**BAB IV**

**ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN**

**A. Jasa Yang Dihasilkan**

 Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* merupakan usaha di bidang jasa yang bergerak di bidang lembaga pendidikan berbahasa mandarin yang diajar oleh guru-guru professional lulusan pendidikan bahasa mandarin maupun sastra mandarin yang sudah lulus uji dan ditraining terlebih dahulu, tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* juga mengundang *native speaker* dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap.

 Program Pelatihan bahasa Mandarin yang dijalankan di tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* berbasis kurikulum untuk peserta agar mampu berkomunikasi dalam berbahasa Mandarin guna keperluan umum. Target dari tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago mandarin* yaitu anak anak SD sampai dengan SMA hal ini ditargetkan agar para siswa dapat mengikuti pelajaran bahasa asing di sekolahnya, selain itu para siswa ditargerkan dapat berkomunikasi dengan teman sekolah, keluarga dan juga untuk menunjang kegiatan yang dilakukan di dalam aktivitas sehari-hari. tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* juga akan memberikan test gratis bagi murid yang ingin mendaftar dan tanpa dipungut biaya. Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* menerapkan sistem *Placement tes* untuk penempatan anak-anak sesuai dengan kemampuannya.

 Jasa yang kami tawarkan yaitu:

1. Mandarin *Basic*

 Mandarin *basic* merupakan program yang dirancang untuk peserta yang belum memiliki pengalaman belajar bahasa mandarin sebelumnya. Durasi total program adalah

192 jam, mandarin *Basic* I berdurasi 96 jam. Target utama pembelajaran Mandarin *basic* I adalah murid mampu menguasai lafal bahasa Mandarin dengan baik serta menumbuhkan rasa percaya diri. Oleh karenanya target Mandarin *basic* I dirancang supaya murid memiliki kemampuan dasar yang memadai dan memotivasi yang kuat.

 Melalui program Mandarin *basic* II, penguasaan struktur kalimat dan dan kemampuan percakapan dalam berbagai *topic* mulai dibangun. Selain itu murid juga dapat mempelajari cara-cara mengatasi keterbatasan dalam komunikasi.

1. Mandarin *pre* *Intermediate:*

 Mandarin *Pre-Intermediate* merupakan program yang dirancang untuk mempersiapkan peserta supaya dapat menguasai struktur–struktur kalimat yang fundamental dalam Bahasa mandarin. Dengan demikian para murid akan memiliki dasar yang kokoh untuk melanjutkan belajar bahasa Mandarin ke level *intermediate*, dimana mereka dituntut untuk mulai memperluas kosakata dan memperdalam pemahaman terhadap variasi fungsi dari struktur-struktur kalimat. Hal yang sangat membedakan belajar bahasa Mandarin *Pre-Intermediate* dari *basic* adalah peningkatan jumlah kosakata baru yang dipelajari. Kosakata *Pre-Intermediate* mencapai 600 kata (akumulasi total 800 kata).

 Durasi total program adalah 192 jam, terbagi menjadi Mandarin *Pre-Intermediate* I dan Mandarin *Pre-Intermediate* II yang masing-masing berdurasi (96 jam; 2 jam/sesi; 2sesi /minggu).

1. Bahasa Mandarin *Intermediate*

Peserta program Mandarin *Intermediate* mulai dituntut untuk mulai memperluas kosakata dan memperdalam pemahaman terhadap variasi fungsi dari struktur-struktur kalimat. Durasi total program adalah 192 jam, terbagi menjadi Mandarin Intermediate I dan Mandarin Intermediate II yang masing-masing berdurasi 96 jam. Di akhir program,

 peserta diharapkan mampu menggunakan kosakata dan struktur kalimat yang bervariasi untuk mengungkapkan makna tertentu. Dengan kata lain, peserta diharapkan dapat memperluas gaya komunikasi dalam bahasa Mandarin.

