



BAB II

ANALISIS INDUSTRI



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

A. Gambaran Masa Depan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Jazzlin Piano Course adalah sebuah kursus piano yang berfokus pada pengajaran dan pelatihan piano secara privat. Konsep bisnis yang ditawarkan oleh Jazzlin Piano Course ini adalah menjadi tempat kursus piano yang tidak melulu melatih murid-murid secara monoton, yaitu dengan diberikan genre lagu yang sama terus menerus. Jazzlin Piano Course akan hadir dengan konsep yang *fresh*, yang memenuhi kebutuhan dan keinginan para murid, yaitu dengan tetap mendidik mereka dengan lagu-lagu klasik karena klasik adalah dasar yang kuat dan penting, sekaligus memberikan mereka *refreshment* melalui lagu-lagu modern yang ditulis dalam notasi not balok dengan aransemen yang bagus, serta not angka. Pemberian lagu yang tidak melulu sama ini akan menjadi sesuatu yang menyenangkan bagi para murid karena mereka akan terbebas dari kejenuhan. Selain itu, Jazzlin Piano Course juga menerima pelatihan murid-murid ABK untuk menjawab kebutuhan terapi musik bagi para penderita autisme dan *down syndrome*.

Jazzlin Piano Course akan memberikan fleksibilitas bagi para murid untuk mengikuti ujian musik (tidak dipaksakan). Pemilik berencana akan menjalin kerjasama dengan *Associated Board Royal School of Music (ABRSM)* untuk ujian musik.

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.



Visi dari Jazzlin Piano Course adalah memberikan pengajaran dan pelatihan

© secara berkualitas dan menyenangkan. Sementara itu misinya adalah :

1. Memberikan variasi genre lagu bagi para murid, mulai dari klasik, pop, jazz, blues, dan sebagainya.
2. Memberikan pengajaran dan pelatihan musik terbaik bagi para murid melalui guru-guru yang memiliki kualitas *skill* dan *attitude* yang baik.
3. Membina hubungan baik dengan para murid dan orang tua murid melalui komunikasi rutin, baik secara langsung maupun tidak langsung.

B. Analisis Pesaing

Dalam menganalisis pesaing, penulis menggunakan beberapa metode, antara

lain : *Competitive Profile Matrix (CPM), Porter's Five Forces, dan PESTLE Analysis.*

1. PESTLE Analysis

Menurut Fred R. David (2013 : 93), dalam menganalisis lingkungan eksternal, ada lima kategori utama, yaitu faktor ekonomi; sosial, budaya, demografi, lingkungan alam; politik, pemerintah, hukum; teknologi; dan faktor kompetitif. Perubahan lingkungan eksternal merupakan perubahan permintaan konsumen industri maupun barang dan jasa. Faktor eksternal memengaruhi tipe-tipe produk yang dikembangkan; strategi *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*; tipe jasa yang ditawarkan, dan keputusan bisnis. Mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang dan ancaman dapat membantu organisasi untuk mengembangkan misi, mendesain strategi untuk mencapai tujuan jangka panjang, serta mengembangkan kebijakan-kebijakan untuk mencapai tujuan jangka panjang (*annual objectives*).

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Politik

Menurut Fred R. David (2013 : 98), faktor politik pemerintahan dapat membantu perusahaan besar maupun kecil dalam menganalisis peluang dan ancaman yang terjadi di lingkungan luar.

Keadaan politik di Indonesia cukup stabil sehingga dapat mendukung jalannya bisnis kursus piano ini. Tidak ada kerusuhan dan tidak ada perang saudara, serta tidak ada larangan-larangan tertentu terhadap industri musik. Oleh karena itu, dapat dipastikan keadaan politik Indonesia kondusif untuk bisnis kursus piano privat ini.

b. Ekonomi

Menurut Jeff Madura (2007 : 30), kondisi ekonomi memiliki dampak yang kuat terhadap kinerja dari setiap bisnis. 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. Perusahaan yang menghasilkan produk dan jasa ini sangat terpukul

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.

karena tidak bisa menjual seluruh produk dan jasa yang dihasilkannya.

Masyarakat Kelapa Gading sebagian besar adalah masyarakat kelas menengah ke atas, di mana pendapatan mereka sebagian besar tinggi. Pendapatan yang tinggi ini menjadikan daya beli mereka juga tinggi. Hal ini membuat masyarakat Kelapa Gading tidak akan kesusahan ataupun keberatan untuk membayar kursus piano bagi diri mereka ataupun anak-anak mereka, sehingga dapat disimpulkan bahwa keadaan ekonomi di Kelapa Gading mendukung berjalannya usaha kursus piano.

Berikut ini adalah data pendapatan masyarakat Jakarta Utara (termasuk Kelapa Gading) :

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

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



Tabel 2.1
Pendapatan Masyarakat Jakarta Utara

Tabel 11.6
Agregat Pendapatan dan Pendapatan Perkapita atas Dasar Harga Berlaku dan Harga Konstan 2000, 2008-2012
Aggregates and per Capita Income at Current and Constant 2000 Market Prices, 2008-2012

No.	Rincian / Items	2008	2009	2010	2011	2012*)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
ATAS DASAR HARGA BERLAKU						
At Current Market Prices						
1	Produk Domestik Regional Bruto Gross Regional Domestic Product (Juta Rupiah/Million Rupiahs)	128.783.336	141.396.171	161.255.674	184.295.234	207.492.654
2	Produk Domestik Regional Bruto Perkapita Per Capita Gross Regional Domestic Product (Rupiah/Rupiahs)	80.416.708	87.042.864	97.988.510	110.587.403	122.994.980
ATAS DASAR HARGA KONSTAN						
At Constant 2000 Market Prices						
1	Produk Domestik Regional Bruto Gross Regional Domestic Product (Juta Rupiah/Million Rupiahs)	66.535.641	69.218.053	73.383.111	78.046.749	82.737.934
2	Produk Domestik Regional Bruto Perkapita Per Capita Gross Regional Domestic Product (Rupiah/Rupiahs)	41.547.124	42.610.331	44.591.930	46.832.396	49.044.389
Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun Mid Year Population (Ribu Orang/Thousand People)		1.601,45	1.624,44	1.645,66	1.666,51	1.687,00

