**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA KURSUS BAHASA**

**“*MANDARIN LEARNING CENTER*”**

**DI KELAPA GADING, JAKARTA UTARA**

Gessya Winata

Dibimbing oleh Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, S.E.,M.E.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

gessyawinata@gmail.com

**Abstrak**

Gessya Winata / 76150381 / 2019 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Kursus Bahasa “*Mandarin Learning Center*” di Kelapa Gading, Jakarta Utara / Pembimbing : Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, S.E.,M.E.

*Mandarin Learning Center* adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang edukasi linguistik, khususnya untuk bahasa Mandarin. Ada 3 jenis jasa yang ditawarkan, yaitu kursus bahasa Mandarin, ujian HSK dan HSKK, serta pengurusan studi ke Tiongkok. Bisnis ini rencananya akan berlokasi di Ruko *The Kensington Commercial*, Jl. Boulevard Raya, Kelapa Gading, Jakarta Utara.

*Mandarin Learning Center* memiliki visi, yaitu “Menjadi pusat pendidikan bahasa Mandarin berkualitas internasional dengan layanan, mutu, dan hasil terbaik di Indonesia.” *Mandarin Learning Center* juga memiliki misi untuk memberikan layanan jasa pendidikan yang progresif, kreatif, dan inovatif untuk membentuk generasi bangsa yang kompeten dan profesional.

Keunggulan dari *Mandarin Learning Center* dibandingkan kompetitor sejenis adalah kualitas tenaga pengajar dan konsultan pendidikan yang digunakan, serta harga yang tawarkan. Tenaga pengajar di *Mandarin Learning Center* merupakan penutur asli bahasa Mandarin berlisensi, serta konsultan yang membantu proses pengurusan studi ke Tiongkok merupakan individu yang berpengalaman dalam bidang tersebut.

Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bisnis ini. Dalam hal ini, *Mandarin Learning Center* menempatkan diri sebagai tempat kursus bahasa Mandarin dengan harga yang terjangkau. Bentuk promosi yang digunakan adalah melalui *videotron* dan media sosial serta brosur.

Sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasional dari *Mandarin Learning Center*. Jumlah karyawan yang akan digunakan adalah sebanyak 13 orang yang terdiri atas manajer, administrasi dan *customer service*, guru bahasa Mandarin, dan konsultan pendidikan.

*Mandarin Learning Center* memiliki beberapa risiko yang diperkirakan akan terjadi di masa mendatang. Oleh karena itu, telah ditetapkan beberapa strategi antisipasi, seperti melakukan pelatihan karyawan, perawatan fasilitas usaha, serta merencanakan inovasi dan pengembangan usaha.

Bisnis ini membutuhkan dana sekitar Rp. 1.444.953.100 untuk dijalankan. Dana tersebut kemudian akan dialokasikan untuk biaya sewa bangunan dan renovasi, pembelian peralatan dan perlengkapan, biaya praoperasional, serta kas operasional.

Metode yang digunakan untuk menghitung analisis kelayakan usaha adalah *Payback Period* dengan waktu kurang 5 tahun, yaitu selama 2 tahun, 3 bulan, 9 hari, *Net Present* *Value* dengan nilai lebih besar dari 0, yaitu Rp. 2.827.874.962,33, *Profitability Index* dengan nilai lebih besar dari 1, yaitu 2,956819202, dan nilai penjualan *Mandarin Learning Center* yang lebih besar dari *Break* *Even Point* setiap tahunnya. Berdasarkan hasil penghitungan analisis diatas, usaha *Mandarin Learning Center* layak untuk dijalankan.

***Abstract***

Gessya Winata / 76150381 / 2019 / *Business Plan Establishment of* “*Mandarin Learning Center*” *Courses in* Kelapa Gading, *North* Jakarta / *Mentor* : Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, S.E.,M.E.

*Mandarin Learning Center* *is a business that provides linguistic education, especially Mandarin language. There are 3 types of services offered, which is Mandarin course, Chinese Proficiency Test, and study arrangements in China. The business is planned to be established in The Kensington Commercial Corporate Office, Boulevard* Raya *Street,* Kelapa Gading, *North* Jakarta.