4. Bahasa Mandarin *advanced*:

 Melalui program Mandarin *advanced* selain lebih lanjut memperluas kosakata serta memperdalam pemahaman terhadap variasi fungsi dari struktur-struktur kalimat yang esensial dalam komunikasi. Peserta juga berkesempatan untuk lebih jauh meningkatkan kemampuan mendengar melalui berbagai latihan mendengar pembacaan percakapan/narasi panjang (5-6 paragraf).

 Selain itu murid juga dikondisikan untuk terbiasa mengenali karakter Mandarin tanpa bantuan ejaan pinyin. Durasi total program adalah 192 jam, terbagi menjadi Mandarin *Advanced* I dan Mandarin *Advanced* II yang masing-masing berdurasi 96 jam. Secara keseluruhan, diakhir program belajar bahasa mandarin *advanced*, peserta ditargetkan untuk memiliki kemampuan komunikasi bahasa Mandarin yang lancar dan menyeluruh dalam empat aspek kemampuan berbahasa (berbicara, mendengar, membaca, dan menulis).

 Setelah menyelesaikan keseluruhan program belajar bahasa Mandarin *Basic* sampai dengan Mandarin *advanced* dalam jangka waktu kurang lebih 4 tahun. Peserta telah memiliki kemampuan komunikasi bahasa Mandarin yang lancar dan juga menyeluruh.

**Tabel 4.1**

**Materi Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin***

|  |  |
| --- | --- |
| Mandarin Basic I dan Basic II |  |
| Materi yang diajarkan |  *New Pratical Chinese Reader* *Textbook* 1 *Lesson* 1-6 |
| Target Pembelajaran | 1. Menguasai tehnik pelafalan bahasa Mandarin2. Menguasai ejaan bahasa Mandarin3. Menguasai ejaan bahasa (*pinyin*)4. Menguasai struktur kalimat dasar bahasa Mandarin5. Memahami konsep 4 nada yang membedakan arti kata dalam bahasa Mandarin  |
| Tipe kelas |  kelompok (15-20 orang) |
| Materi *Basic* I dan *Basic* 2 | 1. *New Pratical Chinese Reader Textbook* 1 *Lesson* 1-6*2. New Pratical Chinese Reader Textbook* 1 *Lesson* 7-14 |
| Akumulasi kosakata | 100 kata dan 200 kata |

**Mandarin *Basic* I dan I**

|  |  |
| --- | --- |
| Mandarin *Pre-Intermediate* 1 dan 2 |  |
| Target Pembelajaran  | 1. Menguasai kemampuan memahami, serta menceritakan ulang isi bacaan2. Meningkatkan kemampuan mengenali dan melafalkan karakter mandarin tanpa bantuan ejaan *pinyin*3. Berbicara tentang pengalamaan belajar bahasa asing |
| Tipe Kelas |  Kelompok (15-20 orang) |
| Materi Pre *Intermediat*e 1Materi Pre *Intermediate* 2 | 1. *New Pratical Chinese Reader* *Textbook* 2 *lesson* 15-20
2. New Pratical Chinese Reader *Textbook* 2 *lesson* 21-26
 |
| Akumulasi kosakata | 500 kata dan 800 kata  |

|  |  |
| --- | --- |
| Mandarin *Intermediate* I dan II |  |
| Target pembelajaran  | 1. Menguasai cara-cara mengungkapkan pendapat dengan argument sopan.2. Menggunakan frasa-frasa sopan/halus dalam bertutur kata.3. Meningkatkan kemampuan mengenali dan melafalkan karakter Mandarin tanpa bantuan ejaan *pinyin*. |
| Materi *Intermediate* I dan II  |  *New pratical Chinese Reader Textbook* 3 *Lesson* 27-32 dan *Lesson* 33-38 untuk *Intermediate* II |
| Akumulasi kosakata | 1200-1600 kata |
| Tipe kelas | kelompok (15-20 orang) |