*) Angka Sementara / Preliminary Figures

Sumber / Source : BPS Kota Administrasi Jakarta Utara / BPS-Statistics Jakarta Utara Municipality

c. Sosial dan Budaya

Menurut Jeff Madura (2007 : 29), lingkungan sosial yang meliputi demografi dan preferensi pelanggan, mencerminkan tendensi sosial terhadap mana suatu bisnis terekspos. Demografis, atau karakteristik populasi, berubah sejalan dengan waktu. Ketika proporsi anak-anak, remaja, pelanggan usia menengah, dan warga usia lanjut dalam suatu populasi berubah, maka permintaan akan produk perusahaan juga akan berubah. Dengan demikian, permintaan akan produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu bisnis

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

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

tertentu dapat meningkat atau menurun sebagai respons terhadap perubahan dalam demografis.

Perubahan preferensi pelanggan sejalan dengan waktu juga memengaruhi permintaan akan produk yang dihasilkan. Banyak bisnis memantau secara ketat perubahan dalam preferensi pelanggan sehingga mereka dapat mengakomodasikan perubahan kebutuhan dari pelanggan dan sebagai akibatnya meningkatkan profitabilitas mereka.

Keuntungan dari berbisnis musik adalah musik tidak mengenal umur. Seluruh masyarakat dari berbagai usia dapat mempelajari musik, meskipun daya tangkapnya akan berbeda (orang berusia muda akan lebih mudah menyerap pelajaran musik daripada orang yang sudah berumur). Namun demikian, hanya sedikit orang berusia tua yang mau mempelajari musik dengan alasan sudah terlalu tua, sehingga yang sering dijumpai di tempat kursus musik kebanyakan adalah orang-orang muda, terutama anak-anak dan remaja.

Berikut ini adalah data kependudukan di Jakarta Utara, khususnya Kelapa Gading :

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

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

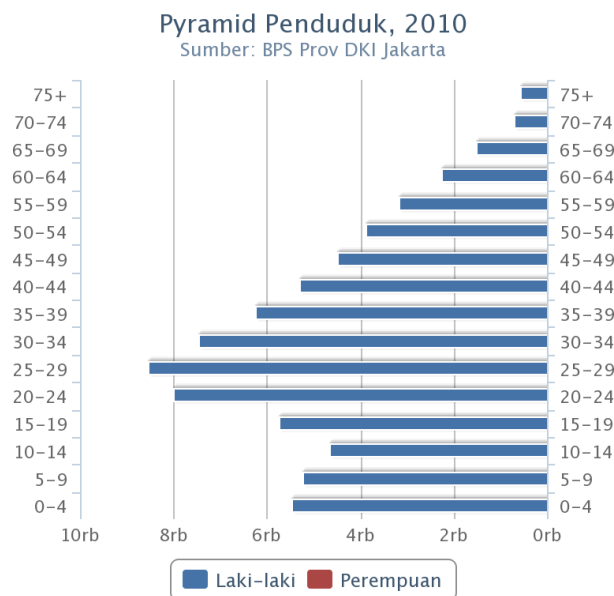


Tabel 2.2
Hasil Sensus Penduduk Jakarta Utara Tahun 2010

Nama Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Total	Sex Rasio
PENJARINGAN	153.023	153.433	306.456	99.73
PADEMANGAN	77.046	72.763	149.809	105.89
TANJUNG PRIOK	189.744	185.532	375.276	102.27
KOTA	146.628	141.463	288.091	103.65
KELAPA GADING	73.051	81.641	154.692	89.48
CILINCING	184.988	186.347	371.335	99.27
TOTAL JAKARTA UTARA	824.480	821.179	1.645.659	100.4

Sumber : www.bps.go.id (diakses 13 Mei 2014)

Grafik 2.1
Piramida Penduduk Laki-laki di Kelapa Gading

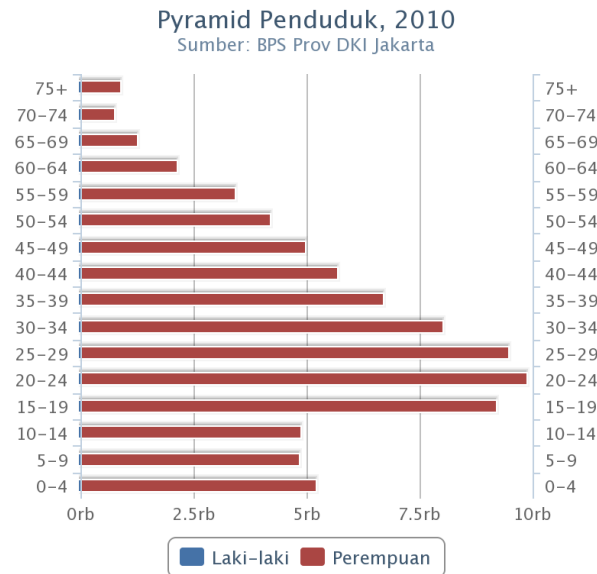


Sumber : www.bps.go.id (diakses 13 Mei 2014)

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.



Grafik 2.2
Piramida Penduduk Perempuan di Kelapa Gading



Sumber : www.bps.go.id (diakses 13 Mei 2014)

Melihat data di atas, mayoritas penduduk Kelapa Gading adalah penduduk berusia muda. Fakta ini tentunya mendukung bisnis kursus piano karena pada umumnya, anak-anak, remaja, dan orang mudalah yang sering mengikuti kursus piano. Selain itu, banyaknya orang tua muda yang mayoritas memiliki pemikiran bahwa musik itu penting juga mendukung jalannya bisnis kursus piano ini.

