



## BAB III

### ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Tren dan Perkembangan Ke Depan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

*Cursus* merupakan sebuah platform pada aplikasi android dan ios dimana masyarakat dapat menambah ilmu mereka dalam memperoleh kemampuan baik formal maupun non-formal. *Cursus* menyediakan 4 jenis pelayanan utama yaitu: *School* (Sekolah), *Language* (Bahasa), *Music* (Musik), *Computer* (Komputer). Pada bagian *School*, kami menghubungkan pengajar berpendidikan untuk melakukan les privat bagi mereka dengan sistem yang telah dibuat dalam *Cursus*. Pengajar dapat mengajar pada berbagai tingkatan, seperti TK, SD, SMP, SMA. Kemudian pada bagian *Language*, terdapat kualifikasi pengajar yang mampu berbahasa Inggris, Mandarin, Jerman, dll, dengan adanya aplikasi ini turis asing yang sedang berkunjung ke Indonesia dapat memesan pengajar yang bersedia menjadi penerjemah mereka. Lalu pada bagian *Music*, pengajar yang telah berpengalaman di dunia seni dapat terlibat untuk mengadakan kursus bagi mereka yang berminat memiliki ilmu bermain alat musik, seperti piano, gitar, bass, drum dll. Lalu bagian terakhir yaitu *Computer*, dapat membantu setiap individu untuk meningkatkan kemampuan bagi mereka yang tertarik untuk belajar ilmu komputer.

Penggunaan sistem aplikasi ini mampu mempermudah calon murid dalam mencari dan menentukan pengajar yang mereka mau dengan mendata setiap pengajar apa saja pengalaman yang mereka punya dan latar belakang pendidikan mereka. Para pengajar juga telah lulus kualifikasi dari *Cursus* sehingga semua pengajar memiliki kemampuannya sendiri.

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.



Dunia pendidikan di Indonesia sangat potensial terutama di kota

Jabodetabek yang mayoritas terdapat pusat pendidikan di Indonesia. Masyarakat semakin sadar akan pentingnya pendidikan untuk kesuksesan di masa mendatang. Pendidikan juga dipandang sebagai pembentukan mental dalam berinteraksi dengan sesama. Berikut tabel mengenai perkembangan seputar dunia pendidikan.

**Tabel 3.1**

**Indikator Pendidikan**

Indikator	2011	2012	2013
<b>PARTISIPASI PENDIDIKAN FORMAL</b>			
Angka Partisipasi Sekolah (APS) 7-12 th	97.53	97.94	98.34
Angka Partisipasi Sekolah (APS) 13-15 th	87.79	89.61	90.62
Angka Partisipasi Sekolah (APS) 16-18 th	57.69	61.30	63.64
Angka Partisipasi Sekolah (APS) 19-24 th	14.47	15.94	20.04

Sumber: <http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1525>

**Tabel 3.2**

**Jumlah Perguruan Tinggi<sup>1</sup>, Mahasiswa, dan Tenaga Edukatif (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Provinsi 2013/2014**

Provinsi	Jumlah Perguruan Tinggi		Jumlah Mahasiswa		Jumlah Tenaga Edukatif	
	Negeri	Swasta	Negeri	Swasta	Negeri	Swasta
DKI Jakarta	5	329	570,578	584,388	6,006	20,897
Jawa Barat	7	393	138,741	527,881	9,067	19,605

Sumber: <http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1839>

Catatan: <sup>1</sup> Termasuk Institut, Sekolah Tinggi, Akademi, dan Politeknik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBI KKG (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.



Berdasarkan data pada tabel 3.1 diketahui bahwa tingkat partisipasi masyarakat pada usia 7 sampai 24 tahun yang bersekolah meningkat setiap tahun yang berdampak pada meningkatnya peluang untuk menyediakan jasa pengajaran sehingga jasa yang ditawarkan *Cursus* dapat membantu mereka yang membutuhkan pendidikan tambahan seperti les privat untuk meningkatkan kecerdasan dan keterampilan guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Lalu pada tabel 3.2 diketahui bahwa jumlah Perguruan Tinggi serta murid dan tenaga pengajar yang tersedia di Jabodetabek sangatlah besar sehingga *Cursus* dapat menguatkan basis awal bisnisnya di Jabodetabek.

## B. Analisis Pesaing Sejati

Menurut Kotler dan Keller (2012:552), "*competitor analysis is the process of identifying key competitors; assessing their objectives, strategies, strengths and weaknesses, and reaction patterns; and selecting which competitors to attack or avoid.*" Bila diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia, analisis pesaing adalah proses mengenali dan menilai pesaing utama, menilai strategi, tujuan, kekuatan, dan kelemahan mereka, serta pola reaksinya dan memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari.

Sekarang ini, banyak pengusaha yang sadar akan pentingnya melakukan analisis pesaing yang ada. Pesaing merupakan perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Analisis pesaing dapat diartikan sebagai usaha dalam memahami apa yang ada di benak perusahaan lain atau pesaing dengan cara memetakan semua ide-ide tersembunyi untuk masa yang akan datang agar perusahaan dapat terus bersaing di pasar yang ada.



Untuk menentukan strategi yang akan ditetapkan, hasil dari analisis pesaing juga adalah salah satu hal yang perlu diperhatikan. Analisis pesaing dilakukan dengan mengidentifikasi siapa saja yang menjadi pesaing utama perusahaan, kekuatan dan kelemahan mereka dan strategi apa yang mereka tetapkan, sehingga dapat menetapkan strategi terbaik dan paling efektif bagi perusahaan tersebut.