|  |  |
| --- | --- |
| Mandarin Level *advanced* I dan 2 |  |
| Target pembelajaran | 1. Menguasai struktur-struktur kalimat kompleks yang sering digunakan dalam komunikasi, misal dalam pidato. 2. Mengembangkan kemampuan mendengar pembacaan percakapan / narasi panjang.3. Mengembangkan kemampuan membaca karakter mandarin (tanpa bantuan ejaan / *pinyin*). |
| Tipe Kelas | Kelompok (15-20 orang) |
| Materi | *New Pratical Chinese Reader textbook* 4 *lesson* 39-44 dan *Lesson* 45-50 untuk *Advanced 2* |
| Akumulasi kosakata | 1950 kata |

Sumber: Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin*

 Logo perusahaan adalah sesuatu yang harus dimiliki perusahaan, karena tujuan dari logo perusahaan adalah untuk membedakan produk yang dimiliki dengan perusahaan lain biarpun produk yang ditawarkan sama. Fungsi utama dari logo adalah untuk mengidentifikasi produk, jasa atau perusahaan yang ingin ditawarkan sebuah

perusahaan lewat tulisan atau gambar yang ada dalam logo. Penulis menciptakan logo tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* sebagai berikut :

**Gambar 4.1**

**Logo Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin***



 Gambar 4.1 adalah Logo dari tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin.* Arti dari kata *Jago Mandarin* agar anak-anak Indonesia dapat menguasai bahasa Mandarin dengan baik dan lancar serta mahir dalam bahasa Mandarin baik segi pengucapan dan penulisannya sangat mengerti dan memahami dengan baik, melalui tempat kursus bahasa Mandarin ini. Lalu penulis menggunakan lambang atau gambar seorang anak sedang membaca buku yang mengartikan bahwa pentingnya belajar bahasa mandarin dan pentingnya membaca jika ingin menambah ilmu harus rajin membaca buku, selain itu penulis juga memberikan tulisan China pada logo sehingga mengingatkan anak-anak Indonesia untuk terus belajar Bahasa Mandarin karena sangat penting dan bermanfaat khususnya di zaman sekarang ini bahasa Mandarin sangatlah penting untuk berkomunikasi sehingga tulisan China pada logo agar lebih meyakinkan anak-anak Indonesia untuk kursus di Jago Mandarin karena melalui kursus ini kami akan

memberikan banyak pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang luas mengenai Bahasa Mandarin.

 Kemudian penulis menggunakan warna merah untuk logo karena warna merah melambangkan kekuatan, keberanian untuk melangkah kedepan supaya masyarakat Indonesia khususnya anak-anak muda supaya lebih semangat lagi dalam belajar bahasa Mandarin dan berani untuk mengejar impian dan cita-cita mereka.

 **B. Gambaran Pasar**

 Rencana peramalan dan penjualan akan diasumsikan untuk satu bulan pertama sebagai dasar untuk perhitungan perencanaan 5 tahun kedepan. Di bawah ini merupakan ramalan penjualan tempat Kursus bahasa Mandarin *Jago Mandarin* dari tahun 2020-2024 pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

**Kapasitas Peserta Didik dalam Ruang Kelas**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Ruang** | **Kapasitas Murid** |
| 1 | Kelas A | 20 |
| 2 | Kelas B | 20 |
| 3 | Kelas C | 20 |
| 4 | Kelas D | 20 |
| 5 | Kelas E | 20 |
| 6 | Kelas F | 20 |
| 7 | Kelas G | 20 |
| 8 | Kelas H | 20 |
|   |  **Total** | **160** |

 Sumber: Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin*.

Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* memberikan jasa bimbingan belajar satu minggu 2 kali pertemuan dengan jadwal sebagai berikut.:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| SENIN | SELASA | RABU | KAMIS | JUMAT | SABTU |
| Sesi I :15.00-17.00Sesi II:18.00-20.00 | Sesi I:15.00-17.00Sesi II:18.00-20.00 | Sesi I:15.00-17.00Sesi II:18.00-20.00 | Sesi I:15.00-17.00Sesi II:18.00-20.00 | Sesi I:15.00-17.00Sesi II:18.00-20.00 | Sesi I:15.00-17.00Sesi II:18.00-20.00 |
| Semua Kelas : A,B,C,D,E,F,G,H, tetap berjalan dari Senin-Sabtu Tetapi terdapat pilihan jadwal dan murid dapat memilih hari sesuai yang telah ditetapkan 2 kali pertemuan / minggu yaitu: Hari Senin dan kamis, Selasa dan Jumat, Rabu dan Sabtu |

**Tabel 4.3**

****Jadwal Kegiatan Pembelajaran Kapasitas Per Ruang**

Sumber: Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin*

Berdasarkan Tabel 4.2, jumlah maksimal murid Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* yang dapat belajar pada enam hari operasional ialah 960 orang. Seorang murid dapat memilih dua hari dalam seminggu untuk mengikuti kegiatan belajar mengajar selama 120 menit di kelas.

**Tabel 4.4**

**Kapasitas Keseluruhan (Jumlah Peserta Didik)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Hari | Jumlah Murid |
| 1 | Senin dan Kamis | 320 |
| 2 | Selasa dan Jumat | 320 |
| 3 | Rabu dan sabtu | 320 |
|   |  **Total** | **960** |

Sumber : Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin*.

 Berdasarkan Tabel 4.3, jumlah peserta didik maksimal yang mampu ditampung ialah sebanyak 960 orang. Harga jasa tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* akan ditingkatkan sebesar 10% setiap tahun untuk mengimbangi tingkat inflansi dan tingkat kenaikan upah provinsi.

**Tabel 4.5**

**Ramalan Jumlah Siswa selama 5 tahun**

**Tahun 2021-2025**



 Sumber : Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin*

2021

**Tabel 4.6**

**Ramalan Penjualan Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin***

**Tahun 2021-2025 (dalam rupiah)**





 Sumber: Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin*



**Tabel 4.7**

**Ramalan Penjualan Jasa Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin***

**Tahun 2021-2025**

 **(dalam Rupiah)**



 Sumber: Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin*

 Penulis beranggapan tahun 2021-2025 pertumbuhan murid dari semester pertama ke semester berikutnya selama lima tahun pertama diasumsikan sebesar 10%, penulis asumsikan kenaikan terjadi pada semester kedua bulan Juli pada tahun pertama sampai lima tahun mendatang setiap tahun berikutnya diprediksi mengalami kenaikan 21%. Kenaikan diprediksi akan naik pada pertengahan tahun yaitu di bulan Juli dengan pertimbangan bahwa bulan Juli merupakan saat pergantian kenaikan kelas untuk murid didik ke tingkat yang lebih tinggi yang merupakan saat yang tepat bagi para orang tua murid didik untuk menggunakan jasa kursus bahasa Mandarin. Kenaikan presentasi yang terjadi disebabkan keyakinan penulis akan kualitas dari staf pengajar, suasana belajar, fasilitas yang didapat selama belajar di tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* dan yang paling penting adalah kebututuhan masyarakat akan seberapa pentingnya

pendidikan untuk masa depan sang anak dikemudian hari.

C. **Target Pasar yang Dituju**

 **1. Segmentasi**

 Menurut Kotler dan Armstrong (2014:214), segmentasi pasar adalah kegiatan membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil dengan kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku tertentu yang mungkin membutuhkan strategi atau bauran pemasaran yang terpisah. Perusahaan mengidentifikasi cara yang berbeda untuk segmen pasar. Segmen pasar merupakan sebuah kelompok konsumen yang ketika diberi cara pemasaran yang sama, respon yang muncul akan mirip. Beberapa pembagian segmen pasar konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2014:215):

a. Segmentasi Geografi

 Segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim dan pemukiman. Pemilihan lokasi usaha sangatlah penting karena hal itu menunjang keberhasilan suatu usaha. Lokasi harus strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* berlokasi di Menteng Raya, Jakarta Pusat. Lokasi ini dipilih karena tergolong strategis dengan jumlah sekolah dan pelajar sekolah dasar yang tinggi, dan juga lokasi tersebut dekat dengan jalan raya utama dan dekat dengan perumahan .