Sementara itu, ditilik dari preferensi pelanggan, tren belajar musik di Kelapa Gading selalu ada dan terus meningkat. Hampir semua anak-anak di Kelapa Gading dikursuskan musik oleh orang tua mereka. Bisa bermain musik merupakan hal yang wajib bagi anak-anak zaman sekarang. Kebanyakan orang tua memiliki perencanaan untuk anak-anaknya, terutama dalam hal pendidikan,

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

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



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.

salah satunya pendidikan musik. Para orang tua menginginkan yang terbaik untuk anak-anaknya dan mengharapkan mereka memiliki *skill* lain selain *skill* yang didapat dari sekolah.

Di samping itu, masyarakat sendiri memiliki pandangan yang positif terhadap musik dan musik sendiri, terutama piano, memiliki *image high class* di mata mereka. Hal ini akan membuat dorongan untuk belajar musik menjadi semakin besar dan tentu saja sangat mendukung berjalannya bisnis kursus piano.

d. Teknologi

Teknologi terus mengalami perkembangan dalam beberapa waktu belakangan ini. Hal yang paling dirasakan adalah pentingnya penggunaan internet dalam memasarkan bisnis kursus musik yang dimiliki. *Official web* telah dimiliki oleh sekolah-kursus musik, seperti Yamaha Music School, Cantata Music School, dan Jaya Suprana Music School. *Official web* ini membuat sebuah kursus musik terlihat profesional dan terpercaya di mata masyarakat, sehingga nanti Jazzlin Piano Course juga akan memiliki web resmi sendiri yang direncanakan akan diwujudkan pada tahun ketiga.

Selain memanfaatkan web, Jazzlin Piano Course juga berencana menjalin komunikasi dengan orang tua lewat *e-mail*. *E-mail* tersebut akan memaparkan *progress* belajar para murid selama satu bulan dan akan dikirimkan setiap akhir bulan. *E-mail* ini bertujuan untuk menjalin komunikasi dengan para orang tua murid dan agar mereka tahu bahwa anak-anak mereka diperhatikan



© 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.

dengan baik selama proses belajar mengajar. Pengiriman laporan belajar murid via *e-mail* ini diharapkan dapat memberikan sesuatu yang baru terhadap orang tua di dalam memantau *progress* belajar anak-anaknya. Pemanfaatan teknologi ini juga diharapkan dapat mempertahankan *customer loyalty*, karena melalui pengiriman *e-mail* ini, pihak kursus musik telah membina komunikasi dengan orang tua murid.

Selain *official web* dan *e-mail*, Jazzlin Piano Course juga akan menggunakan CCTV pada tahun ketiga untuk mengontrol kinerja guru dan murid yang ruangnya akan berada di lantai tiga, serta untuk mengontrol keadaan rumah yang akan dimasuki oleh orang lain (murid dan orang tua murid). CCTV juga akan dioperasikan saat tempat kursus berpindah ke ruko.

e. Legal

Pemerintah memegang peranan yang penting dalam pelaksanaan bisnis di suatu negara. Termasuk di dalamnya adalah peraturan-peraturan hukum yang diterbitkan oleh pemerintah sebagai syarat maupun perlindungan terhadap suatu usaha. Peraturan yang rumit tentu akan menghambat pendirian bisnis dan sebaliknya, peraturan yang mudah akan memudahkan pendirian bisnis.

Hukum dan peraturan di Indonesia cukup mendukung didirikannya suatu bisnis baru. Membangun bisnis di Indonesia



bukanlah masalah yang sulit karena peraturan-peraturannya cenderung tidak rumit.

Di dalam mendirikan kursus musik sendiri tidak dibutuhkan banyak persyaratan, apalagi bagi kursus musik privat. Yang dibutuhkan biasanya adalah nama paten terhadap nama kursus musik tersebut. Regulasi dalam mematenkan nama sebuah kursus musik adalah mendaftarkan nama tersebut ke *law firm* kemudian menunggu prosesnya selama kurang lebih dua tahun. Setelah itu, dibutuhkan waktu 1,5 tahun untuk mendapatkan surat sahnya hingga akhirnya nama paten diperoleh dan akan berlaku selama 10 tahun. Namun demikian, hal ini tidak menghalangi proses belajar mengajar karena proses tersebut masih dapat terus berjalan sembari menunggu surat sah dari pemerintah.

f. *Environment*

Menurut Fred R. David (2013 : 96), faktor lingkungan membentuk cara suatu masyarakat hidup, bekerja, memproduksi, dan mengonsumsi. Kawasan Kelapa Gading merupakan kawasan bisnis yang hidup. Kawasan bisnis biasanya banyak dikunjungi oleh orang-orang dari berbagai tempat (dari kota atau negara lain). Kondisi yang kondusif ini mendukung jalannya bisnis-bisnis yang ada, termasuk bisnis kursus musik karena :

- 1) Masyarakat yang tinggal di sini memiliki bisnis ataupun bekerja di entitas-entitas bisnis yang ada, sehingga pendapatan mereka cenderung tinggi.

© 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.



- 2) Datangnya orang-orang dari berbagai tempat membuat calon konsumen tidak hanya terbatas pada konsumen-konsumen yang tinggal di Kelapa Gading.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa lingkungan di Kelapa Gading cukup mendukung berjalannya bisnis kursus piano.