Langkah-langkah dalam menganalisis pesaing menurut Kotler dan Armstrong (2012:552) adalah:

1. Mengidentifikasi pesaing

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui jumlah pesaing yang dimiliki serta kekuatan dan kelemahan pesaing. Identifikasi ini meliputi:

- a. Jenis produk.
- b. Melihat besarnya pasar yang dikuasai.
- c. Identifikasi peluang dan ancaman.
- d. Identifikasi keunggulan dan kelemahan.

2. Menentukan Sasaran Pesaing

Dengan melakukan menganalisa sasaran pesaing dengan tujuan untuk mengetahui arah gerak perusahaan dalam menghambat laju pesaing.

3. Identifikasi Strategi Pesaing

Tujuan perusahaan dalam menjalankan usaha adalah untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu, setiap perusahaan memiliki strategi tersendiri untuk mematikan lawannya. Kita perlu mengetahui strategi yang dimiliki pesaing agar bisa menentukan langkah baik untuk bertahan ataupun menyerang.



#### 4. Analisis Kekuatan dan Kelemahan Pesaing

Identifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing dapat dilakukan melalui tahap-tahap berikut:

- a. Mencari dan mengumpulkan data tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan sasaran, strategi dan kinerja pesaing.
- b. Mencari tahu kekuatan dan kelemahan pesaing dalam hal keuangan, sumber daya manusia, teknologi dan lobi di pasar.
- c. Mengetahui *market share* yang dikuasai pesaing dan tindakan pesaing terhadap pelanggan.

#### 5. Mengestimasi Pola Reaksi Pesaing

Perusahaan perlu mengetahui mentalitas pesaing tertentu jika ingin mengantisipasi tindakan atau reaksi pesaing atas pesaing lainnya. Masing-masing pesaing bereaksi secara berbeda, ada yang bereaksi cepat, lambat, atau bahkan tidak bereaksi sama sekali. Beberapa pesaing hanya akan bereaksi terhadap serangan tertentu saja dan tidak untuk serangan lainnya, sehingga perusahaan akan dapat meramalkan pola reaksi pesaing.

#### 6. Memilih Pesaing

Tahap terakhir adalah memilih pesaing, yaitu tahap dimana perusahaan memilih pesaing yang akan diserang.

Dengan adanya analisis ini, diharapkan dapat diketahui kelebihan dan kelemahan perusahaan dibanding pesaing, sehingga dapat diperbaiki kelemahannya dan dapat meningkatkan kelebihannya secara berkesinambungan. *Cursus* merupakan platform aplikasi yang menjadi penghubung antara murid dengan pengajar, pengajar yang menjadi mitra menjalankan proses mengajar secara privat sehingga *Cursus* memiliki pesaing berupa bimbingan belajar dan guru privat lain

© 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.



yang menawarkan berbagai macam proses pengajaran. Berikut adalah kelemahan dan keunggulan pesaing *Cursus*.

**Tabel 3.3**  
**Perbandingan *Cursus* dengan Pesaing**

Keterangan	Privat Individu	Bimbingan Belajar	Cursus
Materi	Disesuaikan terhadap murid.	Disediakan oleh lembaga bimbingan belajar	Disesuaikan terhadap murid dan dapat disediakan materi.
Biodata Pengajar	Diketahui berdasarkan pengalaman orang lain	Tidak diketahui	Dapat dilihat pada aplikasi mengenai pengalaman mengajar, prestasi, sejarah pendidikan.
Lokasi	Di lokasi murid	Di lokasi bimbingan belajar	Dimana pun sesuai keinginan murid
Jam mengajar	Sesuai ketersediaan waktu pengajar	Ditentukan pihak bimbingan belajar	Fleksibel dapat menyesuaikan waktu.

Sumber: *Cursus*

### C. Analisis PESTEL

Dalam membangun dan mengembangkan suatu bisnis, baiknya harus memperhatikan kekuatan eksternal. Analisis lingkungan bisnis yang mencakup PESTLE (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Legal, dan Lingkungan), merupakan metode yang sangat berguna dalam memahami gambaran menyeluruh lingkungan dimana usaha yang didirikan akan beroperasi, serta kesempatan maupun ancaman yang ada disekitarnya. Perubahan dalam kekuatan eksternal (PESTEL)

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.



mengakibatkan perubahan dalam permintaan konsumen untuk barang industri dan konsumsi jasa, kekuatan eksternal mempengaruhi tipe produk yang dikembangkan, karakteristik dari strategi segmentasi pasar dan positioning, tipe jasa yang ditawarkan. Berikut kekuatan eksternal yang menjadi kunci kekuatan bisnis bimbingan belajar:

**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. Kekuatan Politik

Kondisi politik yang mendukung dan stabil di suatu negara sangat dibutuhkan demi kelangsungan usaha dan investasi, juga untuk pertumbuhan ekonomi termasuk usaha penyedia jasa pendidikan non-formal. Sebagai pelaku bisnis harus dapat memperhatikan kondisi politik, kebijakan pemerintah yang dapat berdampak terhadap bisnis untuk menentukan apakah ada peluang atau ancaman yang dapat berdampak pada usaha.

Meskipun kondisi politik di Indonesia tidak stabil namun kebijakan pemerintah maupun Kementerian Pendidikan tetap mendukung adanya peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan, berikut juga arah kebijakan pendidikan di Indonesia yaitu

- a. Meningkatkan kualitas lembaga pendidikan yang diselenggarakan baik oleh masyarakat maupun pemerintah untuk memantapkan sistem pendidikan yang efektif dan efisien dalam menghadapi perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni.
- b. Mengembangkan kualitas sumber daya manusia sedini mungkin secara terarah, terpadu dan menyeluruh melalui berbagai upaya proaktif dan reaktif oleh seluruh komponen bangsa agar generasi muda dapat berkembang secara optimal disertai dengan hak dukungan dan perlindungan sesuai dengan potensinya.