b. Segmentasi Demografi

 Segmentasi demografi berarti membagi pasar berdasarkan variabel-variabel demografik yaitu umur dan tahap daur hidup. Pada kelompok usia pasar yang dituju oleh tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* ialah pengguna jasa dengan kisaran usia delapan hingga tujuh belas tahun. Pada kelompok jenis kelamin, tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* tidak berfokus pada kelompok tertentu, melainkan menerima seluruh pelajar perempuan dan laki-laki. Berdasarkan pendapatan ekonomis, fokus tempat

Kursus Bahasa Mandarin *Jago mandarin* adalah orang tua pelajar dengan pendapatan lebih dari Rp 4.000.000 (empat juta rupiah) per bulan.

c. Segmentasi Psikografis

 Segmentasi psikografis berarti membagi pelanggan menjadi kelompok-kelompok tertentu berdasarkan status sosial, gaya hidup dan kepribadian. Berdasarkan segmentasi ini tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* menargetkan para konsumen yang menjunjung tinggi pendidikan, di mana mereka memiliki pandangan bahwa pendidikan yang baik dan berkualitas merupakan sesuatu yang harus diperoleh individu sejak usia dini.

d. Segmentasi Tingkah Laku

 Segmentasi tingkah laku berarti mengelompokkan pelanggan pada pengetahuan, sikap, tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* berfokus pada pelayanan para tenaga pengajar yang membuat murid merasa nyaman dengan metode pengajaran yang menarik.

**2*. Targeting***

 Penetapan target pasar *(targeting)* menurut Kotler dan Armstrong (2014:224), *targeting* ialah sebuah proses untuk mengevaluasi setiap daya tarik dari segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen yang dituju.

 Target tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* ialah anak-anak sekolah dasar hingga SMA dengan kisaran usia delapan hingga tujuh belas tahun, yang berdomisili di Menteng, Jakarta Pusat.

**D**. **Strategi Pemasaran**

1. **Diferensiasi**

 Menurut Kotler dan Keller (2016:393), Diferensiasi produk adalah upaya dari sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diinginkan atau spesial.

 Dalam menjalankan suatu bisnis, diperlukan hal yang menjadi pembeda dengan pesaing sehingga menjadikan perusahaan tersebut unik. Keuntungan lainnya, keunikan perusahaan dapat menjadi poin penting dalam strategi pemasaran perusahaan sehingga baik perusahaan maupun produk dapat diingat oleh target pasar.

 Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* menyadari pentingnya memiliki diferesiasi dalam menjalankan perusahaan. Maka, setiap 3 bulan sekali tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* akan mengadakan acara perlombaan bernyanyi bahasa Mandarin untuk menunjang bakat anak-anak dan menunjukan kepercayaan diri di depan umum. Selain mengadakan *event* tersebut tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* juga membuat *Field Trip* setiap 1 tahun sekali dengan dibimbing oleh guru bahasa mandarin*.*

1. **Positioning**

 Menurut Kotler dan Armstrong (2014:232), *positioning* terdiri atas pengaturan terhadap penawaran pasar untuk menempati tempat yang jelas, khas, dan lebih diinginkan dibandingkan dengan produk pesaing dalam pikiran calon konsumen.

 Berdasarkan konsep *positioning* tersebut, tempat bimbingan belajar *Jago Mandarin* menempatkan *brand-nya* sebagai penyedia jasa kursus yang berfokus pada bidang studi

bahasa asing ( bahasa Mandarin) serta pelajaran dengan metode yang *menarik* dan menyenangkan dan mudah dipahami bagi anak-anak.