*Mandarin Learning Center has a vision, which is "To become the international quality Mandarin language course with the best service, quality and results in Indonesia." Mandarin Learning Center also has a mission to provide progressive, creative, and innovative education services to shape the nation's generation that is competent and professional.*

*The superiority of Mandarin Learning Center compared to similar competitors are the quality of the teaching staff and educational consultants used, as well as the price offered. The teaching staff at Mandarin Learning Center are licensed native speakers of Mandarin, and consultants who assist in the process of conducting study in China are individuals who are experienced in those field.*

*Marketing strategy is needed to increase public awareness of this business. In this case, Mandarin Learning Center positioning is a Mandarin course at an affordable price. The form of promotion used through videotron, social media and brochures.*

*Human resources are needed to support the operational activities of Mandarin Learning Center. The number of employees needed is 13 people, consist of managers, administration and customer service, Mandarin language educators, and education consultants.*

*Mandarin Learning Center has several risks which are expected to occur in the future. Therefore, several anticipatory strategy have been determined, such as conducting employee training, maintaining business facilities, and planning innovation and business development.*

*The required amount of funds to established this business is Rp. 1,444,953,100. The funds will be allocated for renting the building and renovation costs, purchasing equipment and supplies, preoperational costs, and operational cash.*

*The method used to calculate the business feasibility is Payback Period with a period of less than 5 years, exactly in 2 years, 3 months, 9 days, Net Present Value with a value more than 0, namely Rp. 2.827.874.962,33, Profitability Index with a value greater than 1, that is 2,956819202, and the sales value of Mandarin Learning Center which is greater than the Break Even Point each year. Based on the results of the analysis above, the Mandarin Learning Center business is deemed acceptable.*

1. **Pendahuluan**

 **Konsep Bisnis**

*Mandarin Learning Center* merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang edukasi dalam bentuk lembaga pendidikan dan pelatihan bahasa non-formal. Bisnis ini direalisasikan guna memenuhi permintaan akan tempat kursus bahasa Mandarin berkualitas dengan harga yang relatif murah untuk anak-anak, pelajar hingga orang dewasa. Selain itu, lokasi usaha ini didirikan berada di kawasan strategis yang berdekatan dengan kompleks perumahan dan sekolah serta memiliki akses jalan yang mudah dijangkau untuk menunjang kenyamanan pelanggan.

 **Visi dan Misi Perusahaan**

1. Visi

“Menjadi pusat pendidikan bahasa Mandarin berkualitas internasional dengan layanan, mutu, dan hasil terbaik di Indonesia.”

Berdasarkan visi diatas, **layanan**, **mutu**, dan **hasil terbaik** yang **berkualitas internasional** adalah keunggulan lembaga kursus dengan indikator pelayanan yang cepat tanggap, ramah dan cakap, kurikulum dan buku berstandar internasional, serta pengajar native speaker profesional dan bersertifikat sehingga akan menghasilkan lulusan-lulusan terbaik yang menguasai bahasa Mandarin dengan standar minimal HSK 4 (perbendaharaan kata sebanyak 1200 kata) dan HSKK tingkat intermediate.

1. Misi
2. Memberikan layanan jasa pendidikan yang progresif, kreatif, dan inovatif dengan memperhatikan potensi dan kebutuhan individu.
3. Membekali peserta didik dengan keterampilan berbahasa Mandarin dari tingkat dasar sampai mahir secara intensif dan efektif.
4. Membentuk generasi bangsa yang kompeten dan profesional.
5. Membangun sistem manajemen, lembaga, instruktur dan kurikulum pengajaran yang profesional.
6. Menjalin kemitraan lokal, regional, nasional, dan internasional secara berkesinambungan.
7. Berkontribusi dalam meningkatkan standar kualitas pembangunan nasional untuk Indonesia maju.

**Peluang Bisnis**

Penulis melakukan riset untuk mengetahui besarnya peluang bisnis kursus bahasa Mandarin melalui metode wawancara dan observasi di 4 usaha kursus sejenis di sekitar lokasi bisnis yang telah direncanakan, yaitu *Easy Mandarin*, *Mandarin Bridge*, *Happy Learning Mandarin*, dan *Yi Qu Mandarin*. Berdasarkan riset yang telah dilakukan, penulis mendapatkan beberapa tanggapan serta hasil yang berbeda. Berikut adalah pertanyaan-pertanyaan yang penulis ajukan kepada pemilik ataupun pegawai dari tempat kursus bahasa Mandarin tersebut :

