, laba, dan nirlaba di semua industri dikejutkan dan ditantang oleh peluang dan ancaman yang muncul dari perubahan dalam variabel sosial, budaya, demografis, dan lingkungan”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.3

Jumlah Sekolah Menurut Tingkat Pendidikan dan Lembaga Kependidikan di Kelapa Gading Tahun 2016

Kelurahan	Jumlah Sekolah	Murid
Kelapa Gading Barat		
	10	3349
Negeri	2	788
Swasta	8	2561
Kelapa Gading Timur		
	12	2059
Negeri	6	1531
swasta	6	528
Pegangsaan dua		
	20	5787
Negeri	9	2149
swasta	11	3638

Keterangan

Kelapa Gading Barat	Swasta	Negeri
SMA	3	0
SMP	2	1
SD	2	1
TK	1	0
Kelapa Gading Timur		
	Swasta	Negeri
SMA	2	3
SMP	2	3
SD	1	0
TK	1	0
Pegangsaan dua		
	Swasta	Negeri
SMA	4	2
SMP	3	2
SD	3	3
TK	1	2

Sumber : jakartakota.bps.go.id

Banyaknya jumlah SD, SMP & SMA swasta di kelapa gading jika diakumulasikan mencapai 42 sekolah serta adanya 8 Lembaga pendidikan diluar sekolah juga menambahkan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pangsa pasar untuk *Chopin Music Course*, selain itu adanya lembaga pendidikan formal juga banyak yang bergerak di bidang musik di daerah kelapa gading

4. Teknologi

Menurut Fred R. David (2012 - 135) “ perubahan dan penemuan teknologi yang revolusioner memiliki dampak yang dramatis terhadap organisasi”.

Seiring dengan perkembangannya jaman, teknologi pun semakin berkembang, sehingga hal ini mengharuskan perusahaan-perusahaan untuk terus meningkatkan teknologi yang digunakan. Jika perusahaan tidak meningkatkan teknologi yang digunakan, maka akan mengakibatkan perusahaan itu akan kalah dengan pesaingnya yang sudah menggunakan teknologi yang lebih maju. Oleh karena itu *Chopin Music Course* memanfaatkan teknologi ini untuk proses pembelajaran, promosi dan sistem informasi melalui internet dan *website*. Internet yang dimaksud oleh penulis adalah penggunaan media-media sosial sebagai wadah untuk melakukan promosi *Chopin Music Course*, sedangkan *website* juga digunakan untuk saran promosi, pembelajaran dan sistem informasi.

5. Lingkungan

Kondisi lingkungan yang ada di sekitar *Chopin Music Course* menurut penulis sangatlah mendukung untuk perkembangan usaha kursus musik *Chopin Music Course*. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya sekolah-sekolah swasta yang berada di sekitar lingkungan *Chopin Music Course* yang merupakan target segmentasi pasar utama dari *Chopin Music Course*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institute of Business and Informatics Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Hukum/ *Legal*

© Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hukum yang mengatur dalam pendirian lembaga pendidikan non formal (kursus) di Indonesia sudah ada yaitu pada UU No 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Dalam pasal 62 ayat 1 dijelaskan setiap satuan pendidikan formal dan non-formal yang didirikan wajib memperoleh izin pemerintah atau pemerintah daerah. Adapun persyaratan dan prosedur izin permohonan lembaga pendidikan non-formal adalah sebagai berikut:

Jenis Izin Mohon : PERMOHONAN BARU

Kode Izin : -

Lama Proses : 9 hari

Persyaratan :

1. Mengisi formulir yang telah disediakan (termasuk Struktur Program & Surat Pernyataan)
2. Fotocopy Izin Gangguan (HO)
3. Fotokopi bukti kepemilikan/penguasaan tempat penyelenggaraan kursus (berupa sertifikat hak milik-hak pakai-hak guna bangunan / IMBB / Surat perjanjian sewa menyewa-kontrak)
4. Fotokopi keterangan yang syah tentang status lembaga pendidikan dan atau akreditasi yang ditetapkan departemen pendidikan / departemen lain yang berwenang (untuk Lembaga Pendidikan Sekolah/Perguruan Tinggi)
5. Fotokopi KTP Penanggung jawab PNF yang masih berlaku
6. Fotokopi akte pendirian beserta seluruh akte perubahannya (untuk badan usaha)
7. Daftar Sarana & Prasarana yang dimiliki sesuai program kurusu yang diselenggarakan
8. Daftar susunan pengelola dan tenaga pendidik baik tetap maupun tidak tetap
9. Program / Kurikulum / Silabus
10. Daftar Riwayat hidup penanggung jawab PNF
11. Struktur Organisasi (untuk Badan Usaha). Berisi kedudukan pemilik, penanggung jawab lembag, penanggung jawab program pelatihan/pengelola, tenaga kepelatihan/pendidik
12. Fotokopi ijazah pengajar
13. Contoh sertifikat kelulusan yang dikeluarkan lembaga
14. Foto penanggung jawab LPK : berwarna 4 x 6 (2 lembar)