**3. Penetapan Harga**

 Menurut Kotler dan Armstrong (2014:313), harga adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk produk atau jasa. Lebih luasnya, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang diperoleh konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan kelebihan dari penggunaan barang atau jasa.

 Penentuan harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan tersebut dari penjualan produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:313) terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga atas produk atau jasa, yaitu:

 a. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value–based Pricing*)

 Penetapan harga berdasarkan nilai maksudnya adalah menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat mendesain suatu produk atau program pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Perusahaan yang menggunakan penetapan harga berdasarkan nilai harus menemukan nilai-nilai yang pembeli berikan untuk penawaran kompetitif yang berbeda-beda. Terdapat dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai, yaitu:

 1). Penetapan harga dengan nilai yang baik

Menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang pada harga yang wajar.

2). Penetapan harga dengan nilai tambah

Melekatkan fitur dan layanan nilai tambah untuk membedakan penawaran perusahaan dan untuk mendukung penetapan harga yang lebih tinggi

b. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost–Based Pricing*)

 Metode penetapan harga yang paling sederhana adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Pengaturan harga untuk penetapan harga berdasarkan biaya melibatkan biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk ditambah tingkat pengembalian yang adil untuk usaha dan risiko. Terdapat dua pendekatan yaitu *cost plus pricing* dengan menambah *markup standard* untuk biaya produk.

 Untuk menggambarkan penetapan harga berdasarkan *markup*, berikut adalah rumus untuk menentukan harga:

 1). Biaya Unit = Biaya Variabel + (Biaya Tetap / Jumlah Penjualan)

 2). Harga *Mark-Up*= Biaya Unit / (1 - Laba Penjualan yang Diinginkan)

c. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition–Based Pricing*)

 Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah menetapkan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh para pesaing untuk produk yang sama. Dalam penetapan harga, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal lainnya. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya menghasilkan biaya. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

 Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal bila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan permintaan dan bila terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan.

 Dari teori yang sudah dijelaskan diatas bahwa tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* menggunakan metode penetapan harga berdasarkan pesaing. Metode ini dipilih Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* agar dapat bersaing di pasar dan menandingi kompetitornya. Tentunya harga yang ditetapkan tidak mengabaikan kualitas dari apa yang dihasilkan. Harga yang ditetapkan Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* adalah kisaran Rp 500.000,00 perbulannya.

**4. Saluran Distribusi**

Jasa yang akan didistribusikan oleh Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* ialah jasa kursus bahasa Mandarin atau pendidikan non-formal bagi anak-anak yang berusia delapan sampai tujuh belas tahun, di mana umumnya merupakan pelajar sekolah dasar sampai sekolah menengah atas. Produk jasa tersebut akan didistribusikan melalui dua cara yaitu secara langsung (kepada tanpa perantara) dan juga tidak langsung (melalui pihak sekolah).

 Dalam menghadapi jasa substitusi atau jasa serupa yang ditawarkan oleh competitor, Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* mengembangkan perbedaan khusus yang dapat menjadi ciri khas: seperti tenaga pengajar yang ramah dan professional karena melalui proses training terlebih dahulu dan setiap sebulan sekali selalu mengadakan *Micro Teaching,* setiap tiga bulan sekali tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* akan mengadakan acara perlombaan dengan membuat panggung untuk menunjang bakat anak-anak dan menunjukan kepercayaan diri di depan umum, serta disetiap kenaikan level orangtua murid akan diundang untuk mengetahui tentang perkembangan sang anak dan hasil pembelajaran di kelas.

**5*. People***

 Pelayanan Jasa sangat bergantung pada sumber daya manusia yang melakukan proses pemberian jasa, karena mereka berkomunikasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan calon konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa akan

terbentuk dengan baik ketika pengalaman berinteraksi yang mereka peroleh dengan sumber daya manusia dalam perusahaan tergolong baik.