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.



- c. Meningkatkan penguasaan, pengembangan dan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi, termasuk teknologi bangsa sendiri dalam dunia usaha, terutama usaha kecil, menengah, koperasi.

Sumber: <http://www.dephut.go.id/uploads/files/GBHN.pdf>

Arah kebijakan yang menunjang visi bisnis akan menjadi peluang untuk menjalankan bisnis sehingga bisnis akan berkembang.

## 2. Kekuatan Ekonomi

Faktor ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap potensi strategi. Keadaan perekonomian pada saat ini dan di masa datang dapat mempengaruhi kemajuan dan strategi perusahaan.

Kondisi ekonomi Indonesia yang baik dilihat dari adanya pertumbuhan ekonomi negara juga pertumbuhan ekonomi daerah terutama pulau Jawa.

“Badan Pusat Statistik menyatakan struktur ekonomi Indonesia secara spasial pada kuartal II/2015 didominasi oleh kelompok provinsi di Pulau Jawa dan Pulau Sumatera”

Sumber: <http://finansial.bisnis.com/read/20150805/9/459631/bps-pulau-jawa-sumatera-masih-mendominasi-perekonomian> (diakses pada tanggal 22 Desember 2015)

Baiknya ekonomi di Pulau Jawa ini terutama Jakarta memberikan peluang bagi beberapa sektor jasa, termasuk juga jasa pendidikan non formal. Apalagi pemerintah berencana membangun koridor ekonomi guna percepatan dan perluasan pembangunan nasional di mana setiap koridor ekonomi akan memiliki aktivitas ekonomi utama.

Berdasarkan hal tersebut ini merupakan peluang bagi *Cursus* dalam menjalankan usahanya, kondisi masyarakat dan perumbuhan ekonomi membuat



masyarakat mampu menggunakan jasa bimbingan belajar, adanya rencana pembangunan ekonomi yang terfokus juga menjamin perkembangan usaha ke depannya. Namun hal ini juga sekaligus menjadi ancaman, karena dengan ini dapat berpotensi muncul usaha bimbingan belajar lainnya.

### 3. Sosial

Faktor sosial dapat menjadi pertimbangan penting bagi setiap pelaku bisnis yang akan menjalankan bisnis. Faktor sosial berupa kebiasaan normatif, gaya hidup, pola sikap, pola hidup dan pola pikir. Beberapa hal tersebut dapat berubah karena mendapat pengaruh dari lingkungan, teman dan keluarga.

Adanya perubahan pandangan tentang les tambahan dan bimbingan belajar pun telah berdampak pada gaya hidup masyarakat. Les tambahan dan bimbingan belajar dahulu lebih mengarah pada menutupi kekurangan anak-anak di sekolah agar dapat mengikuti pelajaran sekolah dengan baik, sehingga tak semua anak-anak mengikuti les. Sekarang bimbingan kursus sudah menjadi hal yang hampir wajib diikuti oleh anak-anak dengan pertimbangan untuk memberikan anak pengetahuan dan kemampuan dari berbagai bidang seperti bahasa, pelajaran sekolah, kursus musik.

Selain itu, perkembangan dunia ke arah global membuat masyarakat menyadari akan semakin pentingnya pendidikan ataupun peningkatan keterampilan untuk dapat bersaing di pasar global. Adanya perubahan pola pikir ini menjadikan *Cursus* mempunyai peluang terhadap bisnisnya untuk bertahan dan berkembang karena dapat membantu masyarakat maupun pemerintah dalam peningkatan sumber daya manusia yang berkualitas.

## 3. 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.



#### 4. Teknologi

Perkembangan teknologi membawa dampak yang sangat besar dalam kehidupan manusia, termasuk dalam menjalankan bisnis. Adanya teknologi membantu manusia dalam mempermudah penyelesaian pekerjaan, memperoleh informasi dengan cepat, dan dapat mengamati perkembangan dunia sehingga masyarakat dunia mampu menghasilkan inovasi-inovasi baru berkat perkembangan teknologi.

*Cursus* sebagai usaha yang bergerak di bidang Teknologi Informasi dan Pendidikan memiliki peluang yang besar untuk dapat diterima masyarakat karena memberikan kemudahan bagi murid untuk memperoleh pengajar yang diinginkan dengan materi yang dibutuhkan kemudian perkembangan Teknologi Informasi di dunia sangat mengesankan yang menghasilkan setiap orang dapat berinteraksi satu sama lain tanpa saling kenal sebelumnya. Teknologi yang *Cursus* gunakan juga dapat langsung membuat data murid dan pengajar, data pemasukan hingga data evaluasi terhadap bisnis *Cursus*. Namun dengan mudahnya penerapan bahasa pemrograman dalam bentuk aplikasi, akan memudahkan perusahaan besar untuk melakukan bisnis yang serupa dengan didukung modal yang besar untuk pemasaran maupun operasional sehingga dapat menjadi ancaman bisnis *Cursus*.

#### 5. Hukum

Hukum atau Legal merupakan salah satu hal yang tak boleh lepas dari evaluasi seorang pengusaha. Jika salah satu unsur hukum atau peraturan dilanggar akan mengancam dan berbahaya bagi suatu kelangsungan usaha.

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.



Hukum yang berhubungan dengan suatu usaha jasa yang harus diperhatikan yaitu hukum bisnis dan hukum ketenagakerjaan.