(sumber: Izin Pendirian Lembaga Pendidikan Non Formal, 2011)



Dengan melihat persyaratan dalam mendirikan lembaga pendidikan non-formal atau kursus seperti di atas, maka penulis berpendapat bahwa faktor hukum di Indonesia terhadap pendirian usaha kursus dapat menjadi peluang untuk *Chopin Music Course*

D. Analisis Lingkungan Persaingan Industri

Selama menjalani usaha bisnis tentu saja tidak akan pernah terelakan dari sebuah persaingan. Persaingan akan selalu ada di usaha dan industri manapun sehingga perusahaan harus selalu siap dengan adanya persaingan dan selalu mempersiapkan strategi – strategi dan taktik – taktik untuk menghadapinya.

Dalam mempersiapkan strategi dan taktik tersebut, perusahaan perlu mengidentifikasi kekuatan setiap pesaing yang akan menimbulkan masalah bagi proses bisnis tersebut. Untuk mengidentifikasi persaingan tersebut dapat digunakan *Porter's five forces* model.

Menurut Fred R. David (2012 - 145) model lima kekuatan Porter (*Porter's Five Forces Model*) tentang analisis kompetitif, adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Intensitas persaingan antarperusahaan sangat beragam dari satu industri ke industri lain.

Berikut akan penulis sajikan Tabel mengenai model lima kekuatan dari kompetisi, yaitu:



Gambar 3.1

Model Lima Kekuatan Dari kompetisi



Sumber : Fred R. David (2012:146)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Potensi masuknya pesaing baru

Bila perusahaan baru dapat dengan mudah masuk ke suatu industri tertentu, maka intensitas persaingan antarperusahaan akan meningkat. Hambatan bagi masuknya perusahaan baru dapat mencakup kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara cepat, kebutuhan untuk menguasai teknologi dan trik-trik praktis, kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, preferensi merek yang kuat, persyaratan modal yang besar, kurangnya saluran distribusi yang memadai, kebijakan regulatif pemerintah, kurangnya akses ke bahan mentah, kepemilikan paten, lokasi yang kurang menguntungkan, serangan balik dari perusahaan yang diam-diam berkubu, dan potensi penyaringan pasar.

Menurut penulis memasuki pasar baru dalam bidang kursus musik tidaklah sulit karena jika dilihat dari sisi modal yang digunakan kurang lebih sudah sama



dengan kursus musik lainnya dan dalam peraturan pemerintah tidak ada peraturan

C yang akan menyulitkan bidang kursus musik, sehingga ini memberikan

kemudahan untuk *Chopin Music Course*

2. Daya tawar konsumen

Daya tawar konsumen akan menguat apabila tersedia berbagai alternatif produk / jasa untuk konsumen atau adanya pesaing yang memiliki kualitas yang lebih baik dengan harga yang lebih rendah pada produk / jasa yang sama. Daya tawar konsumen pada bisnis kursus musik ini tinggi, karena sudah banyak kursus musik yang lebih berpengalaman lama pada industri ini, sehingga jika ada konsumen yang tidak tertarik dengan *Chopin Music Course*, maka konsumen akan memilih tempat kursus lain, dan ini akan menjadi ancaman untuk *Chopin Music Course*

3. Ancaman produk/jasa pengganti

Di banyak industri, perusahaan akan bersaing dengan produsen produk/jasa pengganti di industri lainnya. Tekanan dari persaingan meningkat jika harga relatif produk atau jasa pengganti tersebut turun dan biaya peralihan konsumen juga menurun. Dalam hal ini, ancaman jasa pengganti untuk kursus musik rendah. Ancamannya dapat berupa berkembangnya kemajuan teknologi seperti adanya postingan tutorial video yang mengajari Musik secara Otodidak namun hal ini jarang dilakukan dan kebanyakan postingan tutorial video tersebut lebih banyak digunakan untuk mempromosika jasa pengajaran.

