



BAB II ANALISIS INDUSTRI

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Gambaran Masa Depan

Untuk mengetahui gambaran masa depan dari bisnis kursus bahasa asing, maka penulis melakukan pengumpulan data melalui sumber data primer dengan teknik angket (kuesioner). Menurut Husein Umar (2003:167), “teknik yang menggunakan angket (kuesioner) adalah cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan tersebut dapat bersifat terbuka, jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan. Instrument berupa lembar daftar pertanyaan dapat berupa angket (kuesioner, *checklist*, ataupun skala).”

Oleh karena itu, untuk mengetahui gambaran masa depan dari pada bisnis *iCourse* maka dilakukan teknik angket dengan model tertutup. Angket tersebut dibagikan kepada 100 responden dari 143.777 anggota populasi kecamatan Serpong , Tangerang Selatan. Berikut ini adalah kesimpulan dari hasil penyebaran kuesioner :

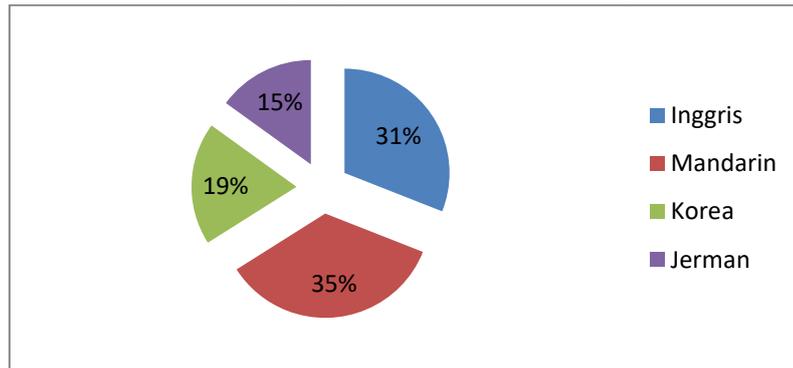
1. 94% menyatakan perlu untuk bisa berbahasa asing pada saat ini
2. 96% responden menyatakan bahasa asing sangat diperlukan untuk masa depan
3. Dari 100 responden, 36% Menganggap bahasa Mandarin perlu untuk masa depan, 31 % memilih bahasa Inggris, 19% memilih bahasa Korea, dan 14 % memilih bahasa Jerman.

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



Gambar 2.1
Bahasa yang diperlukan di Masa Depan

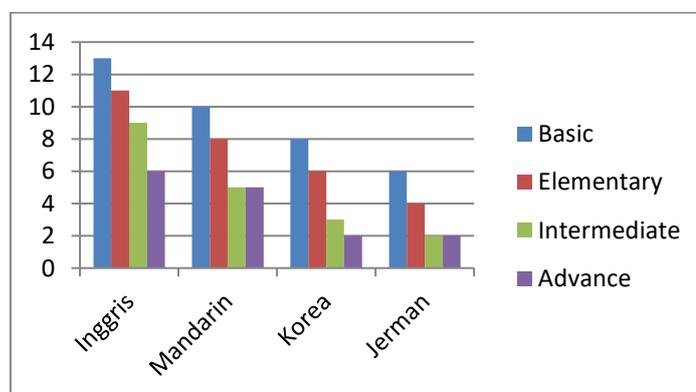


Sumber : Lampiran 3

4. Dari 100 responden diperoleh hasil :

- a. 39% sudah menguasai bahasa Inggris (13 orang basic, 11 orang elementary, 9 orang intermediate, 6 orang advance),
- b. 28% Mandarin (10 orang basic, 8 orang elementary, 5 orang intermediate, 5 orang advance),
- c. 19% menguasai Korea (8 orang basic, 6 orang elementary, 3 orang intermediate, 2 orang advance),
- d. 14% menguasai Jerman (6 orang basic, 4 orang elementary, 2 orang intermediate, 2 orang advance).

Gambar 2.2
Tingkat Penguasaan Bahasa Asing Responden



Sumber : Lampiran 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.



5. 98% menyatakan ingin menguasai lebih dari 1 bahasa asing.
6. 83% menyatakan membutuhkan tempat kursus untuk membantu meningkatkan kemampuan berbahasa asing.