Melihat kondisi terkait hukum di Indonesia yang sulit dan rumit dapat menjadi ancaman bagi *Cursus* untuk mendirikan usaha, seperti sulitnya mengurus perizinan pendirian usaha yang birokrasinya tidak jelas berbeda dengan apa yang tercantum dalam Undang-Undang. Begitu pula dengan hukum ketenagakerjaan yang menjadi ancaman karena rumitnya prosedur untuk dapat memperkerjakan tenaga pengajar Asing. Undang-undang mengenai perusahaan berbasis teknologi informasi juga masih belum jelas terus terjadi perubahan sehingga dapat menjadi ancaman untuk bisnis *Cursus*.

## 6. Lingkungan

Faktor lingkungan berpusat pada bagaimana keadaan lingkungan yang berada di sekitar lokasi perusahaan yang nantinya berpengaruh terhadap berbagai strategi yang akan dilakukan dalam menggapai pangsa pasar dari masyarakat yang berada pada lingkungan tersebut. Persaingan dalam industri yang cenderung sedikit terdapat pesaing di lokasi bisnis beroperasi dapat memberi peluang terhadap bisnis tersebut.

*Cursus* sebagai penyedia aplikasi untuk pendidikan dan berbasis IT merupakan inovasi di Indonesia sehingga mengenai kondisi lingkungan yang dihadapi dapat menjadi peluang karena lingkungan di kota Jabodetabek menjadi pusat aktivitas bisnis Indonesia sehingga banyak bidang-bidang yang dapat ditawarkan kepada masyarakat untuk peningkatan pengetahuan. Kota di Jabodetabek juga terdapat banyak sekali anak-anak dan sekolah yang dapat membantu *Cursus* untuk memperoleh murid.

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.



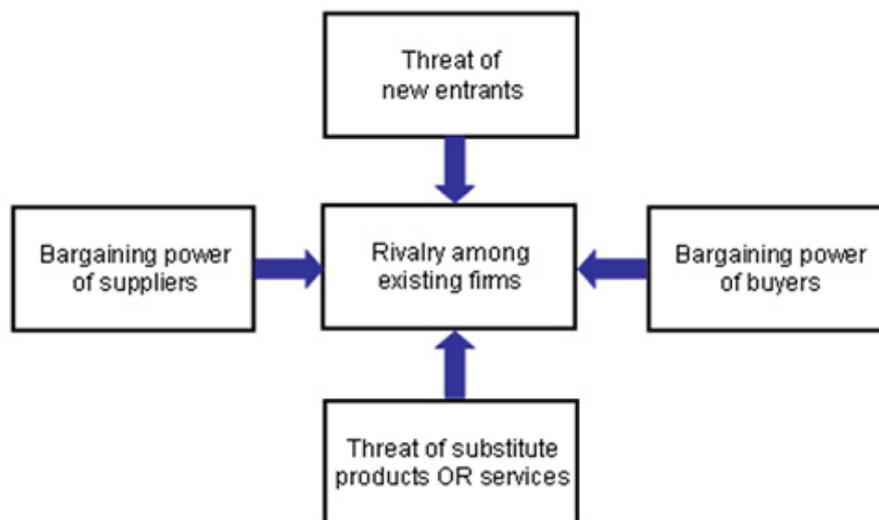
## D. Analisis Pesaing

Di dalam dunia bisnis, tidak ada perusahaan yang lepas dari persaingan. Terutama pada era globalisasi ini dimana perusahaan tidak hanya beroperasi di negara nya saja namun turut bersaing dengan perusahaan asing yang menyediakan produk atau jasa sejenis. Meskipun perusahaan tersebut sukses dengan inovasinya pasti cepat atau lambat akan menarik reaksi pesaing untuk ikut terlibat dalam bisnis itu.

Sebelum menganalisis lebih jauh, ada baiknya penulis mengutip terlebih dahulu pendapat ahli mengenai analisis pesaing. Menurut David (2011:138), mengenai analisis pesaing bahwa mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang pesaing sangat penting untuk perumusan strategi yang sukses.

Menurut Porter yang dikutip dari buku (David, 2011:144), *Porter's Five Forces Model* adalah metode yang banyak digunakan untuk menciptakan strategi di berbagai macam industri. Ada lima model kekuatan utama dalam persaingan industri yang dapat dilihat pada gambar 2.1, yaitu:

**Gambar 3.1**  
*Porter's Five Forces Model*



Sumber: Fred R. David (2011:144)

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.



## **C** Potensi Masuknya Pesaing Baru

Daya tarik segmen berbeda-beda menurut tingginya hambatan untuk masuk dan keluar. Segmen yang mempunyai hambatan yang rendah dan resiko yang rendah dapat menyebabkan tingginya angka pesaing baru yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan. Bila perusahaan baru dapat dengan mudah masuk ke suatu industri tertentu, intensitas persaingan antarperusahaan akan meningkat. Oleh karena itu, tugas penyusun strategi adalah mengidentifikasi perusahaan-perusahaan baru yang berpotensi masuk ke pasar, memonitor strategi perusahaan saingan baru yang berpotensi masuk ke pasar, memonitor strategi perusahaan saingan baru, dan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

Seiring dengan tingginya pertumbuhan di dunia pendidikan dan dunia Teknologi Informasi, bagi pesaing baru *Cursus* yang perlu diperhatikan adalah perusahaan-perusahaan yang telah berbasis teknologi seperti Blibli, Grabbike, Gojek karena mereka dapat dengan mudah meniru sistem dari *Cursus* dengan sumber daya manusia yang handal. Begitu pula dengan pemilik modal besar perlu menjadi perhatian seperti misalnya PT XL Axiata yang mendirikan perusahaan e-commerce elevenia, perusahaan dengan modal besar seperti ini sangat mudah untuk terlibat dalam industri tertentu yang menguntungkan. Meskipun awalnya PT XL Axiata adalah perusahaan penyedia provider kartu Sim untuk handphone namun mereka membentuk lini bisnis baru di dunia e-commerce melihat pertumbuhan minat masyarakat terhadap belanja online yang tinggi. Maka dari itu potensi masuknya pesaing baru seperti ini dapat menjadi ancaman bagi *Cursus*.