4. Daya tawar pemasok

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan di suatu industri khususnya ketika terdapat pemasok dalam jumlah besar atau ketika terdapat sedikit alternatif bahan baku yang bagus, atau ketika biaya peralihan ke bahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



baku lain relatif tinggi. Dalam industri kursus musik ini, daya tawar pemasoknya

rendah karena sudah banyak pemasok-pemasok baik yang memiliki toko fisik ataupun tidak yang menawarkan atau menjual alat-alat musik seperti gitar, piano, biola, cello dan drum. Dalam hal ini akan menjadi peluang bagus untuk *Chopin Music Course*.

5. Pesaing sejenis dalam industri

Persaingan antarperusahaan saingan biasanya merupakan yang paling hebat dari lima kekuatan kompetitif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasikan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan dalam strategi oleh satu perusahaan bisa jadi ditanggapi dengan langkah balasan, seperti penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, perpanjangan garansi, dan pengintensifan iklan.

Persaingan pada industri kursus musik yang ada sangat tinggi. Banyaknya pesaing dengan jenis usaha yang sama akan menjadi suatu ancaman bersifat jangka panjang bagi *Chopin Music Course* dan pemilik akan memikirkan strategi dan inovasi-inovasi untuk mengatasi persaingan dengan jenis usaha yang sama.

E. Analisis Posisi dalam Persaingan

Analisis posisi bisnis dapat digunakan untuk mencermati risiko bisnis yang akan dihadapi oleh perusahaan.

Dalam memasuki persaingan, terdapat empat klasifikasi posisi bisnis menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2014 - 562) yaitu, *market leader*, *market challenger*, *market follower*, dan *market nicher*

1. Market Leader

The firm with the largest market share.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. *Market Challenger*

Runner-up firm that are fighting hard to increase their market share.

3. *Market Follower*

Other runner-up firm that want to hold their share without rocking the boat.

4. *Market Nicher*

Firms that serve small segments not being pursued by other firms.

Berdasarkan penjelasan tersebut, *Chopin Music Course* termasuk dalam kategori *market challenger*/penantang karena *Chopin Music Course* adalah perusahaan baru yang belum memiliki pangsa pasar, tetapi akan berusaha untuk mendapatkan pangsa pasar.

F. Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses

Menurut Fred R. David (2012 - 160) “Matrix profil kompetitif mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sampel.

Berikut ini adalah perbandingan *critical success factors Chopin Music Course* dengan *Yamaha Music School* dan *Jaya Suparna School Of Performing Arts*.



Tabel 3.4

Tabel Perbandingan *Chopin Music Course* dan 2 Pesaing Utamanya

Faktor Penentu Keberhasilan	<i>Chopin Music Course</i>	<i>Yamaha Music School</i>	<i>Jaya Suparna School Of Performing Arts</i>
Promosi	Brosur, Website dan media online lainnya	Brosur, Website dan media online lainnya	Brosur, Website dan media online lainnya
Kualitas Pelayanan	Baik	Baik	Baik
Persaingan Harga	60 Menit : Rp. 180.000 - Rp. 350.000	30 Menit : Rp. 385.000 - Rp. 500.000	30 Menit : Rp. 325.000 - Rp. 600.000
Loyalitas Pelanggan	Kurang Baik	Baik	Baik
Kualitas Pengajar	Minimal <i>Grade</i> 4	Minimal <i>Grade</i> 5	Minimal <i>Grade</i> 5

Sumber : *Chopin Music Course*

Tabel 3.5

Competitive Profile Matrix Chopin Music Course

Faktor Penentu Keberhasilan	Bobot	Rencana <i>Chopin Music Course</i>		<i>Yamaha Music School</i>		<i>Jaya Suparna School Of Performing Arts</i>	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Promosi	0.1	4	0.40	3	0.30	3	0.30
Kualitas Pelayanan	0.21	4	0.84	3	0.63	3	0.63
Persaingan Harga	0.23	4	0.92	2	0.46	2	0.46
Loyalitas Pelanggan	0.05	1	0.05	3	0.15	3	0.15
Kualitas Pengajar	0.40	2	0.80	4	1.60	3	1.20
Total	1		3.01		3.14		2.74