2. Porter's Five Forces Model

Analisis kompetitif Porter's Five Forces Model merupakan model yang dipakai secara luas di berbagai industri untuk menganalisis lingkungan eksternal. Ada lima hal utama di dalam model ini, yaitu *rivalry among competing firms* (persaingan antara perusahaan-perusahaan yang sudah ada), *potential entry of new competitors* (masuknya pemain baru), *potential development of substitute products* (kehadiran barang substitusi), *bargaining power of suppliers* (kekuatan supplier), dan *bargaining power of consumers* (kekuatan konsumen).

a. Rivalry Among Competing Firms

Menurut Fred R. David (2013 : 106), persaingan antara perusahaan-perusahaan yang sudah ada di industri menjadi satu hal yang paling kuat di *five competitive forces*. Strategi-strategi yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan bisa berhasil jika mereka memiliki *competitive advantage* atas strategi-strategi yang dimiliki oleh perusahaan lain. Perubahan strategi dapat berupa penurunan harga, penambahan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, penambahan jangka waktu garansi, dan peningkatan iklan.

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.



© 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.

Persaingan yang terjadi antara kursus-kursus musik di Jakarta cukup tinggi. Kita dapat menemui banyak kursus musik yang sudah ada, termasuk guru-guru yang mengajar secara privat. Hal ini membuktikan tingginya persaingan antara sekolah-kursus musik yang ada di Jakarta. Contoh lembaga kursus musik tersebut antara lain : Yamaha Music School, Ven's Club, Purwacaraka, Willy Soemantri Music School, Mozart Music Course, Cantata Music School, Grazioso, dan Jaya Suprana.

Persaingan kursus musik yang cukup tinggi ini membuat Jazzlin Piano Course harus memiliki nilai tambah (yang diwujudkan melalui *critical success factors*) agar secara perlahan dapat bersaing di tengah sekolah-kursus musik yang sudah memiliki nama tersebut.

b. *Potential Entry of New Competitors*

Ketika pesaing-pesaing baru dapat dengan mudah memasuki sebuah industri tertentu, intensitas daya saing antara perusahaan meningkat. Terkadang perusahaan-perusahaan baru memasuki industri dengan produk atau jasa yang berkualitas tinggi, harga yang lebih rendah, dan sumber daya pemasaran yang besar. Ketika ancaman dari perusahaan baru cukup kuat, perusahaan-perusahaan yang telah ada akan membentengi posisi mereka dan melakukan usaha-usaha untuk menghalangi pemain baru tersebut, seperti menurunkan harga, memperpanjang masa garansi, menambah fitur, atau menawarkan pembiayaan khusus.



Bisnis kursus musik adalah bisnis yang terus berkembang dan memiliki prospek jangka panjang yang baik. Potensi masuknya pemain baru pun cukup tinggi dan tidak ada halangan-halangan yang biasanya dilakukan oleh para pemain lama (tidak gontok-gontokan). Hal ini membuat para pemain baru cukup mudah memasuki pasar yang sudah ada. Misalnya, munculnya kursus musik baru lantas tidak membuat lembaga kursus musik lama melakukan segala cara untuk melibas pemain baru tersebut, contohnya dengan cara penurunan harga kursus (karena harga kursus selalu naik, tidak pernah turun). Selain itu, seorang murid tidak akan dengan mudahnya berpindah ke tempat kursus lain hanya karena harga di tempat kursus tersebut lebih murah. Mereka akan lebih mempertimbangkan kecocokan dan kenyamanan dibandingkan harga.

Tidak adanya halangan masuk juga dibuktikan melalui jumlah kursus musik yang terus bertambah seiring berjalannya waktu.

c. *Potential Development of Substitute Services*

Jasa pengajaran dan pelatihan piano tidak memiliki substitusi.

d. *Bargaining Power of Suppliers*

Menurut Fred R. David (2013 : 108), kekuatan *supplier* memengaruhi intensitas persaingan di sebuah industri, terutama ketika terdapat *supplier* dalam jumlah besar, ketika hanya ada beberapa bahan baku pengganti yang bagus, atau ketika *switching*

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

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

cost bahan baku tinggi. Seringkali *supplier* dan produsen saling membantu dengan menetapkan harga yang masuk akal, kualitas yang terus ditingkatkan, pengembangan akan pelayanan baru, *just-in-time deliveries*, dan biaya persediaan yang dikurangi, sehingga profit jangka panjang dapat terus dipertahankan.

Supplier untuk Jazzlin Piano Course berupa *supplier* alat musik, *supplier* furniture (lemari, meja, kursi, dan lain-lain), *supplier* web, *supplier* CCTV, dan *supplier* ponsel.

- 1) Toko-toko alat musik tidak langka dan mudah ditemui, bahkan dapat dibeli via *online*, seperti melalui tokobagus.com dan berniaga.com, sehingga kekuatan *supplier* musik tidak besar. Jika tidak bisa menemukan piano yang sesuai keinginan dengan harga yang pas, kita dapat dengan mudah mencari *supplier* piano lain.
- 2) Kekuatan *supplier* furniture juga tidak besar, melihat banyaknya jumlah *supplier* furniture di Jakarta. Jika tidak cocok dengan satu *supplier*, dapat dengan mudah ditemukan *supplier* furniture lain.
- 3) Kekuatan *supplier* web juga tidak terlalu besar karena banyak terdapat penyedia domain untuk alamat web.
- 4) Kekuatan *supplier* CCTV tidak terlalu besar karena banyak penjual CCTV di Jakarta.
- 5) *Supplier* ponsel juga tersedia dalam jumlah besar, sehingga tidak akan sulit untuk menemukan ponsel

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

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

dengan kualitas dan harga yang cocok dengan yang diinginkan.

e. *Bargaining Power of Consumers*

Menurut Fred R. David (2013 : 108), ketika pelanggan berjumlah besar dan membeli dalam jumlah besar, kekuatan mereka mewakili intensitas persaingan di industri. Kekuatan konsumen besar ketika mereka dapat dengan mudah berpindah hati ke produk lain, mereka penting bagi si penjual, si penjual mengalami kekurangan permintaan dari konsumen, dan jika mereka memiliki kebebasan untuk membeli produk. Di samping itu, kekuatan konsumen bisa menjadi lemah ketika produk yang mereka beli adalah produk dari perusahaan monopoli, misalnya bensin bersubsidi dari PT Pertamina, listrik dari PT PLN, air dari PAM. Konsumen juga menjadi lemah ketika hanya ada sedikit pilihan di industri (pasar oligopoli), misalnya di industri ponsel dan otomotif.