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. Persaingan Antar Perusahaan Saingan

Persaingan antar perusahaan sejenis merupakan faktor yang paling berat dalam persaingan. Segmen tertentu menjadi tidak menarik jika ia telah memiliki pesaing yang banyak, kuat atau agresif. Strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berhasil hanya sejauh ia menghasilkan keunggulan kompetitif atas strategi yang dijalankan perusahaan pesaing. Perubahan dalam strategi oleh satu perusahaan bisa jadi ditanggapi dengan langkah balasan.

Bagi *Cursus* yang dapat dikatakan menciptakan inovasi dalam penyedia aplikasi untuk pendidikan belum memiliki persaingan antar perusahaan saingan karena belum ada perusahaan yang bergerak di bidang usaha ini, namun bagi pesaing tidak langsung terdapat pada sistem pengajaran konvensional seperti pengajar privat individu dan bimbingan belajar. Pesaing tidak langsung ini dapat menjadi peluang ketika mereka ingin bergabung bersama *Cursus* untuk menjadi pengajar.

## 3. Potensi Ancaman dari Produk Substitusi

Produk substitusi adalah barang-barang atau jasa berbeda dari luar industri tertentu yang melakukan fungsi yang serupa dengan produk yang dihasilkan oleh industri tersebut. Secara umum, produk substitusi merupakan ancaman bagi suatu bisnis apabila biaya perpindahan yang dikeluarkan lebih sedikit, harga produk pengganti cukup menarik, mudah didapatkan, dan mempunyai kualitas, kinerja yang dapat memuaskan pembeli.

Pada platform aplikasi *Cursus* ancaman produk substitusi dapat digolongkan kecil atau sedang. Ancaman itu sendiri berasal dari pengajaran online, seperti yang kita ketahui sekarang banyak penyedia kursus bahasa hanya melalui internet tanpa tatap muka langsung, mereka mengajar melalui internet.

© 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.



Hal lain seperti tutorial-tutorial pembelajaran yang ada di internet sehingga murid dapat belajar sendiri. Produk pengganti inilah yang perlu dijadikan perhatian.

**4. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (Bargaining Power of Supply)**

Pemasok menyediakan dan menawarkan input yang diperlukan untuk memproduksi barang atau menyediakan jasa oleh industri atau perusahaan. Hubungan dengan pemasok yang baik akan memudahkan perusahaan dalam mendistribusikan produk mereka. Dalam setiap bidang bisnis, kekuatan pemasok dengan tekanan industri perlu disesuaikan, agar posisi tawar menawar menjadi seimbang. Ada beberapa hal yang menyebabkan posisi tawar menawar pemasok tinggi, yaitu jumlah pemasok sedikit, adanya ancaman integrasi dari pemasok, dan biaya peralihan ke pemasok lain tinggi.

Dalam bidang usaha *Cursus*, yang menjadi pemasok yaitu pihak pengajar yang berkualitas dimana terdapat kerjasama dalam melayani calon murid. Ketersediaan pengajar yang banyak di pasar memberikan kesempatan agar para pengajar bergabung dengan *Cursus* karena banyak sekali pengajar yang tidak memiliki akses untuk memperoleh murid dan sebagai pihak penyedia aplikasi, menjaga hubungan yang baik dengan pengajar menjadi faktor yang penting untuk keberhasilan dan keberlangsungan bisnis.

**5. Kekuatan Tawar Menawar Konsumen (Bargaining Power of Buyer)**

Konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen merupakan kunci dalam keberlangsungan perusahaan. Kekuatan daya tawar

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.



menawar konsumen kuat apabila jumlah konsumen sedikit, daya beli konsumen rendah, dan loyalitas konsumen terhadap suatu brand rendah.

Yang menjadi konsumen *Cursus* yaitu calon murid sekolah ataupun pekerja yang memerlukan pendidikan ataupun pengajaran meliputi pelajaran sekolah, musik, bahasa ataupun komputer dan untuk menciptakan brand yang kuat untuk *Cursus*, setiap pengajar perlu terseleksi dengan kepribadian yang layak sebagai pengajar. Untuk bidang pendidikan, dapat dibidang masyarakat di Indonesia mementingkan pendidikan dan pengembangan diri, sehingga untuk posisi tawar menawar konsumen dapat dikatakan sangat kecil. Masyarakat sadar akan pentingnya pendidikan dan terkadang sulit untuk memperoleh pengajar yang diinginkan, sehingga hal ini menjadi peluang bagi *Cursus* dengan aplikasinya yang menyediakan keterbukaan informasi kepada murid.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## E. Analisis Posisi dalam Persaingan

Menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 297), "*Product Life Cycle is the course of a product's sales and profits over its lifetime. It involves five distinct stages: product development, introduction, growth, maturity, and decline.*" Bila diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia Daur Hidup Produk adalah perjalanan dari penjualan dan keuntungan produk semasa hidupnya. Terdiri dari lima tahap yaitu: pengembangan produk, pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan, dan penurunan yaitu:

### 1. Tahap Pengembangan Produk (*Product Development*)

Perusahaan menemukan dan mengembangkan ide produk bar. Selama pengembangan produk, perusahaan tidak memiliki penjualan atau penjualan sama dengan nol, dan biaya investasi perusahaan umumnya tinggi.