1. Ada berapa jenis atau level kelas yang ditawarkan ?
2. Berapa biaya untuk masing-masing tingkatan ?
3. Terdapat berapa siswa dalam setiap kelas ?
4. Berapa jumlah siswa yang saat ini aktif mengikuti kursus ?
5. Untuk saat ini, apakah pendaftaran untuk peserta baru masih dibuka ? Apabila penuh, kapan slot pendaftaran akan kembali dibuka ?
6. Adakah kerjasama dengan lembaga dan institut pendidikan di Tiongkok dan fasilitas apa saja yang didapatkan ?
7. Adakah sertifikasi resmi dari pemerintah ?
8. Apa saja strategi pemasaran yang dilakukan ?

Berdasarkan jawaban atas 8 pertanyaan tersebut, penulis mendapatkan informasi sebagai berikut :

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | ***Easy Mandarin*** | ***Mandarin Bridge*** | ***Happy Learning Mandarin*** | ***Yi Qu Mandarin*** |
| **1.** | 1 jenis kelas (*private*) | 3 jenis kelas (anak, reguler, intensif) | 6 jenis kelas (*kids*, *student*, e*xecutive*, *private*, *hsk*, *mama*) | 1 jenis kelas khusus anak (reguler) |
| **2.** | Rp. 80.000,- / hari | Rp. 3.500.000,- / bulan (a), Rp. 4.500.000,- / bulan (r), Rp. 5.500.000,- / bulan (i) | Rp. 2.000.000,- / bulan (*k*), Rp. 3.000.000,- / bulan (*s*), Rp. 4.000.000,- / bulan (*e* dan *m*), Rp. 5.000.000,- / bulan (*hsk*), Rp. 6.000.000,- / bulan (*p*) | Rp. 3.500.000,- / bulan |
| **3.** | 4 orang | 10 orang (kelas anak dan reguler) dan 8 orang (kelas intensif) | 10 orang (*kids*, *student*, *executive*, *mama*), 1-3 orang (*private*) dan 8 orang (*hsk*) | 8 orang |
| **4.** | ± 50 orang | ± 449 orang | ± 583 orang | ± 160 orang |
| **5.** | Tertutup sejak 1 bulan terakhir | Terbuka, sisa 55 slot (17 a, 10 r dan 28 i) | Terbuka, sisa 43 slot (24 *m*, 3 *p,* 7 *e* dan9 *h*) | Tertutup sejak 2 bulan terakhir |
| **6.** | Tidak ada | Kerjasama dengan 19 universitas dan 1 *international* *school* di China dengan fasilitas gedung olahraga, gedung perpustakaan, gedung seni dan asrama | Kerjasama dengan universitas dan sekolah di China dengan fasilitas gedung olahraga dan asrama | Tidak ada  |
| **7.** | Tidak ada | Ada | Ada | Ada |
| **8.** | Melalui *google* dan *whatsapp* | Melalui *website*, *twitter*, *banner*, *x-banner* dan brosur | Melalui *facebook*, *youtube*, *instagram*, *website*, *banner*, *x-banner* dan brosur | Melalui *instagram*, *facebook* dan web |

Sumber : Data Wawancara dan Penelitian Penulis, Maret 2019

Berdasarkan tabel di atas, jumlah siswa kursus bahasa Mandarin yang dapat ditampung oleh 4 usaha diatas berjumlah 50 orang, 504 orang, 626 orang dan 160 orang dengan jumlah siswa aktif sebanyak 50 orang, 449 orang, 583 orang dan 160 orang. Jika dihitung rata-rata dari masing-masing tempat usaha, maka permintaan berjumlah 100 %, 89,08 %, 93,13 % dan 100 %, dimana slot untuk menerima siswa kursus di 2 tempat, yaitu *Easy Mandarin* dan *Yi Qu Mandarin* sudah penuh sejak 1 hingga 2 bulan terakhir dan telah menolak sekitar 10 - 30 siswa yang ingin mendaftar. Dengan melihat data penawaran serta rata-rata permintaan masyarakat terhadap tempat kursus bahasa Mandarin di atas yang memiliki persentase 89,08 % - 100 %, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa usaha ini memiliki peluang bisnis yang menjanjikan.