Kekuatan konsumen dalam bisnis kursus musik ini cukup besar. Hal ini dikarenakan banyaknya pilihan tempat kursus musik yang sudah berdiri, sehingga jika konsumen tidak puas dengan pengajaran dan pelatihan piano di satu kursus musik, maka mereka akan dengan mudah berpindah ke kursus piano lain, tanpa kesulitan yang berarti. Oleh karena itu, untuk menyikapi hal ini, Jazzlin Piano Course harus mampu mewujudkan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar mereka merasa puas dan akan

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

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



menjatuhkan pilihannya pada kursus musik ini dan bertahan untuk waktu yang lama. Strategi-strategi tersebut akan dipaparkan lebih lanjut di poin CPM.

3. CPM

Menurut Fred R. David (2013 : 113), *The Competitive Profile Matrix* (CPM) mengidentifikasi kompetitor utama perusahaan serta kekuatan dan kelemahan mereka untuk mengetahui posisi strategis perusahaan tersebut. *Critical success factors* di dalam CPM sudah mencakup isu internal dan eksternal, sementara *ratings* menilai apakah faktor tersebut kuat atau lemah, di mana nilai 4 = sangat kuat, 3 = kuat, 2 = lemah, 1 = sangat lemah. Kemudian *ratings* dan *weight* akan dikalikan, kemudian hasilnya dibandingkan satu sama lain.

Tabel 2.3
Tabel CPM (Competitive Profile Matrix)

Critical Success Factors	Weight	Jazzlin		Ven's Club		Yamaha	
		Rating (Plan)	Score	Rating	Score	Rating	Score
1. Promotion	0.12	3	0.36	3	0.36	3	0.36
2. Service Quality	0.16	3	0.48	2	0.32	3	0.48
3. Price Competitiveness	0.12	3	0.36	4	0.48	2	0.24
4. Customer Loyalty	0.2	(Real) 1	0.2	3	0.6	3	0.6
5. Teacher Quality	0.2	3	0.6	2	0.4	4	0.8
6. Song Variation	0.2	4	0.8	4	0.8	3	0.6
	1		2.8		2.96		3.08

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



Dalam analisa CPM di atas, berikut alasan penulis dalam memberikan *rating* :

1. Penulis memberi nilai 3 pada *promotion* karena Jazzlin Piano Course adalah kursus musik yang baru berdiri, sehingga membutuhkan promosi agar dikenal oleh masyarakat. Promosi-promosi ini dilakukan dengan cara :
 - a. Iklan di majalah, terutama majalah setempat, terutama majalah Media Kawasan yang adalah majalah khusus wilayah Kelapa Gading yang dibagikan secara gratis. Pembagian secara gratis ini akan membuat seluruh masyarakat Kelapa Gading pasti mendapatkan majalah tersebut dan iklan yang akan dipasang sudah hampir pasti dibaca oleh masyarakat Kelapa Gading. Selain pemasangan iklan di Media Kawasan, Jazzlin Piano Course juga akan mencetak brosur yang akan dibagikan secara *door-to-door* dan dititipkan pada sekolah-sekolah dan tempat ibadah.
 - b. Bekerjasama dengan *media partner* saat mengadakan acara-acara tertentu, seperti konser musik. Kehadiran *media partner* ini akan membuat acara diliput dan ditulis ke dalam artikel yang akan dibaca oleh masyarakat, sehingga dapat membuat sebuah kursus musik semakin dikenal.
2. *Service quality* diberi nilai 3 karena Jazzlin Piano Course ingin memberikan layanan yang baik terhadap murid dan orang tua murid dalam hal menampung kritik dan saran serta pengiriman laporan hasil belajar murid selama sebulan melalui *e-mail*. Pada tahun pertama dan kedua, penampungan kritik dan saran akan dilakukan secara lisan, yaitu pemilik menanyakan langsung kepada *customer* tentang pendapat mereka terhadap pengajaran di Jazzlin Piano Course, baik secara tatap muka maupun lewat

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

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



telepon. Penampungan kritik dan saran juga dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang akan diadakan setiap tiga bulan sekali. Hal ini bertujuan agar Jazzlin Piano Course dapat segera mengembangkan hal-hal yang sudah bagus, memperbaiki yang masih kurang, dan mewujudkan *quality control* yang maksimal. Pada tahun ketiga, ketika bisnis sudah semakin berkembang, Jazzlin Piano Course akan membuat *official web* yang juga menyediakan sarana untuk menyampaikan kritik, saran, dan pertanyaan-pertanyaan.

3. *Price competitiveness* diberi nilai 3 karena konsumen akan selalu mencari jasa kursus musik yang harganya bersaing. Jazzlin Piano Course adalah kursus musik baru yang belum dikenal dan diketahui kualitasnya oleh konsumen. Oleh karena itu, harga kursus dari kursus musik ini harus bersaing agar konsumen tidak mengeluarkan uang yang terlalu banyak untuk mencoba menjalani kursus di kursus musik ini (konsumen akan malas kalau harus membayar terlalu mahal untuk mendapatkan jasa yang belum teruji kualitasnya).
4. Untuk *customer loyalty*, diberi nilai 1 karena kursus musik ini adalah kursus musik yang baru berdiri, sehingga belum memiliki *customer*. *Customer loyalty* adalah poin yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup bisnis apapun, maka itu, Jazzlin Piano Course akan melakukan berbagai hal untuk memelihara *customer loyalty* ini, salah satunya dengan membina hubungan baik dengan para murid dan para orang tua murid dan peka terhadap kritik dan saran yang mereka berikan dan memberikan laporan bulanan rutin atas hasil pembelajaran murid kepada orang tua melalui *e-mail*.