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. Tahap Perkenalan (*Introduction*)

Periode dimana pertumbuhan penjualan perusahaan lambat ketika produk dikenalkan di pasar, perusahaan masih belum dapat melihat keuntungan karena tingginya biaya perkenalan untuk produk tersebut.

## 3. Tahap Pertumbuhan (*Growth*)

Periode penerimaan pasar yang cepat dan keuntungan yang meningkat.

## 4. Tahap Kedewasaan (*Maturity*)

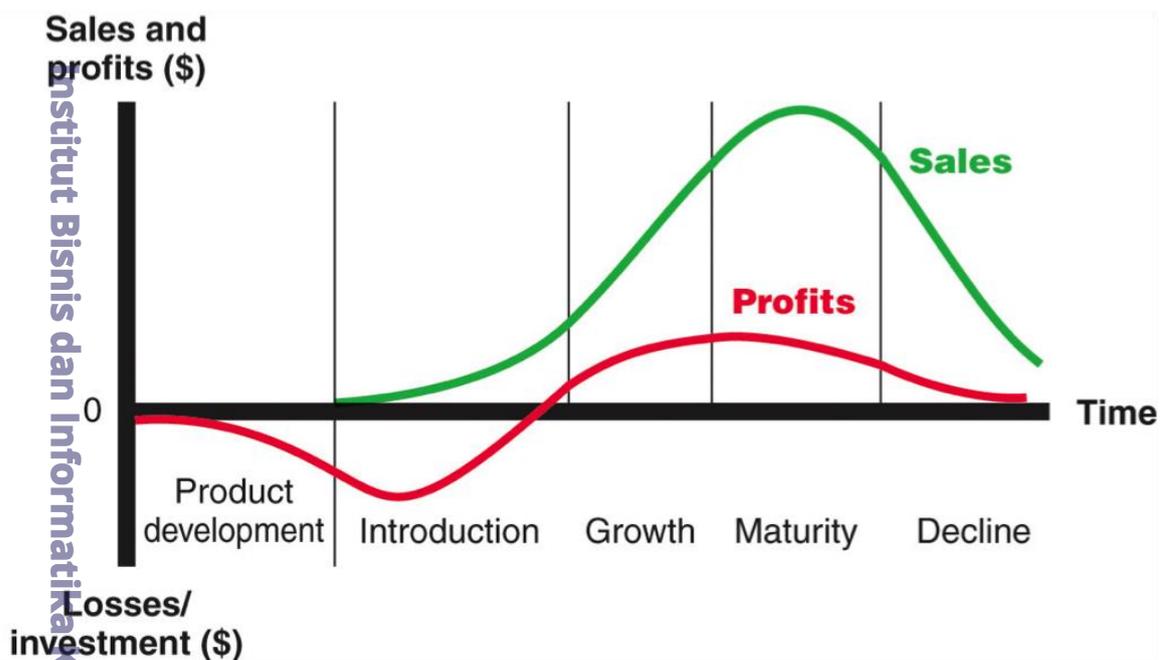
Periode penurunan dari pertumbuhan penjualan karena produk telah mencapai penerimaan dari pembeli potensial. Tingkat keuntungan menurun karena meningkatnya biaya pemasaran untuk mempertahankan produk dari kompetisi di pasar.

## 5. Tahap Penurunan (*Decline*)

Periode ketika penjualan jatuh dan keuntungan rendah.

Gambar 3.2

Product Life Cycle



Sumber: Kotler dan Armstrong (2012:297)



Bisnis *Cursus* berada ada tahap pengembangan produk (*product development*), karena bisnis belum dipasarkan kepada masyarakat. Produk baru yang sukses dan diterima oleh masyarakat pasti telah melalui tes produk di pasar sebelum akhirnya meluncurkan produk akhir di pasar dan ada biaya yang dikeluarkan untuk membuat purwa rupa (*prototype*) untuk diuji pada masyarakat. Manajemen perusahaan perlu secara cermat mengetahui kebutuhan masyarakat hingga sampai pada akhirnya tahap komersialisasi produk akhir yang siap untuk ditawarkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:293), Pengembangan Produk Baru yang berhasil memerlukan pendekatan yang menyeluruh antara Fokus Pada Pelanggan (*Customer-centered New Product Development*), Kerjasama Tim (*Team-Based Product Development*), dan Sistematis (*Systematic Product Development*)

Pada tahap perkembangan produk, *Cursus* melakukan analisis pasar dan dalam melakukan pengelolaan perkembangan produk baru, *Cursus* fokus pada permasalahan di masyarakat yang sulit untuk memperoleh pengajar yang berkualitas, terpercaya dan berpengalaman. sehingga dengan aplikasi yang ditawarkan, *Cursus* akan memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh pengajar, masyarakat dapat melihat daftar-daftar pengajar beserta pengalaman mengajar mereka sehingga akhirnya aplikasi yang disediakan dapat teripta kepuasan pelanggan.

#### **F. Analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM)**

Menurut David (2011:160), Analisis CPM mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan sampel. Analisis CPM dapat membantu perusahaan untuk menganalisis siapa pesaing yang menjadi lawan



sejati perusahaan, sehingga perusahaan dapat lebih mudah untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang harus dicapai yang menjadi kelemahan perusahaan jika dibandingkan dengan lawan sejati tersebut. Analisis CPM ini dapat dipermudah dengan menentukan *Key Success Factor* untuk para pesaing perusahaan.