Berdasarkan data dari hasil pembagian kuesioner kepada 100 orang responden, dapat disimpulkan bahwa masyarakat masih menganggap perlu untuk bisa berbahasa asing saat ini dan di masa depan dan banyak yang yang ingin menguasai lebih dari satu bahasa asing serta masih membutuhkan tempat kursus untuk membantu meningkatkan kemampuan berbahasa asing mereka. Dengan beberapa data tersebut dapat disimpulkan bahwa masa depan dari bisnis kursus bahasa asing masih akan terus berkembang untuk membantu masyarakat meningkatkan kemampuan berbahasa asing mereka.

B. Visi dan Misi

Visi menurut Pinson (2009:50). Adalah sesuatu yang ingin di capai oleh organisasi atau perusahaan dan menentukan strategi yang akan di gunakan untuk mencapai tujuan atau sasaran. Sedangkan definisi pernyataan misi secara umum menggambarkan arah masa depan suatu organisasi. Berikut adalah visi dan misi *iCourse*.

Visi :

” Menjadi Pusat Pembelajaran Bahasa Asing di Jabodetabek di Tahun 2020.”

Misi :

1. Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen melalui sistem dan kurikulum bahasa asing yang tepat.
2. Melakukan peningkatan mutu pendidikan, pelayanan serta fasilitas secara berkesinambungan.

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.



Dalam rangka pencapaian tujuan tersebut Para murid di *iCourse* bisa mengikuti lebih dari satu program bahasa asing, sehingga bisa di ibaratkan seperti pribahasa “sekali merengkuh dayung dua tiga pulai terlampaui” diharapkan setiap murid bimbingan *iCourse* mampu menguasai lebih dari satu bahasa asing sehingga para peserta didik memiliki nilai individu yang lebih dibanding yang lain dan secara tidak langsung akan memunculkan image yang bagus untuk para murid dan juga *iCourse*.

C. Tujuan Perusahaan

Dalam menjalankan sebuah bisnis, bisnis tersebut pasti akan memiliki sebuah tujuan yang ingin dicapai. Tujuan dalam suatu bisnis dapat berupa tujuan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang.

Tujuan jangka pendek dari *iCourse* adalah mengenalkan *iCourse* kepada masyarakat sekitar lingkungan Gading Serpong, BSD dan Alam Sutera.

Tujuan jangka menengah dari *iCourse* adalah dapat terus bertahan dalam bisnis kursus bahasa asing.

Tujuan jangka panjang dari *iCourse* adalah mengembangkan pangsa pasar dengan cara membuka cabang didaerah berkembang lainnya.

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



D. Analisis Lingkungan Makro Bisnis.

Analisis lingkungan bisnis yaitu 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. Dengan pemahaman lingkungan secara menyeluruh dimana usaha perusahaan berada, diharapkan agar perusahaan dapat mengambil kesempatan yang ada serta meminimalisir resiko atau ancaman.

1. Politik

Kondisi politik yang mendukung dan stabil di suatu negara sangat dibutuhkan demi kelangsungan investasi dan juga perekonomian termasuk usaha penyedia jasa pendidikan. Sebagai pelaku bisnis harus dapat memperhatikan stabilitas politik, kebijakan pemerintah yang sangat dominan, yang dapat menjadi peluang maupun ancaman bagi bisnis.

Kondisi politik di Indonesia terhadap bisnis penyedia jasa saat ini bisa menjadi peluang untuk *iCourse* karena pemerintah terus mendukung usaha yang bisa membantu dalam peningkatan kualitas sumberdaya manusia di Indonesia.

2. Ekonomi

Faktor ekonomi disuatu negara dapat berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan bisnis karena faktor ekonomi dapat mempengaruhi daya beli masyarakat. Semakin baik perekonomian suatu negara, akan membawakan dampak baik terhadap daya beli masyarakat. Sebaliknya, semakin buruk perekonomian suatu negara, akan membawakan buruk terhadap daya beli masyarakat.

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.



Kondisi ekonomi dari Indonesia yang semakin meningkat dapat memberikan peluang kepada beberapa sektor industri di Indonesia, pada sektor pendidikan non formal secara tidak langsung akan meningkat kebutuhannya seiring dengan meningkatnya kekuatan daya beli masyarakat hal ini bisa menjadi peluang untuk *iCourse*.

3. Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

3. Social

Faktor sosial dapat menjadi pertimbangan penting bagi setiap pelaku bisnis yang akan menjalankan bisnisnya. Faktor sosial ini berupa kebiasaan normatif, gaya hidup, dan pola pikir. Perubahan sosial masyarakat juga dapat berpengaruh terhadap setiap bisnis. Dengan ada tren untuk menguasai lebih dari satu bahasa asing, hal ini dapat menjadi peluang untuk *iCourse* sebagai penyedia jasa pendidikan bahasa asing.

4. Technology

Kecanggihan dan kemajuan *technology* sangat berdampak terhadap seluruh aspek manusia. Begitu juga terhadap berkembangnya aktivitas bisnis dimana kebutuhan informasi dan *technology* sangat berperan strategis dalam hal pengambilan keputusan bisnis.

Dengan semakin berkembang *Technology*, hal ini menjadi peluang untuk *iCourse*, yaitu dengan adanya *software* di beberapa produk elektronik yang bisa membantu *iCourse* untuk melakukan pengembangan sistem *report* pembelajaran dan sistem administrasi yang lebih rapih

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.



5. *Legal*

Faktor hukum merujuk pada semua hukum langsung yang terhubung pada bisnis atau perusahaan dan daerah kegiatan, termasuk hukum ketenaga kerjaan,. Hal itu akan menjadi ancaman kepada *iCourse*, Salah satu yang menjadi ancaman dari sisi legal adalah cukup rumitnya prosedur untuk dapat memperkerjakan tenaga pengajar Asing.

6. *Environmental*

Pesaing-pesaing yang bergerak dibidang yang sama dan tren yang berlaku saat ini termasuk kedalam faktor lingkungan bisnis. Pesaing-pesaing yang bergerak dibidang yang sama dapat mempengaruhi tingkat pendapatan yang didapatkan oleh suatu perusahaan. Semakin banyak dan kuat pesaing tersebut, semakin kecil juga kemungkinan perusahaan tersebut untuk memasuki dan menguasai pasar. Sebaliknya semakin sedikit dan lemah pesaing tersebut, semakin besar juga kemungkinan perusahaan untuk memasuki dan menguasai pasar.

Jumlah penyedia jasa pendidikan bahasa asing di Serpong masih sedikit, dan hal ini akan memberikan dampak positif terhadap *iCourse*. *iCourse* mendapatkan peluang untuk memasuki dan memperluas pasar di daerah Serpong.

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. Analisis Pesaing Industri.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

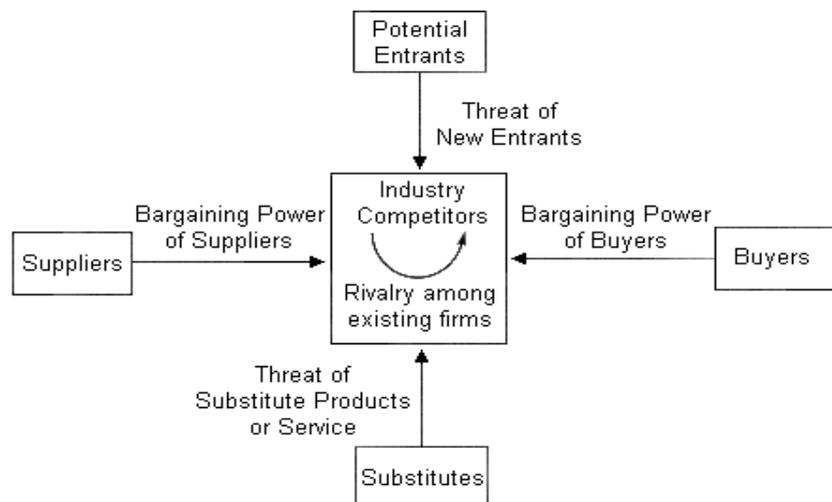
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pesaing merupakan perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk/jasa yang ditawarkan. Suatu perusahaan perlu mencari keterangan mengenai siapa pesaing yang akan mereka hadapi untuk mempersiapkan strategi efektif yang akan digunakan dalam menghadapi persaingan tersebut. Perusahaan harus membuat perbandingan jasa, harga, lokasi, dan promosi yang dilakukan pesaing terdekat. Dengan perbandingan ini perusahaan dapat mengetahui kelemahan dan juga kekuatan pesaing sehingga dapat mempersiapkan pertahanan untuk keberlangsungan bisnis.