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

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Selain itu, *customer loyalty* juga dipertahankan dengan cara sistem *grading* (baik mereka yang mengikuti ujian ataupun tidak). Misalnya, setelah murid menyelesaikan tingkat pertamanya, maka ia akan melanjutkan ke tingkat dua. Sistem *grading* ini akan membuat murid bertahan lebih lama karena ada sesuatu yang dituju oleh *customer* tersebut, yaitu menyelesaikan program pendidikan musik ini sampai *grade* akhir.

5. *Teacher quality* juga merupakan faktor kesuksesan yang penting, sehingga penulis memberi nilai 3. Standar kualitas guru Jazzlin Piano Course secara akademik adalah minimal pendidikan piano terakhirnya adalah grade 4. Selain standar akademik, *attitude* juga adalah hal yang penting. *Attitude* yang dimaksud di sini adalah sikap guru di dalam mengajar harus baik, sabar, dan sopan. Yang terpenting adalah seorang guru piano harus sabar dalam menghadapi berbagai jenis murid dan tidak boleh kehilangan kendali emosi, apalagi sampai memakai kekerasan. Selain itu, guru harus memiliki komitmen terhadap waktu, yaitu tidak boleh terlambat memulai kursus ataupun selesai lebih awal. Guru juga tidak boleh bermain ponsel selama mengajar dan harus fokus pada murid. Pada tahun ketiga berjalannya Jazzlin Piano Course, penulis akan memasang CCTV pada ruang mengajar agar dapat mengontrol kinerja guru.
6. Penulis memberi nilai 4 pada *song variation* karena faktor tersebut merupakan konsep bisnis dari Jazzlin Piano Course yang adalah nilai tambah tersendiri. Variasi lagu yang dimaksud adalah lagu yang tidak melulu klasik atau tidak terus-terusan pop, tetapi berganti-gantian agar mencegah kebosanan. Lagu bervariasi mulai dari klasik, pop, jazz, dan *blues*. Ide ini penulis dapatkan dari pengamatan penulis selama mengajar

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

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

terhadap tingginya minat para murid terhadap lagu-lagu yang enak didengar dan yang sudah familiar dengan mereka. Penulis juga mengamati para murid cenderung bosan jika diberikan jenis lagu yang sama terus-menerus. Hal ini membuat penulis ingin memberikan gabungan keduanya untuk menghindari kejenuhan.

Melalui analisis di atas, dapat dilihat perbandingan antara Jazzlin Piano Course dengan dua pesaing lainnya, yaitu Ven's Club dan Yamaha Music School. Kedua pesaing tersebut sudah berpengalaman lama dan telah mendapatkan kepercayaan masyarakat sebagai kursus musik yang baik. Oleh karena itu, sebagai kursus musik yang baru, Jazzlin Piano Course harus memperkuat enam *critical success factors* tersebut agar secara perlahan dapat mengimbangi kekuatan kedua pesaing tersebut dengan mendapatkan kepercayaan masyarakat sebagai kursus musik berkualitas tinggi. Ketika *customer loyalty* dapat ditingkatkan, maka Jazzlin Piano Course akan menjadi lebih kompetitif di antara kedua pesaing tersebut.

Berikut ini adalah perbandingan *critical success factors* Jazzlin Piano Course dengan Ven's Club dan Yamaha.

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

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



Tabel 2.4
Tabel Perbandingan

	Jazzlin Piano Course	Ven's Club	Yamaha
Promotion	Brosur, iklan majalah, <i>media partner, official web (soon)</i>	Brosur, iklan majalah, <i>media partner</i>	Brosur, iklan majalah, <i>media partner, official web</i>
Price Competitiveness	45 menit : Rp 455.000	<u>Veny Lie :</u> 60 menit Rp 680.000 30 menit Rp 360.000 <u>Asisten :</u> 60 menit Rp 340.000 30 menit Rp 200.000	30 menit : Rp 440.000
Customer Loyalty	Minimal 2 tahun	Minimal 2 tahun	Minimal 2 tahun
Teacher Quality	Minimal grade 4	Veny Lie : Grade 8 Asisten : Tidak ada kualifikasi	Minimal grade 5
Songs Variation	Klasik, pop, jazz, blues	Klasik, pop, jazz, blues	Klasik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. SWOT Analysis

Menurut Jeff Madura (2007 : 328),

“Para pengusaha umumnya menggunakan analisis SWOT untuk mengembangkan keunggulan kompetitif. Singkatan SWOT berasal dari kata *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Jadi, suatu bisnis baru dapat menggunakan analisis SWOT untuk menilai kekuatannya sendiri, seperti misalnya harga yang lebih murah atau mutu yang lebih tinggi, serta kelemahan-kelemahan, sekaligus peluang-peluang eksternal dan ancaman-ancaman yang dihadapinya.”

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berikut ini adalah analisis SWOT dari Jazzlin Piano Course :

a. *Strengths*

- 1) Jazzlin Piano Course menerima murid-murid berkebutuhan khusus, di mana banyak kursus musik yang tidak menerima murid-murid berkebutuhan khusus.
- 2) Harga kompetitif yang ditawarkan oleh Jazzlin Piano Course.
- 3) Variasi lagu mulai dari lagu klasik, pop, jazz, dan *blues* yang bertujuan untuk mencegah kejenuhan.
- 4) Guru-guru yang berkualitas secara *skill* dan *attitude*.
- 5) Layanan kritik, saran, dan pertanyaan secara lisan pada tahun pertama dan kedua, serta melalui *official web* pada tahun ketiga dan seterusnya. Pengiriman laporan hasil pembelajaran murid melalui *e-mail* setiap bulannya kepada orang tua.
- 6) Promosi yang dilakukan secara berkala dan teratur agar menumbuhkan dan menjaga *awareness* masyarakat akan kehadiran Jazzlin Piano Course.

b. *Weaknesses*

- 1) Belum dikenal karena kursus musik ini baru berdiri.
- 2) Belum memiliki pelanggan.
- 3) Belum memiliki pengalaman.