Faktor keberhasilan penting dalam Matriks Profil Kompetitif mencakup isu-isu eksternal dan internal, maka peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan di mana 4=kekuatan mayor, 3=kekuatan minor, 2=kelemahan minor, 1=kelemahan mayor. Faktor-faktor kunci keberhasilan yang dipertimbangkan oleh *Cursus* adalah sebagai berikut:

#### 1. Sistem Layanan

Sistem layanan pengajar yang dipermudah dengan adanya teknologi dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena calon murid dapat memilih mana pengajar yang sesuai dengan kriterianya karena terdapat pengalaman serta sejarah pendidikan dari tiap pengajar, ada pula prestasi-prestasi yang telah diraihinya. Dengan sistem yang dibuat, selain mempermudah mendapatkan pengajar murid juga dapat memperoleh kesempatan mendapat pelajaran di bidang lain dengan sistem point, misalkan seorang murid melakukan privat pada pelajaran sekolah dan sudah mendapatkan 100 poin karena telah privat selama 3 bulan, maka murid dapat menggunakan 1 kali kesempatan gratis untuk menyewa pengajar dari bidang lain.

#### 2. Lokasi Mengajar

Lokasi dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena lokasi yang strategis dan mudah dijangkau tentunya akan menarik perhatian murid untuk menggunakan layanan kami. Lokasi Jabodetabek sebagai awal target sangat tepat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKU (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



karena tingkat pendidikan di Jabodetabek sangatlah tinggi dan jaraknya berdekatan antar sekolah yang memudahkan pengajar memiliki kesempatan mengajar dari suatu tempat ke tempat lain

### 3. Daya saing harga

Daya saing harga dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena konsumen akan melakukan perbandingan dari berbagai alternatif yang ada dalam menentukan kepuasan konsumen untuk menggunakan jasa. Perbandingan harga pada *Cursus* dapat dibandingkan dengan bimbingan belajar maupun penyedia jasa lain yang menawarkan jasa serupa.

### 4. Kualitas layanan

Kualitas layanan dipilih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena layanan yang di sediakan oleh *Cursus* dapat meningkatkan kenyamanan murid sehingga dapat terjadi penggunaan jangka panjang terhadap aplikasi ini.

### 5. Promosi

Promosi merupakan upaya untuk menawarkan produk atau jasa kepada konsumen sehingga calon konsumen dapat menikmati layanan yang ditawarkan. Promosi bagi perusahaan yang baru berjalan memerlukan biaya yang besar sehingga dapat menghambat pertumbuhan bisnis akibat pesaing yang melakukan promosi yang gencar.

### 6. Keterbukaan Informasi

Keterbukaan informasi dalam pengajaran perlu agar murid mengetahui bagaimana pengalaman mengajar guru dan apa yang telah dia raih dalam prestasinya maupun penilaian murid lain terhadap pengajar tersebut sehingga murid percaya atas kemampuan pengajar.

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



## 7. Fasilitas

Ⓒ Fasilitas belajar menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan karena keberhasilan pengajaran dapat didukung dengan fasilitas yang menarik seperti AC, ruang belajar yang menarik. Namun, *Cursus* menyediakan fasilitas yang terbatas dibanding pesaing karena proses belajar mengajar terjadi pada lokasi yang tak menentu. Misalnya, jika murid ingin belajar di rumah murid, maka fasilitas yang disediakan terbatas di rumah murid saja. Para pengajar hanya dapat memberikan pengajaran yang menarik tanpa didukung fasilitas.

Faktor-faktor kunci keberhasilan yang telah ditentukan telah dianalisis dan diberi bobot serta peringkat pada Tabel 2.5 berikut:

**Tabel 3.4**

**Tabel Competitive Profile Matrix Aplikasi Cursus**

Key Succes Factor	Bobot	Cursus		Bimbingan Belajar		Guru Privat Individu	
		Rating	Bobot Rating	Rating	Bobot Rating	Rating	Bobot Rating
Sistem Layanan	0,18	4	0,72	3	0,54	2	0,36
Lokasi Mengajar	0,13	3	0,39	2	0,26	3	0,39
Daya Saing Harga	0,11	2	0,22	4	0,44	3	0,33
Kualitas Layanan	0,15	3	0,45	2	0,30	3	0,45
Promosi	0,14	2	0,28	4	0,56	3	0,42
Keterbukaan Informasi	0,16	4	0,64	2	0,32	4	0,64
Fasilitas	0,13	2	0,26	4	0,52	2	0,26
Total	1		2,96		2,94		2,85

Keterangan: 4=kekuatan mayor, 3=kekuatan minor, 2=kelemahan minor, 1=kelemahan

mayor.

Sumber: *Cursus*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (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.



## G. Analisis SWOT

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Kotler dan Keller (2012:70), "SWOT Analysis is the overall evaluation of a company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. It's a way of monitoring the external and internal marketing environment." Bila diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia analisis SWOT adalah evaluasi secara keseluruhan mengenai *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat*. Analisis tersebut adalah cara untuk mengamati lingkungan pemasaran internal maupun eksternal.

Berikut adalah analisis SWOT dari *Cursus* :

### 1. Strength

- a. *Cursus* memiliki aplikasi dengan sistem yang mempermudah murid mendapatkan pengajar yang terampil.
- b. Lokasi belajar mengajar yang fleksibel dengan kebutuhan murid.
- c. Pengajar yang berkualitas telah lulus seleksi dengan mempunyai minimal 1 prestasi.
- d. Keterbukaan informasi bagi murid yang ingin melihat data pengalaman mengajar guru.