**Kebutuhan Dana**

Dana yang dibutuhkan untuk membuka dan menjalankan bisnis *Mandarin Learning Center* adalah sebesar Rp.1.444.953.100,- dengan sumber dana tanpa bunga yang berasal dari hibah orang tua serta dana pribadi. Modal di atas dipergunakan untuk membeli berbagai kebutuhan peralatan dan perlengkapan, membayar biaya praoperasional, membiayai sewa bangunan dan renovasi serta sebagai simpanan kas operasional.

1. **Rencana Jasa, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen**

**Rencana Alur Jasa**

**Rencana Alur Jasa Kursus Bahasa Mandarin**

Sumber : *Mandarin Learning Center*, 2019

 **Rencana Alur Jasa Pengurusan Studi ke Tiongkok**

Keberangkatan

 *Pre Departure Briefing*

Pengurusan Visa

Pemesanan Tiket Pesawat

Pelunasan Pembayaran

Pengurusan Dokumen dan Pengajuan Aplikasi

Pembayaran DP

Konsultasi

 Sumber : *Mandarin Learning Center*, 2019

**Rencana Alur Jasa Ujian HSK dan HSKK**

 Sumber : *Mandarin Learning Center*, 2019

**Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Keterangan** | **Harga** | **Jumlah** | **Total** |
| Meja dan Kursi Belajar |  Rp. 700.000  | 72 |  Rp. 50.400.000  |
| Meja dan Kursi Guru |  Rp. 2.430.000  | 9 |  Rp. 21.870.000  |
| *Air Conditioner* (AC) |  Rp. 2.289.000  | 12 |  Rp. 27.468.000  |
| Meja dan Kursi Resepsionis |  Rp. 2.894.100  | 1 |  Rp. 2.894.100  |
| Meja dan Kursi Kantor 3 *Seater* |  Rp. 4.200.000  | 3 |  Rp. 12.600.000  |
| Meja dan Kursi Kantor |  Rp. 2.999.000  | 1 |  Rp. 2.999.000  |
| Komputer |  Rp. 4.800.000  | 2 |  Rp. 9.600.000  |
| Sofa 3 *Seater* |  Rp. 1.500.000  | 3 |  Rp. 4.500.000  |
| Papan Tulis Kaca |  Rp. 1.750.000  | 9 |  Rp. 15.750.000  |
| Telepon Kantor |  Rp. 149.000  | 2 |  Rp. 298.000  |
| *Printer* Multifungsi |  Rp. 590.000  | 1 |  Rp. 590.000  |
| Buku Mandarin Jilid 1 - 3 |  Rp. 250.000  | 9 |  Rp. 2.250.000  |
| HP Xiaomi Redmi 6A |  Rp. 1.088.000  | 1 |  Rp. 1.088.000  |
| **Total** |  **Rp. 152.307.100**  |

 Sumber : Caturkarya, Catur Sukses, Sarana *Project*, *Mandarin Book Store*

1. **Strategi Bisnis**

 **Pemasaran**

 *Segmentation*

1. Segmentasi Geografis

Menurut Kotler dan Keller (2016: 268), segmentasi secara geografis berarti membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, pulau, provinsi, kota, iklim, dan pemukiman. Daerah geografis yang dianggap potensial dan menguntungkan dapat dijadikan sebagai target operasi dari *Mandarin Learning Center*. Lokasi yang dipilih oleh penulis untuk menjalankan bisnis ini berada di daerah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Daerah ini dipilih karena Kelapa Gading merupakan salah satu kawasan maju dengan tingkat pembangunan yang tinggi serta jumlah penduduk yang besar. Hal ini berarti, Kelapa Gading merupakan sebuah daerah yang memiliki potensi usaha yang tinggi.

1. Segmentasi Demografis

Menurut Kotler dan Keller (2016: 271), segmentasi demografis mengelompokkan pasar berdasarkan beberapa variabel seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan. Pada kelompok usia, target pasar yang dituju oleh *Mandarin Learning Center* adalah anak-anak TK dan SD berusia 4 hingga 12 tahun, pelajar SMP dan SMA berusia 13 hingga 18 tahun, serta mahasiswa serta pekerja berusia 19 tahun keatas. Pada pengelompokkan berdasarkan jenis kelamin, target pasar yang dituju adalah laki-laki dan perempuan. Berdasarkan pendapatan ekonomi, fokus dari *Mandarin Learning Center* adalah masyarakat dengan pendapatan menengah keatas, namun juga tidak menutup kemungkinan masyarakat dengan pendapatan ekonomi diluar menengah keatas untuk menggunakan jasa kursus bahasa ini.