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.



c. *Opportunities*

- 1) Image *high class* terhadap piano, sehingga hal ini membuat orang-orang ingin belajar piano.
- 2) Adanya perencanaan orang tua untuk masa depan anak-anaknya yang membuat mereka ingin anak-anaknya memiliki *skill* musik, terutama piano (tumbuhnya kesadaran terhadap pentingnya menguasai *skill* musik).
- 3) Semakin meningkatnya daya beli masyarakat Kelapa Gading sehingga mereka tidak akan keberatan untuk mengeluarkan uang untuk membayar kursus piano untuk anak-anak mereka ataupun untuk diri sendiri.
- 4) Minat masyarakat terhadap musik semakin lama semakin tinggi, bahkan bisa bermain musik merupakan suatu kewajiban bagi masyarakat (terutama anak-anak dan remaja) zaman sekarang.
- 5) Industri musik yang terus berkembang dari waktu ke waktu (terbukti dari semakin bertambahnya jumlah kursus musik di Jakarta).
- 6) Teknologi yang memadai sehingga dapat mendukung rencana promosi melalui *official web*, serta untuk membina komunikasi dengan orang tua perihal kemajuan anak-anaknya (melalui *e-mail*). Selain itu, Jazzlin Piano Course juga akan memakai teknologi CCTV pada tahun ketiga agar dapat mengontrol guru dan murid yang ruangnya akan berada di lantai tiga. CCTV juga akan diletakkan di sudut-

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

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

sudut lain yang ada di rumah untuk mengontrol keamanan di rumah (karena rumah akan dimasuki orang-orang, seperti murid dan orang tua murid).

d. *Threats*

- 1) Sudah ada sekolah-kursus musik yang memiliki nama dan kepercayaan masyarakat, sehingga dibutuhkan usaha bagi kursus musik baru untuk mendapatkan kepercayaan sebagai kursus musik yang berkualitas baik.
- 2) Tingginya kekuatan konsumen (*bargaining power of consumer*) sehingga jika mereka tidak puas dengan satu kursus musik, mereka dapat dengan mudah mencari kursus musik lain.
- 3) Kemudahan bagi pendatang baru untuk memasuki pasar karena halangan masuk yang rendah (tidak ada pencegahan dari pemain-pemain lama).

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

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



e. SWOT Matrix

Tabel 2.5
SWOT Matrix

<p>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.</p>	<p>Strengths</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Layanan <i>special need students</i> 2. Harga kompetitif 3. Variasi lagu 4. Guru berkualitas 5. Layanan kritik, saran, dan pertanyaan 6. Promosi berkala 	<p>Weaknesses</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum dikenal 2. Belum ada pelanggan 3. Belum ada pengalaman
<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Image high class</i> piano 2. Kesadaran orang tua terhadap pentingnya pendidikan musik 3. Daya beli masyarakat meningkat. 4. Minat terhadap musik meningkat 5. Industri musik berkembang 6. Pemanfaatan teknologi 	<p>SO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempromosikan penerimaan murid berkebutuhan khusus di iklan majalah agar orang tua-orang tua anak-anak berkebutuhan khusus mengetahuinya (S1,S6,O2,O3,O4,O5) 2. Membuat <i>official web</i> yang menampung pertanyaan, kritik, dan saran (pada tahun ketiga) (S5,S6,O6). 3. Mencari partitur-partitur lewat internet, baik yang gratis maupun bayar (S3,O6) 4. Penggunaan CCTV untuk mengontrol kualitas mengajar guru (S4,O6) 	<p>WO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Program <i>bring friends get bonus</i>, di mana para murid yang bisa membawa murid lain untuk kursus di Jazzlin Piano Course akan diberikan bonus uang cash Rp 50.000,- (W1,W2,O3,O4,O5) 2. Menampung masukan-masukan dari <i>customer</i> melalui <i>official web</i> yang menyediakan menu <i>contact us</i>, atau bisa langsung disampaikan secara lisan (W3, O2, O6)
<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan ketat 2. Kekuatan konsumen tinggi 3. Pemandang baru mudah masuk 	<p>ST Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasangan iklan di majalah dan pembagian brosur menumbuhkan <i>awareness</i> masyarakat terhadap keberadaan Jazzlin Piano Course (S6,T1,T3) 2. Memperbaharui partitur lagu dan mencari lagu-lagu baru setiap bulan untuk terus meng-<i>update</i> kebutuhan lagu para murid (S3,T1,T2) 3. Pencatuman persyaratan kualifikasi guru pada 	<p>WT Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menonjolkan diri melalui publisitas dengan menjalin kerjasama dengan <i>media partner</i> saat mengadakan konser musik. (W1,W2,T1) 2. Menciptakan <i>customer loyalty</i> dengan sistem <i>grading</i> 3. Menjaga komunikasi yang baik dengan para murid dan orang tua murid melalui pengiriman <i>e-mail</i> setiap bulan serta menanyakan



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: <ol style="list-style-type: none"> 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. 	<p>kolom <i>career</i> di <i>official web</i> untuk menyebarkan info lowongan kerja sekaligus secara tak langsung mengumumkan kepada <i>customer</i> bahwa kualifikasi dan persyaratan guru-guru yang mengajar di Jazzlin adalah baik dan berkualitas (S4,T1,T2,T3)</p>	<p>kritik dan saran secara lisan dan melalui kuesioner. Penyampaian kritik dan saran juga dapat dilakukan lewat <i>official web</i>. (W2, T1, T2, T3)</p>
--	---	---

Segmentasi Pasar

a. STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

1) *Segmentation*

Menurut Aryo Bogadenta (2013 : 83), segmentasi pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk ke dalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Dengan kata lain, segmentasi pasar adalah kegiatan membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang terbedakan dengan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran terpisah.