Menurut Michael E. Porter dikutip dari buku (David, 2013:105), *Porters's Five Forces Model* adalah metode yang banyak digunakan untuk menciptakan strategi di berbagai macam industri. Ada lima model kekuatan utama dalam persaingan suatu industri yang terlihat pada gambar 2.3, yaitu:

Gambar 2.3

Porters's Five Forces Model



Sumber: *Strategic Management Fred R.David* 2013

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.



1. Persaingan diantara Perusahaan yang sejenis (*Rivalry Among Existing Firm*)

Menilai apakah organisasi tersebut dapat bersaing dengan sukses didalam suatu pasar yang memberikan peluang-peluang keuntungan,. Persaingan antara pemain industri dikatakan kuat, apabila :

- a. Jumlah pesaing bertambah, serta ukuran perusahaan pesaing dan kapabilitasnya menjadi relatif sama.
- b. Jika permintaan pasar menurun
- c. Jika kondisi industri membuat pesaing menggunakan strategi pemotongan harga atau senjata kompetitif lain untuk meningkatkan unit volume penjualan secara signifikan.
- d. Jika biaya beralih ke *brand* lain lebih rendah
- e. Jika biaya untuk keluar dari industri lebih tinggi dari pada biaya untuk tetap berada dalam industri dan bersaing

Persaingan dalam industri penyedia jasa pendidikan 4 bahasa asing di 1 tempat termasuk rendah karena masih sedikit tempat kursus menawarkan program yang sama, hal ini menjadi peluang bagi *iCourse* yang menawarkan 4 bahasa dan menyediakan fasilitas yang cukup baik.

2. Kemungkinan Masuknya Pesaing Baru (*Threat of New Entrants*)

Besar kecilnya ancaman dari pesaing baru tergantung pada hambatan masuk dan reaksi para pesaing yang telah ada dimana pendatang baru akan memasuki industri atau pasar tersebut. Jika hambatan masuk ke industri tinggi dan pendatang baru dapat dikalahkan oleh para pesaing yang telah ada, maka perusahaan secara nyata tidak akan mendapatkan ancaman serius dari pendatang baru.

© 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.



Hambatan masuk dikatakan kuat apabila:

- a. Skala ekonomi luas. Skala ekonomi mengarah pada upaya penurunan biaya per unit produk. Skala ekonomi menghalangi pendatang baru karena faktor ini memaksa pesaing untuk memilih industri dengan skala besar (yang umumnya beresiko tinggi dan berbiaya tinggi) atau harus menerima profitabilitas yang rendah
- b. Kebutuhan modal besar. Kebutuhan untuk menanamkan sumber daya keuangan yang besar agar dapat bersaing menciptakan hambatan masuk.
- c. Akses ke saluran distribusi yang luas. Hambatan masuk dapat ditimbulkan dengan adanya kebutuhan dari pendatang baru untuk mengamankan distribusi produknya.
- d. Dilindungi oleh peraturan pemerintah. Kebijakan pemerintah dapat membatasi pendatang baru dengan peraturan perijinan, peraturan periklanan, dan sebagainya.

Dalam hal ini tingkat ancaman dari pesaing baru yang cukup rendah dilihat dari sulitnya prosedur memperkerjakan tenaga pengajar asing, dan Modal yang di butuhkan cukup besar, sehingga hal ini bisa menjadi peluang untuk *iCourse*.

3. Potensi Ancaman dari Produk Substitusi (*Threat of Substitute Product*)

Produk pengganti dapat memberikan pilihan bagi pelanggan dan akan mengurangi keuntungan perusahaan. Tersedianya produk substitusi di pasar membuat pembeli membandingkan kualitas, performa dan harga produk dengan produk substitusinya, tekanan dari tiga faktor adalah:

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



- a. Harga dari produk substitusi cukup atraktif bagi pembeli
- b. Apakah produk substitusi memiliki kualitas, performance, dan atribut lain yang dapat memuaskan pembeli.
- c. Tingkat kemudahan pembeli untuk beralih kepada produk substitusi produk substitusi yang tersedia di pasar dengan harga atraktif sehingga menciptakan tekanan dalam persaingan.