1. Segmentasi Psikografis

Menurut Kotler dan Keller (2016: 280), psikografis adalah ilmu yang menggunakan psikologi dan demografis untuk lebih memahami konsumen. Segmentasi psikografis membagi pangsa pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian. Segmentasi psikografis *Mandarin Learning Center* menargetkan konsumen berdasarkan gaya hidup. Hal ini dapat disimpulkan karena peran pendidikan saat ini bukan lagi bersifat formalitas, melainkan sudah menjadi gaya hidup masyarakat luas. Dampaknya adalah semakin banyak orang tua yang ingin anaknya mendapat pendidikan terbaik, tidak hanya melalui sekolah namun juga dari tempat kursus, termasuk kursus bahasa. Selain itu, semakin banyak juga pelajar serta pekerja yang berusaha untuk mendapatkan ilmu tambahan di luar sekolah, seperti pelajaran bahasa untuk digunakan dalam dunia kerja bertaraf internasional. Fenomena inilah yang dimanfaatkan oleh penulis untuk menyediakan lembaga pendidikan yang memiliki potensi serta prospek usaha yang menguntungkan.

1. Segmentasi Perilaku

Menurut Kotler dan Keller (2016: 281), segmentasi perilaku menggolongkan pelanggan berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan, dan reaksi mereka terhadap suatu produk dan jasa. *Mandarin Learning Center* menggunakan segmentasi perilaku berdasarkan variabel manfaat yang dicari. Tempat kursus bahasa ini menawarkan manfaat berupa pendidikan bahasa Mandarin yang lengkap dan menyeluruh, sehingga dapat digunakan dalam dunia kerja maupun kehidupan sehari-hari

*Targeting*

Target pasar dari usaha *Mandarin Learning Center* adalah masyarakat yang bermukim di daerah Kelapa Gading, dan kedepannya akan diperluas menjadi masyarakat di DKI Jakarta, Medan, Bali, Surabaya, dan kota-kota besar lainnya. Selain itu, bisnis ini juga menargetkan anak-anak berusia 4 hingga 12 tahun, pelajar berusia 13 hingga 18 tahun serta mahasiswa dan pekerja berusia 19 tahun keatas. Lalu, *Mandarin Learning Center* juga menargetkan konsumen yang sudah mengadaptasi gaya hidup peduli akan pendidikan serta pelanggan yang mencari manfaat dari pendidikan bahasa Mandarin untuk digunakan dalam kegiatan usaha maupun kehidupan sehari-hari.

*Positioning*

 Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 240), *positioning* terdiri atas pengaturan terhadap penawaran pasar untuk menempati tempat yang jelas, khas dan lebih diinginkan dibanding dengan produk pesaing dalam pikiran calon konsumen. Dari definisi diatas, terkandung pengertian bahwa *positioning* berorientasi pada pikiran atau persepsi konsumen. Berdasarkan konsep *positioning* tersebut, *Mandarin Learning Center* berusaha untuk menempatkan diri sebagai *market leader* dalam industri lembaga kursus dan pelatihan bahasa dengan menyediakan tempat kursus bahasa Mandarin berkualitas dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing dan fasilitas yang memadai untuk menunjang kegiatan belajar mengajar.

*Product*

Bisnis *Mandarin Learning Center* menyediakan jasa kursus bahasa Mandarin untuk anak-anak hingga dewasa, ujian HSK dan HSKK, serta pengurusan studi ke Tiongkok dengan harga yang relatif terjangkau. Tenaga pengajar yang digunakan merupakan *native speaker* bahasa Mandarin bersertifikat dan kompeten dalam bidangnya, sehingga akan memberikan hasil pengajaran yang optimal. Selain itu untuk pengurusan studi, konsultan yang digunakan merupakan konsultan berpengalaman yang sudah pernah menempuh pendidikan di luar negeri sehingga individu yang dipilih merupakan orang yang tepat untuk membimbing dan memberikan panduan kepada siswa yang ingin menempuh pendidikan di Tiongkok

*Place*

Lokasi menjadi salah satu penentu utama keberhasilan sebuah bisnis. Hal ini dikarenakan lokasi yang tepat dapat mendorong konsumen untuk datang. Oleh karena itu, faktor ini perlu diperhatikan dengan cermat melalui observasi lokasi untuk melihat apakah kawasan tersebut ramai dan sering dilalui masyarakat, serta memiliki tata letak yang strategis bagi usaha. Penulis memilih Ruko *The Kensington Commercial*, Kelapa Gading sebagai tempat untuk mendirikan usaha karena lokasi ini memenuhi kriteria diatas, serta banyaknya sekolah serta perumahan yang berada di lingkungan sekitar tempat usaha.