Sumber : *Chopin Music Course*

- Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor yang paling penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan, jika ada bobot yang sama berarti dianggap sama pentingnya.
- Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah 1,00.
- Dalam pemberian peringkat, 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan utama.
- Skor adalah hasil perkalian dari bobot dan peringkat.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Dalam analisis CPM di atas, penulis melakukan pendataan dengan menggunakan kuesioner kepada 50 responden secara acak (dapat dilihat pada lampiran). Dari data kuesioner yang penulis dapatkan, maka penulis dapat menyimpulkan:

1 Menurut tanggapan dari 50 responden dalam menentukan faktor kunci keberhasilan dari sebuah kursus musik, maka sebanyak 40% responden memilih kualitas pengajar yang paling penting. Kemudian 22% responden memilih persaingan harga, 21% responden memilih kualitas pelayanan, 5% responden memilih Loyalitas Pelanggan, dan 10% responden memilih promosi.

2 Menurut tanggapan dari 50 responden tentang promosi yang dilakukan oleh *Yamaha Music School* dan *Jaya Suparna School Of Performing Arts*, maka 55% responden menjawab promosi yang dilakukan oleh *Yamaha Music School* baik dan 4% responden menjawab promosi yang dilakukan oleh *Jaya Suparna School Of Performing Arts* baik.

3 Menurut tanggapan dari 50 responden tentang kualitas pelayanan yang dilakukan oleh *Yamaha Music School* dan *Jaya Suparna School Of Performing Arts*, maka 46% responden menjawab kualitas pelayanan *Yamaha Music School* baik, dan 48% responden menjawab kualitas pelayanan *Jaya Suparna School Of Performing Arts* baik.

4 Menurut tanggapan dari 50 responden tentang harga yang ditawarkan oleh *Yamaha Music School* dan *Jaya Suparna School Of Performing Arts*, maka 40% responden menjawab harga yang ditawarkan oleh *Yamaha Music School* mahal, dan 47% responden menjawab harga yang ditawarkan oleh *Jaya Suparna School Of Performing Arts* mahal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Menurut tanggapan dari 50 responden tentang Loyalitas Pelanggan yang digunakan oleh *Yamaha Music School* dan *Jaya Suparna School Of Performing Arts*, maka 44% responden menjawab Loyalitas Pelanggan yang digunakan oleh *Yamaha Music School* baik, dan 48% responden menjawab Loyalitas Pelanggan yang digunakan oleh *Jaya Suparna School Of Performing Arts* baik.

6. Menurut tanggapan dari 50 responden tentang kualitas tenaga pengajar yang ada di *Yamaha Music School* dan *Jaya Suparna School Of Performing Arts*, maka 64% responden menjawab tenaga pengajar yang ada di *Yamaha Music School* sangat baik, dan 48% responden menjawab tenaga pengajar yang ada di *Jaya Suparna School Of Performing Arts* baik.

7. Penulis memberi nilai 4 pada promosi karena Rencana *Chopin Music Course* adalah menggunakan media banner iklan papan yang akan diletakan di beberapa titik strategis di jalan Boulevard barat Kelapa gading yang akan menjadi daya tarik besar untuk mendapatkan costumer baru, serta memberikan diskon untuk mendapatkan 50% harga untuk 5 bulan kepada sejumlah murid dan *Chopin Music Course* akan memperkuat promosi dalam bidang lainnya. Promosi yang akan dilakukan yaitu menggunakan media *online* disertai dengan brosur, *banner*, dan *website*.

8. Penulis memberi nilai 4 pada kualitas pelayanan karena *Chopin Music Course* adalah usaha di bidang jasa yang baru saja dibuka namun dapat memberikan kualitas pelayanan yang sama dengan para kompetitor, karena pelayanan adalah faktor penting yang harus diperhatikan. Untuk dapat bersaing dengan para pesaing yang sudah berpengalaman dalam industri ini, maka *Chopin Music Course* harus memiliki kualitas pelayanan yang baik. Pelayanan ini dapat berupa respon yang cepat terhadap saran dan kritik dari konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



9. Penulis memberi nilai 4 pada persaingan harga karena penulis yakin bahwa *Chopin Music Course* menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan para pesaingnya.