Segmentasi pasar dari Jazzlin Piano Course ini adalah masyarakat Jakarta, terutama Kelapa Gading, yang memiliki ketertarikan terhadap musik (piano), ingin belajar piano, dan yang ingin mengasah kemampuan bermain pianonya.



2) Targeting

Menurut Aryo Bogadenta (2013 : 93),

“Target pasar dapat didefinisikan sebagai cara mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif, yaitu dengan memilih target market yang tepat. Dengan kata lain, *targeting* adalah proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program spesifik pemasaran. *Targeting* disebut juga sebagai *fitting strategy* karena kita kita menyamakan (*fitting*) sumber daya perusahaan dengan kebutuhan target pasar yang dipilih.”

Target pasar dari Jazzlin Piano Course adalah :

- (a) anak-anak berusia 5-11 tahun
- (b) remaja berusia 12-18 tahun
- (c) dewasa berusia 19- tak terbatas
- (d) anak-anak dan remaja berkebutuhan khusus

3) Positioning

Menurut Aryo Bogadenta (2013 : 94), *positioning* berhubungan dengan upaya identifikasi, pengembangan, dan komunikasi keunggulan yang bersifat khas serta unik. Dengan demikian, produk dan jasa perusahaan dipersepsikan lebih superior dan khusus (*distinctive*) dibandingkan dengan produk dan jasa pesaing dalam persepsi konsumen. Fokus utama *positioning* adalah persepsi pelanggan terhadap produk yang dihasilkan dan bukan hanya sekadar produk fisik. Keberhasilan *positioning* sangat ditentukan oleh kemampuan sebuah perusahaan untuk mendiferensiasikan atau memberikan nilai superior kepada pelanggan.

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.



Jazzlin Piano Course memosisikan diri sebagai sebuah kursus piano yang memiliki lagu-lagu yang variatif, *fresh*, dan *up-to-date*. Selain itu, kursus piano ini juga tidak membatasi usia maksimal seseorang yang ingin belajar piano serta menerima murid berkebutuhan khusus.

b. *Porter's Five Generic Strategies*

Menurut Fred R. David (2013 : 179), *Porter's Five Generic Strategies* terdiri atas lima tipe, yaitu *cost leadership—low cost*, *cost leadership—best value*, *differentiation*, *focus—low cost*, dan *focus—best value*.

1) *Cost leadership*

- (a) strategi *low cost* menawarkan barang atau jasa kepada pelanggan dalam jumlah besar dengan harga terendah di pasar.
- (b) strategi *best value* menawarkan barang atau jasa kepada pelanggan dalam jumlah besar dengan harga terbaik di pasar (dibandingkan dengan harga pesaing).

2) *Differentiation* adalah strategi yang berfokus pada memproduksi barang dan jasa yang unik yang ditujukan untuk konsumen yang tidak sensitif terhadap harga.

3) *Focus*

- (a) *low-cost focus strategy* menawarkan barang dan jasa ke kelompok kecil konsumen dengan harga terendah di pasaran.
- (b) *best-value focus strategy* menawarkan barang dan jasa ke kelompok kecil pelanggan dengan harga terbaik di pasar.

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.



Jazzlin Piano Course termasuk ke dalam tipe *focus—best value* karena menawarkan jasanya ke kelompok kecil pelanggan, yaitu pelanggan yang berada di Jakarta, khususnya Kelapa Gading, dan kepada pelanggan yang menyukai musik, khususnya piano. Selain itu, harga yang ditawarkan Jazzlin Piano Course merupakan harga terbaik, bukan harga terendah di pasaran. Harga yang ditawarkan adalah harga yang pantas jika dibandingkan dengan kualitas yang diberikan dalam pengajaran.

D. Ramalan Industri dan Pasar

Dalam membangun suatu bisnis, melakukan peramalan industri tempat bisnis berpeluang merupakan hal yang penting, karena melalui peramalan itu, pengusaha atau calon pengusaha akan memiliki gambaran bagaimana usahanya ke depan nanti. Perkiraan berkembangnya suatu bisnis dapat dilihat dari ramalan industri dan pasar. Industri musik di dunia, termasuk di Indonesia, terus mengalami perkembangan. Di Jakarta, terutama di Kelapa Gading, jumlah tempat kursus musik terus mengalami perkembangan. Berikut adalah data jumlah tempat kursus musik di Kelapa Gading :

Tabel 2.6
Kursus Musik di Kelapa Gading

Tahun	Nama Kursus Musik
1994-1998	Yayasan Musik Jakarta, Nuansa Musik I
1999-2004	Cadenza Music School, Mozart Overture, Cempaka Musik, Gading School of Music, Royal Music Studio, Willy Soemantri
2005-2009	Cantata, Nafiri Music School, Farabi Music School, Gitanada, IMI Music Course, Purwacaraka, Jaya Suprana, Ven's club, Nuansa Musik II
2010-2014	Purwacaraka

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.

Melalui data di atas, dapat diramalkan bahwa jumlah tempat kursus musik terus bertambah, namun tidak terlalu pesat. Hal ini memastikan bahwa bisnis kursus musik adalah bisnis yang cukup aman, stabil, dan tidak musiman. Oleh karena itu, bisnis kursus musik merupakan bisnis yang potensial untuk digeluti dan dijalankan.

Hak Cipta dan Hak Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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