Dalam industri ini ancaman produk substitusi cukup rendah contohnya seperti guru *private*, hal menjadi peluang untuk *iCourse* karena menawarkan kelas semi private dimana satu kelas hanya untuk 7 orang murid.

4. Kekuatan tawar menawar dari Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)

Pemasok menyediakan dan menawarkan input yang diperlukan untuk memproduksi barang atau menyediakan jasa oleh industri atau perusahaan. Organisasi di dalam suatu industri bersaing antar satu dengan lainnya untuk mendapatkan input seperti bahan baku dan modal. Apabila pemasok mampu mengendalikan perusahaan dalam hal penyediaan input, sedang industri tidak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pemasok maka posisi tawar industri menjadi lemah dan sebaliknya posisi tawar pemasok menjadi kuat. Kekuatan tawar menawar pemasok tinggi apabila:

1. Jumlah pemasok utama. Pemasok didominasi oleh beberapa perusahaan dan lebih terkonsentrasi dibandingkan industri dimana para pemasok menjual produknya.
2. Kurang Ketersediaan substitusi. Pemasok tidak menghadapi produk pengganti lain untuk dijual kepada industri

© 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.



3. Ancaman integrasi dari pemasok, kelompok pemasok memperlihatkan ancaman yang menyakinkan untuk melakukan *forward integration*
4. Biaya beralih pemasok. Biaya peralihan yang harus dikeluarkan cukup tinggi apabila berganti pemasok

Dalam industri ini daya tawar pemasok cukup tinggi karena ketersediaan pengajar asing yang sedikit, hal ini dapat menjadi ancaman untuk *iCourse*.

5. Kekuatan tawar menawar dari Konsumen (*Bargaining Power Buyers*)

Kekuatan daya tawar konsumen kuat apabila:

- a. Jumlah konsumen yang sedikit, semakin sedikit jumlah konsumen berarti semakin kecil kemungkinan memperoleh alternatif pembeli
- b. Daya beli konsumen rendah, semakin rendah daya beli konsumen berarti semakin sulit bagi penjual untuk memperoleh konsumen karena kemampuan konsumen sangat terbatas
- c. Biaya berganti merek rendah, jika biaya yang harus dikeluarkan pembeli untuk beralih pada *brand* pesaing atau produk substitusi adalah rendah, maka kekuatan kompetitif pembeli cukup kuat
- d. Loyalitas konsumen rendah. Semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen, semakin kuat posisi tawar-menawar mereka.

Dalam hal ini daya tawar konsumen dikatakan rendah di industri penyedia jasa pendidikan 4 bahasa asing, sehingga hal ini menjadi peluang untuk *iCourse*.

© 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.



F. Analisis *Competitive Profile Matrix*

Menurut Fred R. David (2013:113), Matriks Profil Kompetitif (*Competitive Profile Matrix*) mengidentifikasi pesaing-pesaing suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus dalam hubungannya dengan posisi perusahaan pesaing tidak langsung.

Faktor keberhasilan penting dalam Matriks Profil Kompetitif mencakup baik isu-isu internal maupun eksternal, karenanya peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan utama. beberapa faktor kunci keberhasilan penting yang dipertimbangkan oleh *iCourse* adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1

Competitive Profile Matrix

Critical Success Factor	Bobot	EF		Mandari Expert		<i>iCourse</i> (diharapkan)	
		Peringkat	Skor Bobot	Peringkat	Skor Bobot	Peringkat	Skor Bobot
Harga	0,15	2	0,30	4	0,60	3	0,45
Tenaga Pengajar	0,25	3	0,75	3	0,75	3	0,75
Sistem Pengajaran	0,25	4	1,00	3	0,75	3	0,75
Fasilitas	0,20	4	0,80	2	0,40	3	0,60
Tenaga Pemasaran	0,15	3	0,45	2	0,30	4	0,60
TOTAL	1		3.3		2.8		3.15

Sumber: Hasil Olahan 2013

Faktor-faktor yang menjadi keunggulan krusial pada *iCourse* dibandingkan dengan para pesaing tidak langsungnya adalah tenaga pemasaran (skor bobot=0,60) Secara keseluruhan dilihat dari analisis CPM dapat diketahui *iCourse* sedikit lebih baik dari pesaingnya dimana Mandarin Expert memiliki skor sebesar total 3.15 sedangkan EF lebih unggul sistem pengajaran dan fasilitas dengan skor 4,0. Namun masih terdapat beberapa faktor yang memerlukan perbaikan di *iCourse* yaitu tenaga sistem pengajar dan fasilitas agar dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaing.