 Tenaga pengajar juga direkrut melalui beberapa tahapan khusus untuk memastikan kompetensi dari setiap kandidat atau calon pengajar, seperti wawancara atau *interview,* ujian secara tulis maupun lisan, dan lain sebagainya.

 Tempat kursus bahasa Mandarin *Jago Mandarin* juga melakukan *Micro Teaching* dan sosialisasi mengenai budaya organisasi kepada pengajar agar para pengajar ini dapat dengan baik memahami karakter dari pada murid.

***6. Process***

 Proses adalah semua prosedur *actual*, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan sering merasakan proses belajar mengajar.

 Proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran jasa di koordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen. Berikut ialah rencana proses atau alur jasa pada tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* pada gambar 4.2

**Gambar 4.2**

**Proses Belajar dan Mengajar di Tempat Kursus Bahasa Mandarin**

***Jago Mandarin***

**Siswa Didik Guru**

2. Mengarahkan murid-murid untuk masuk kelas dengan tertib sambil menunggu murid lain yang belum datang, kemudian langsung melakukan absensi.

1. Datang ke Kursus bahasa Mandarin *Jago Mandarin* sesuai dengan jadwal yang ditentukan, masuk dengan teratur kedalam kelas.

3. Guru mulai melakukan proses belajar mengajar dan guru memberikan pertanyaan kepada murid dan murid dapat menjawabnya

4. Jika Murid dapat menjawab pertanyaan dengan baik maka akan diberikan tambahan nilai dan point, dan guru mengajar sesuai materi yang telah ditentukan

Terdapat empat proses dalam pemberian jasa belajar mengajar di Tempat Kursus Bahasa Mandarin Jago Mandarin*,* yaitu:

1.) Murid datang ke Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* dengan membawa materi atau buku yang diberikan oleh Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin,* para murid dapat masuk dengan tertib kedalam kelas sesuai jam yang telah ditentukan.

2.) Para guru akan mengarahkan murid-murid untuk masuk kelas dengan tertib sambil menunggu murid lain yang belum hadir, dan kemudian melakukan absensi.

3.) Guru mulai melakukan proses belajar mengajar dan guru memberikan pertanyaan kepada murid.

4.) Dimulai proses belajar mengajar sesuai dengan materi yang telah ditentukan dan murid diberikan pertanyaan jika dapat menjawab maka akan diberikan tambahan nilai atau point.

**7*. Physical Evidence***

 Bentuk bangunan fisik tempat binbingan belajar tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* adalah rumah toko yang bisa disingkat ruko. Ruko tempat terjadinya aktivitas usaha dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi calon konsumen. Ruko tempat usaha yang dipergunakan untuk kegiatan operasional tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* terletak di JL. Menteng Raya, Jakarta Pusat yang berada pada wilayah padat penduduk.

 Desain interior ruangan akan disesuaikan dengan preferensi konsumen, dan ditata dengan baik untuk menciptakan suasana belajar yang nyaman, bersih, serta kondusif. Target pelajar tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* ialah anak-anak, maka tampilan ruang belajar akan dilengkapi dengan *wallpaper* berwarna cerah, dan juga hiasan hiasan yang menarik.

 Tempat kursus bahasa Mandarin akan didirikan di Jl. Menteng Raya No 10, Jakarta Pusat Berikut ialah gambar peta lokasi jalan yang bersumber dari Google Maps.

**Gambar 4.3**

**Peta Lokasi Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin***

****

Sumber: Google Maps

**E. Strategi Promosi**

 Dalam pemasaran, promosi adalah hal yang paling penting dan utama untuk dilakukan. Ujung tombak penjualan adalah dari pemasaran dan bagaimana cara promosinya. Keberhasilan dari suatu usaha dapat ditentukan dari promosi yang baik, tepat sasaran, jelas, dan mudah dimengerti oleh calon konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:77), promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut. Berbagai jenis komunikasi pemasaran yang digunakan pada suatu organisasi disebut bauran komunikasi pemasaran, yang menurut Kotler dan Armstrong (2014:429) antara lain:

1. Periklanan (*advertising)*

 Bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang, dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster (bentuk promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis.