10. Penulis memberikan nilai 3 pada Loyalitas Pelanggan yang digunakan oleh *Chopin Music Course*. Alat musik dengan kualitas yang baik akan menambah nilai bersaing untuk perusahaan dan konsumen akan mencari kursus musik yang menggunakan alat musik dengan kualitas yang baik.

11. Penulis memberikan nilai 2 pada kualitas tenaga pengajar karena tenaga pengajar di *Chopin Music Course* memiliki kemampuan musik minimal *grade 4* masih kalah dibandingkan dengan pesaing yang memiliki tenaga pengajar minimal *grade 5*

Melihat analisis di atas, dapat dilihat perbandingan antara *Chopin Music Course* dengan kedua pesaing lainnya, yaitu *Yamaha Music School* dan *Jaya Suparna School Of Performing Arts*. Kedua pesaing tersebut sudah sangat berpengalaman dan telah mendapatkan kepercayaan masyarakat sebagai kursus musik yang baik. Oleh karena itu, sebagai kursus musik yang baru, maka *Chopin Music Course* harus memperkuat lima *critical success factors* tersebut agar secara perlahan dapat mengimbangi kekuatan kedua pesaing tersebut dengan mendapatkan kepercayaan masyarakat sebagai kursus musik yang memiliki kualitas tinggi.

G. Analisis SWOT

Menurut Philip Kotler & Keller (2016 - 71) “ The overall evaluation of a company’s strengths, weakness, opportunities, and threats is called SWOT analysis. It’s a way of monitoring the external and internal marketing environment” Dengan melakukan analisis SWOT dapat diketahui faktor internal maupun eksternal yang akan mempengaruhi perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.



Berikut penulis sajikan data analisis SWOT *Chopin Music Course*:

1. *Strenghts*

- a. penawaran harga yang lebih murah dibandingkan pesaing.
- b. Tenaga pengajar yang berkualitas serta memiliki sikap yang baik.
- c. Promosi secara agresif agar menumbuhkan minat konsumen untuk mengetahui lebih lanjut tentang *Chopin Music Course*.

2. *Weakness*

- a. Loyalitas konsumen belum ada karena baru berdiri.
- b. Terbatasnya jumlah tenaga pengajar yang profesional.

3. *Opportunities*

- a. Belajar musik dapat membantu perkembangan otak anak sehingga membuat anak menjadi lebih cerdas.
- b. Minat masyarakat terhadap musik semakin meningkat.
- c. Pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang dan canggih.

4. *Threats*

- a. Daya beli masyarakat yang menurun akibat dari krisis ekonomi dan PHK.
- b. Sudah ada sekolah atau kursus musik yang memiliki nama dan kepercayaan masyarakat, sehingga dibutuhkan usaha lebih bagi kursus musik baru untuk mendapatkan kepercayaan sebagai kursus musik yang berkualitas.
- c. Kemudahan bagi pendatang baru untuk memasuki pasar.
- d. Tingginya *bargaining power of consumer* sehingga jika mereka tidak puas dengan satu kursus musik, mereka dapat dengan mudah pindah ke tempat kursus musik yang lain.

Berikut adalah matriks analisis SWOT :

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.6
Chopin Music Course
Matriks SWOT

<p>Strengths</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga lebih murah dibanding pesaing 2. Pelayanan yang lebih efisien dengan menggunakan metode yang diajarkan oleh Shinichi Suzuki 3. Promosi yang menggunakan banner di sepanjang jalan boulevard Kelapa Gading yang dapat menarik minat karena bersifat <i>eye catching</i> 	<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Loyalitas konsumen belum ada 2. Terbatasnya tenaga pengajar yang profesional.
<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Musik baik untuk perkembangan otak anak. 2. Minat masyarakat yang meningkat pada musik. 3. Pemanfaatan teknologi 	<p>SO Strategis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan media sosial dan <i>website</i> untuk promosi secara <i>soft selling</i> (S2,S3,O1,O2,O3) 2. Memasang Banner di sepanjang jalan boulevard Kelapa Gading untuk dapat menimbulkan nilai value <i>Chopin Music Course</i> (S1,S3,,O2)
<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya beli masyarakat menurun 2. Persaingan ketat 3. <i>Bargaining Power Of Consumer</i> tinggi 4. Pendaatang baru mudah masuk 	<p>ST Strategis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan sistem pembayaran secara angsuran (bulanan) (S1, T1,T2,T3) 2. Mengembangkan sistem pembelajaran baru (T2,T4)
<p>WO Strategis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat official website agar dapat dikenal (W1,W2, O3) 2. Mengembangkan profesionalisme tenaga pengajar dengan cara merekrut pengajar dar kursus music lainnya (O2) 	<p>WT Strategis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi-promosi menarik dan agresif (W1, W2, T1,T2,T3)