### 2. Weakness

- a. Harga yang ditawarkan cenderung lebih tinggi karena perusahaan yang baru berdiri masih membutuhkan dana untuk modal usaha..
- b. Modal pemasaran yang terbatas, mengandalkan pemasaran langsung.
- c. Fasilitas yang disediakan terbatas karena menyesuaikan lokasi belajar yang diinginkan murid.

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.



### 3. *Opportunity*

- a. Semakin banyak masyarakat yang peduli terhadap pendidikan.
- b. Dukungan pemerintah ingin mempermudah akses masyarakat terhadap pendidikan.
- c. Semakin banyak orang tua yang menginginkan anaknya terampil dalam berbagai hal seperti komputer, berbahasa dan musik.
- d. Masyarakat semakin ingin bertindak secara praktis dalam memperoleh sesuatu (contoh: online shopping)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 4. *Threat*

- a. Ancaman pesaing baru di bidang teknologi yang mudah melakukan duplikasi
- b. Regulasi pemerintah terhadap perusahaan teknologi masih belum jelas.

Menurut Fred R. David (2011:327) Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi : Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik.

Berikut penjelasan mengenai matriks SWOT:

#### 1. Strategi SO (kekuatan-peluang)

Memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Semua manajer tentunya menginginkan organisasi mereka



berada dalam posisi di mana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai tren dan kejadian eksternal. Secara umum, organisasi akan menjalankan strategi WO, ST, atau WT untuk mencapai situasi di mana mereka dapat melaksanakan Strategi SO.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**2. Strategi WO (kelemahan-peluang)**

Bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang, peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

**3. Strategi ST (kekuatan-ancaman)**

Menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkungan eksternal.

**4. Strategi WT (kelemahan-ancaman)**

Merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi yang menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal benar-benar dalam posisi yang membahayakan.

Berikut adalah matriks SWOT berdasarkan analisa yang telah diuraikan di atas, beserta strategi-strategi untuk menanggulangnya.

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 3.5**  
**Matriks Analisis SWOT *Cursus***

<p><b>Internal</b></p> <p><b>Strength (Kekuatan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><i>Cursus</i> memiliki aplikasi dengan sistem yang mempermudah murid mendapatkan pengajar yang terampil.</li> <li>Lokasi belajar mengajar yang fleksibel dengan kebutuhan murid.</li> <li>Pengajar yang terampil dan berkualitas telah lulus seleksi dengan mempunyai minimal 1 prestasi.</li> <li>Keterbukaan informasi bagi murid yang ingin melihat data pengalaman mengajar guru.</li> </ol>	<p><b>Weakness (Kelemahan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Harga yang ditawarkan cenderung lebih tinggi karena perusahaan yang baru berdiri masih membutuhkan dana untuk modal usaha..</li> <li>Modal pemasaran yang terbatas, mengandalkan pemasaran langsung dan <i>word of mouth</i>.</li> <li>Fasilitas yang disediakan terbatas karena menyesuaikan lokasi belajar yang diinginkan murid.</li> </ol>		
		<p><b>Strategi (SO)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memasarkan aplikasi <i>Cursus</i> disertai dengan mengadakan seminar pendidikan. (S1,O1).</li> <li>Memasang iklan, promosi di internet agar masyarakat mengetahui bisnis <i>Cursus</i> (S2,O2).</li> <li>Menyediakan pengajar berkualitas dengan fokus pada perkembangan murid ditambah dengan keterbukaan informasi yang dapat dilihat pada aplikasi. (S3,O3)</li> <li>Memberikan fitur-fitur menarik seperti online chatting, mengupdate sistem terus menerus sesuai dengan saran dan kebutuhan pengguna. (S1,S4,O4)</li> </ol>	<p><b>Strategi (WO)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Fokus pada kualitas layanan agar timbul kepercayaan dari murid atas hasil yang akan diperoleh (W1,W3,O1).</li> <li>Mengikuti program-program pemerintah dan bekerja sama dengan yayasan sekolah untuk membantu promosi usaha (W2,O2).</li> <li>Fokus dalam meningkatkan kemudahan konsumen dalam mengakses aplikasi <i>Cursus</i> (W3, O4)</li> </ol>
<p><b>Eksternal</b></p> <p><b>Opportunity (Peluang)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Semakin banyak masyarakat yang peduli terhadap pendidikan.</li> <li>Dukungan pemerintah ingin mempermudah akses masyarakat terhadap pendidikan</li> <li>Semakin banyak orang tua yang menginginkan anaknya terampil dalam berbagai hal seperti komputer, berbahasa dan musik.</li> <li>Masyarakat semakin ingin bertindak secara praktis dalam memperoleh sesuatu (contoh: online shopping)</li> </ol>	<p><b>Threat (Ancaman)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ancaman pesaing baru di bidang teknologi yang mudah melakukan duplikasi.</li> <li>Regulasi pemerintah terhadap perusahaan teknologi masih belum jelas.</li> </ol>	<p><b>Strategi (ST)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memberikan kenyamanan berupa hadiah atas perolehan nilai yang baik pada murid untuk memperoleh loyalitas konsumen(S1,T1).</li> <li>Mewujudkan visi bisnis untuk mendapat dukungan masyarakat sehingga bisnis didukung masyarakat (S1,T2).</li> </ol>	<p><b>Strategi (WT)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memberikan promo atau memberikan pengajaran gratis bagi pengguna pertama aplikasi (W1,T1).</li> <li>Menyediakan tambahan layanan yang sesuai dengan kebutuhan, tren konsumen guna turut membantu pemerintah meningkatkan kualitas sumber daya manusia. (W2,T1,T2).</li> </ol>

Sumber: *Cursus*