2. Penjualan perseorangan (*personal selling)*

 Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik.

3. Promosi penjualan (*sales promotion)*

 Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang di tempat-tempat khusus, yang menarik perhatian dalam jangka waktu singkat, sehingga konsumen mudah untuk melihatnya.

4. Hubungan masyarakat (*public relation)*

 Membangun hubungan yang baik dengan publik dengan menciptakan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan atau produk atau jasa dan juga menangani isu-isu, rumor, dan acara yang disampaikan melalui media massa.

5. Pemasaran langsung (*direct marketing)*

 Hubungan langsung dengan konsumen untuk memperoleh respon langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan menggunakan surat, telepon, *e-mail,* televisi, radio, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan.

 Agar promosi berjalan efektif dan efisien, tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* melakukan beberapa cara untuk promosi sebagai berikut:

a. Presentasi ke Sekolah

 Metode pemasaran ini dilakukan oleh tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* dengan menjalin kerjasama dan hubungan baik dengan taman kanak-kanak dan juga sekolah dasar yang berlokasi di daerah Menteng dengan cara menjadikan kursus bahasa mandarin ini sebagai ekstrakulikuler di sekolah sehingga dapat memperoleh kesempatan memberikan presentasi atau membagikan informasi mengenai tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* kepada orang tua murid pada acara tertentu yang diselenggarakan oleh pihak sekolah.

a. Brosur

 Brosur adalah kertas yang dapat disebarkan dan berisi informasi yang ingin disampaikan mengenai perusahaan kepada masyarakat. Brosur tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* akan di desain dengan menarik untuk menarik perhatian *audience*, serta dapat dibagikan di taman kanak-kanak dan sekolah dasar untuk para orang tua murid saat mempresentasikan mengenai tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin.*

b. Spanduk

 Spanduk diletakan di depan tempat operasional perusahaan, sehingga calon konsumen dapat mengetahui dan menyadari keberadaan tempat Kursus Bahasa Mandarin

*Jago mandarin.* Salah satu benda yang di dapat oleh murid di tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* yaitu pakaian (kaos). Kaos tersebut dapat diwajibkan sebagai seragam bagi para pelajar, sehingga secara tidak langsung akan menjadi alat pemasaran. Contohnya yaitu 1 pertemuan dalam seminggu diwajibkan memakai kaos dari tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin.*

*d. Free Trial*

 Tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* memperbolehkan calon konsumen untuk mengikuti kelas sebanyak 1 (satu) kali tanpa perlu membayar (*free trial*). Hal ini dapat menarik konsumen untuk mencoba dan menarik keputusan pembelian berdasarkan pengalaman yang diperolehnya saat mengikuti proses pembelajaran.

e. Media social

 Jejaring media sosial digunakan oleh masyarakat secara luas sehingga dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sarana untuk memperkenalkan usaha tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* dan berinteraksi dengan calon konsumen. Media sosial yang dapat digunakan antara lain Facebook, Instagram, dan lain-lain.

*f. Word Of Mouth*

 Dengan menggunakan word of mouth ini diharapkan pelanggan tidak hanya dapat mempromosikan tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin* tapi juga mampu menjual secara tidak langsung kepada pelanggan lainnya. Selain itu penggunaan media promosi ini tidak membutuhkan biaya, akan tetapi dibutuhkan komitmen untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas jasa yang diberikan.

g. Kartu Nama

 Kartu nama bisnis berupa informasi mengenai kontak yang dapat dihubungi terkait kegiatan operasional perusahaan. Kartu nama dapat berupa detail pendiri dan juga pengelola tempat Kursus Bahasa Mandarin *Jago Mandarin*.