G. Analisis SWOT

Agar dapat merumuskan strategi yang tepat, tentunya sebuah perusahaan harus terlebih dahulu mengenal tentang situasi perusahaannya sendiri. Hal ini dapat dicapai dengan melakukan analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang merupakan analisa untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari sisi internal perusahaan serta mengenali peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan tersebut

Fred R. David (2013:206) menggambarkan SWOT sebagai sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan 4 jenis strategi : Strategi SO (*Strength-Opportunity*), Strategi WO (*Weakness-Opportunity*), Strategi ST (*Strength-Threat*), Strategi WT (*Weakness-Threat*).

Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT merupakan taktik defensive yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghadapi ancaman eksternal.

Berikut adalah SWOT *iCourse*:

1. *Strenghts*
 - a. Menyediakan empat program bahasa asing
 - b. Menggunakan jasa tenaga pengajar asing
 - c. Lokasi Tempat yang strategis
 - d. Jumlah murid dalam 1 kelas 7 orang

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- e. Fasilitas memadai, seperti ruang ber-AC,TV, komputer dan koneksi internet
- f. *iCourse System* yaitu sebuah sistem *direct report* perkembangan belajar yang mengintegrasikan antara pihak *iCourse*, Murid dan Orang Tua.

2. **© 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.

3. *Weakness*

- a. *Brand* yang belum dikenal orang
- b. Kurang pengalaman dalam berbisnis
- c. Terbatasnya Modal Finansial

3. *Opportunities*

- a. Tren menguasai lebih dari satu bahasa asing
- b. Meningkatnya daya beli masyarakat
- c. Banyaknya jumlah penduduk di usia belajar
- d. tren demand terhadap tempat kursus bahasa asing terus meningkat

4. Threats

- a. Munculnya pesaing yang menawarkan program lebih dari satu bahasa asing
- b. Terbatasnya jumlah tenaga pengajar asing



Berikut ini merupakan analisis SWOT yang dimiliki oleh *iCourse*

Table.2.2

Matrix SWOT

<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya tren menguasai lebih dari satu bahasa asing 2. Daya beli Masyarakat yang meningkat 3. Banyaknya jumlah penduduk di usia belajar 4. Tren demand terhadap tempat kursus terus meningkat 	<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing yang menawarkan program lebih dari satu bahasa asing 2. Terbatasnya jumlah tenaga pengajar asing
<p>Strengths</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan empat program bahasa asing. 2. Menggunakan jasa tenaga pengajar asing 3. Tempat yang strategis 4. Jumlah murid dalam 1 kelas 7 orang 5. <i>iCourse System</i> sebuah sistem <i>report</i> perkembangan belajar yang mengintegrasikan antara pihak <i>iCourse</i>, Murid dan Orang Tua. 6. Fasilitas memadai, seperti ruang ber-AC,TV, komputer dan internet yang digunakan sebagai sarana penunjang di setiap kelas. 	<p>Strategi (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi iklan melali internet atau media massa lainnya dengan cara menjelaskan lokasi, kelebihan, dan fasilitas yang di sediakan (S1, S2,S3, O1,O2) 2. Melakukan promosi ke sekolah atau mal terdekat dengan membuka stand. (S1,S4, S5,S6 ,03,04)
<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Brand yang belum dikenal 2. Kurang pengalaman dalam berbisnis 3. Terbarasnya Modal Finansial 	<p>Strategi (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan penetrasi pasar (W1,O1,O2) 2. Melihat pesaing dan mempelajari cara mereka melakukan aktifitas bisnis. Dengan demikian dapat mengatasi permintaan pasar yang terus bertumbuh (W2. O2, O4)
	<p>Strategi (S.T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan terbaik dan semaksimal mungkin mengingat adanya pesaing. (S1,T1) 2. Menggunakan fasilitas internet untuk mencari tenaga pengajar asing dan aktif di forum ekspatriat Indonesia. (S6,T2)
	<p>Strategi (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pelayanan di segala bidang agar jasa yang di tawarkan memuaskan (W1.W2.T1) 3. Aktif dalam forum ekspatriat di Indonesia dan forum asing untuk mencari tenaga pengajar bahasa asing (W1,W2,T2)

Sumber: Hasil Olahan 2013

© 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.



