



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie).
Dilindungi Undang-Undang

1. Konsep Bisnis

Jolly House adalah bisnis yang bergerak di bidang pendidikan non-formal untuk pelajar taman kanak-kanak dan sekolah dasar. Konsep bisnis *Jolly House* ialah menawarkan jasa bimbingan belajar dengan metode yang menyenangkan serta penerapan harga secara kompetitif dibandingkan para pesaing. Bimbingan pelajaran yang diberikan berfokus pada penguasaan bahasa asing serta pelajaran dasar di sekolah.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari tempat bimbingan belajar *Jolly House* adalah “Menjadi penyedia jasa bimbingan belajar berkredibilitas tinggi dan terkemuka di Indonesia, dengan metode pembelajaran yang menyenangkan dan efektif.”

Misi dari tempat bimbingan belajar *Jolly House* ialah sebagai berikut.

- a. Mempertahankan kualitas jasa bimbingan belajar yang diberikan.
- b. Menjaga kepercayaan dan membangun hubungan baik dengan konsumen.
- c. Mengembangkan metode pembelajaran yang unik dan menyenangkan.

3. Jasa

Jolly House menyediakan jasa bimbingan belajar yang berfokus pada penguasaan bahasa asing yaitu Bahasa Inggris dan Bahasa Mandarin; serta pelajaran dasar di sekolah seperti Matematika, Ilmu Pengetahuan Alam, dan sebagainya. Peserta didik akan didampingi dalam menyelesaikan pekerjaan rumah dan mempersiapkan materi untuk ujian di sekolah.

4. Persaingan

Beberapa kompetitor utama bagi *Jolly House* di daerah Pademangan dan sekitarnya antara lain adalah *Gracia English Course*, *Hua You Mandarin Course*, dan Rumah Belajar.



Usaha bimbingan belajar *Jolly House* menyatukan seluruh jasa yang ditawarkan dari ketiga kompetitor di atas, yaitu bahasa Inggris, bahasa Mandarin, dan pelajaran dasar. Kekurangan mereka juga dimanfaatkan dan diperbaiki sebagai peluang untuk memperluas pangsa pasar.

5. Target dan Ukuran Pasar

Target tempat bimbingan belajar *Jolly House* ialah anak-anak pelajar taman kanak-kanak dan sekolah dasar dengan kisaran usia lima hingga dua belas tahun, yang berdomisili di Pademangan dan daerah sekitarnya (Ancol, Sunter, Kemayoran, Gunung Sahari, dan lainnya). Pangsa pasar *Jolly House* juga dapat berasal dari wilayah lain, tidak terbatas pada wilayah Pademangan di Jakarta Utara. Berdasarkan seluruh data yang ditampilkan, dapat disimpulkan bahwa masih terbuka peluang untuk mendirikan usaha bimbingan belajar.

6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh tempat bimbingan belajar *Jolly House* ialah *word of mouth*, kunjungan atau presentasi di sekolah, brosur, *leaflet*, *business card*, spanduk, *souvenir*, *free trial*, serta penggunaan jejaring media sosial seperti Facebook dan Instagram. Evaluasi terhadap metode pemasaran akan dilakukan secara berkala untuk mengetahui sejauh mana efektivitas dari media promosi yang digunakan.

7. Kelayakan Keuangan

Dari berbagai analisis kelayakan usaha yang telah dilakukan oleh *Jolly House*, diperoleh hasil sebagai berikut. Pada analisis *Break Even Point*, nilai pendapatan jasa lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Untuk *Net Present Value*, didapat sebesar Rp 198.012.323,00. Nilai *Interest Rate of Return* didapat sebesar 42.96%. *Payback Period* selama 2 tahun 7 bulan 2 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan tersebut adalah usaha bimbingan belajar *Jolly House* layak untuk dijalankan.