Sumber : *Chopin Music Course*

SO Strategis:



1. Menggunakan media promosi yang berupa media sosial serta website untuk mencapai minat masyarakat yang tinggi terhadap musik. Di dalam promosi selain mempromosikan

Chopin Music Course, juga memberikan edukasi- edukasi tentang kegunaan musik bagi perkembangan otak anak.

2. Melakukan kegiatan *advertising* serta promosi dengan cara membagikan brosur-brosur ke sekolah-sekolah yang letaknya dekat dengan lokasi *Chopin Music Course*. Hal ini bertujuan agar dapat terjalin komunikasi dengan calon konsumen.

3. Menggunakan Standard yang berbeda daripada Kursus musik lainnya untuk dapat mempermudah konsumen memahami pengajaran melalui penggunaan metode yang telah diterapkan oleh komponis Jepang Terkenal bpk. Shinichi Suzuki

SW Strategis:

1. Menerapkan sistem pembayaran secara angsuran karena daya beli masyarakat yang mulai menurun. Dengan adanya sistem pembayaran secara angsuran, maka akan mempermudah konsumen untuk melunasi pembayaran serta akan menarik minat calon konsumen baru yang ingin belajar di *Chopin Music Course* tetapi dengan keadaan ekonomi yang sedang menurun.

2. Untuk dapat bersaing dengan pesaing yang sudah lama berada di industri kursus musik dan untuk bersaing dengan pendatang baru, maka dibutuhkan suatu yang berbeda dari *Chopin Music Course* dengan para pesaing. *Chopin Music Course* akan menambahkan sistem pembelajaran dengan menggunakan video sehingga para murid dapat belajar secara online. Hal ini akan membantu para murid untuk dapat menguasai materi lebih cepat karena mereka dapat belajar di rumah masing-masing atau ditempat lain tanpa harus menunggu waktu untuk belajar ditempat kursus musik.

WO Strategis:

1. *Chopin Music Course* merupakan perusahaan baru yang sudah pasti belum dikenal oleh masyarakat dan belum memiliki loyalitas konsumen. Oleh karena itu, *Chopin Music Course*



akan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk membuat *official website* agar masyarakat dapat mengetahui akan eksistensi dari *Chopin Music Course* selain itu *Chopin Music Course* juga melakukan promosi. Dengan adanya *official website*, maka masyarakat dapat mengetahui kapan *Chopin Music Course* didirikan dan visi serta misi dari *Chopin Music Course*.

2. Melakukan pengembangan profesionalisme tenaga pengajar yang ada di *Chopin Music Course* dengan mengikutsertakan para tenaga pengajar ke seminar-seminar musik atau bahkan jika dirasakan perlu dapat memberikan pelatihan tambahan kepada para tenaga pengajar sesuai dengan profesinya. Hal ini bertujuan untuk tetap menjaga kualitas tenaga pengajar yang ada di *Chopin Music Course*.

WT Strategis:

1. Melakukan kegiatan-kegiatan promosi yang menarik dan secara agresif. Promosi yang menarik ini dapat berupa diskon pada awal pembukaan kursus musik (*grand opening*), meniadakan pembayaran uang pangkal pada tahun pertama berdirinya *Chopin Music Course*. Promosi tidak hanya berhenti pada awal pembukaan saja, tetapi promosi dilakukan secara agresif yang berarti tetap melakukan kegiatan promosi ketika usaha sudah berjalan. Promosi yang dapat dilakukan ketika usaha sudah berjalan seperti pemotongan uang kursus pada bulan itu apabila dapat membawa murid baru untuk mendaftar di *Chopin Music Course* pada bulan itu.

Ha Cipta Diliindungi Undang-undang
Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa pencahayaan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Ha Cipta Diliindungi Undang-undang
Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa pencahayaan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.