Dari tabel matrix SWOT diatas dapat diperoleh strategi dapat diperoleh

Strategi-strategi yang banyak digunakan untuk memanfaatkan kekuatan perusahaan dan peluang yang ada untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki di samping menghindari ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal perusahaan. Strategi-strategi yang akan diimplementasikan adalah :

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi yang di formulasikan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya, Strategi SO yang diterapkan *iCourse* adalah Melakukan promosi iklan melali internet atau media massa lainnya dengan cara menjelaskan lokasi, kelebihan, dan fasilitas yang di sediakan kemudian melakukan promosi ke sekolah dan mal dengan stand untuk menawarkan program *iCourse*, dan dengan semakin berkembangnya teknologi *iCourse* dapat memanfaatkanya untuk kegiatan promosi yang efektif.

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi yang di formulasikan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada, strategi WO yang dilakukan *iCourse* adalah Melakukan penetrasi pasar dan melihat pesaing dan mempelajari cara mereka melakukan aktifitas bisnis. Dengan demikian dapat mengatasi permintaan pasar yang cenderung terus bertumbuh.

3. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman yang ada. Strategi ST yang di lakukan adalah dengan Memberikan pelayanan terbaik dan maksimal mengingat adanya pesaing, sehingga tidak kalah dengan pesaing

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



4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi yang ditetapkan berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindar ancaman. Strategi WT *iCourse* adalah Meningkatkan pelayanan di segala bidang agar jasa yang di tawarkan memuaskan dan Aktif dalam forum ekspatriat di Indonesia dan forum asing untuk mencari tenaga pengajar bahasa asing.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

H. Ramalan Industri dan Pasar.

Menurut Husein Umar (2003 :297) “peramalan dapat digunakan untuk mengetahui keadaan sesuatu dimasa mendatang. Ramalan yang dilakukan umumnya akan berdasar pada data yang didapat pada masa lampau yang dianalisis dengan cara-cara tertentu.”

Dalam memulai suatu usaha ramalan industri bisnis yang akan dimasuki sangatlah penting, ramalan industri akan sangat dibutuhkan untuk mengetahui apakah bisnis tersebut masih berpotensi atau tidak, dan dapat digunakan untuk menjadi acuan mengambil kebijakan strategis dalam suatu bisnis.

Industri pendidikan non formal saat ini masih cukup bagus perkembangannya bisa dilihat dari jumlah permintaan dan penawaran, berikut ini adalah perkembangan jumlah tempat kursus bahasa inggris, mandarin, korea,dan Jerman di Indonesia :

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.



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 2.3

Jumlah Tempat Kursus Bahasa di Indonesia

Jenis Kursus	Tahun			
	2009	2010	2011	2012
Bahasa Inggris	3273	3445	3749	4165
Bahasa Mandarin	166	183	204	226
Bahasa Jerman	14	18	21	25
Bahasa Korea	69	76	83	97
Total	3522	3722	4057	4513

Sumber: Direktorat Pembinaan Kursus & Pelatihan

Dari tabel di atas dapat dilihat terus terjadi pertumbuhan jumlah tempat kursus setiap tahunnya, dapat diartikan *trend supply* tempat kursus terus bertumbuh rata-rata mencapai 8,46%. Sedangkan untuk tingkat *demand* tempat kursus bisa di lihat dari jumlah peminat tempat kursus, yang dapat diukur dari jumlah peserta didik yang terus meningkat setiap tahunnya. Data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.4

Jumlah Peserta Kursus Bahasa di Indonesia

Tahun	Jumlah (dalam jiwa)
2009	99.746
2010	108.611
2011	119.143
2012	135.390

Sumber : Direktorat Pembinaan Kursus & Pelatihan

.dari tabel 2.1 dan tabel 2.2 dapat disimpulkan industri pendidikan non formal mengalami pertumbuhan dilihat dari pertumbuhan *trend demand* sebesar 10,74% dan *trend supply* sebesar 8,64 % sehingga dapat diartikan terjadi peningkatan pertumbuhan pangsa pasar jasa kursus bahasa asing hal tersebut bisa menjadi peluang untuk *iCourse*.