*Pricing*

Menurut Kotler dan Keller (2016: 324), harga adalah nilai uang yang ditagih atas pemberian barang atau jasa dan secara historis sangat mempengaruhi keputusan membeli oleh konsumen.. Lebih luasnya, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang diperoleh konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan kelebihan dari penggunaan barang atau jasa. Terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga atas produk atau jasa, yaitu :

1. Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value Based Pricing*)

 Berdasarkan konsep ini, penetapan harga dilakukan atas persepsi konsumen terhadap nilai produk. Penetapan harga berdasarkan nilai produk harus dapat menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan pada kisaran harga yang rasional. Dengan demikian, perusahaan tidak perlu mengurangi biaya atau harga untuk menandingi pesaing, melainkan berfokus pada strategi untuk memberikan pelayanan dengan nilai tambah agar dapat mendiferensiasikan produknya.

1. 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 resiko. Salah satu dari dua pendekatan *Cost Based Pricing* adalah metode penetapan harga dengan menambahkan *markup* standar untuk biaya produk.

1. Penetapan Harga Berdasarkan Persaingan (*Competition Based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan ialah metode penetapan harga berdasarkan harga-harga yang ditetapkan oleh para kompetitor terhadap produk serupa. Metode ini tidak selalu berarti menetapkan harga yang persis sama dengan kompetitor, namun menggunakan harga tersebut sebagai pembanding untuk menetapkan harga pada produk yang ditawarkan. Persaingan perlu menjadi perhatian perusahaan dalam menetapkan harga produk, yaitu seberapa besar pesaing menawarkan harga terhadap produk yang serupa dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Pendekatan yang digunakan oleh *Mandarin Learning Center* adalah strategi penetapan harga berdasarkan persaingan (*Competition Based Pricing*). Strategi ini dilakukan dengan cara membandingkan harga yang ditetapkan oleh pesaing terhadap produk dan jasa dengan variasi atau jenis yang sama. Setelah mendapatkan informasi harga yang ditetapkan pesaing melalui penelitian dan hasil wawancara, barulah penulis menentukan harga untuk jasa kursus bahasa yang ditawarkan oleh *Mandarin Learning Center*. Meskipun penulis menggunakan metode penentuan harga secara *Competition Based Pricing*, namun bisnis ini juga menggunakan metode *Cost Based Pricing* sebagai alat pembanding untuk menentukan harga minimal dari jasa tersebut.

*People*

*People* adalah semua pihak yang berkepentingan dan mempunyai peran dalam penyajian jasa. Sumber daya manusia merupakan salah satu aset terbesar dalam sebuah usaha, karena sumber daya manusia dapat menunjang tingkat produktivitas sebuah bisnis. *Staff* yang berkualitas dapat menjadi sebuah kekuatan dalam suatu perusahaan. Kinerja *staff* yang baik dapat membuat konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga kepuasan konsumen tercapai dan loyalitas terhadap suatu *brand* juga tercipta. Sumber daya manusia yang berkualitas dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

a. *Outsourcing*

*Outsourcing* merupakan jasa penyedia tenaga kerja berkualitas dan memiliki daya produktivitas tinggi. Kelebihan outsourcing adalah tingkat manfaat yang diberikan berupa efektifitas dan efisiensi kerja yang baik. Kelemahannya adalah pengalaman kerja *staff* dapat berbeda dengan sistem yang ditetapkan di suatu bisnis.

b. *Training*

Pelatihan atau *training* adalah salah satu pilihan yang dapat ditempuh perusahaan untuk memperoleh sumber daya manusia yang memiliki kualitas baik. Kelemahan dari metode ini adalah biaya pelatihan yang harus dikeluarkan terbilang cukup mahal. Walaupun begitu, pada beberapa bisnis biaya *training* yang digelontorkan tidak selalu besar. Keuntungan dari pelatihan ini adalah *staff* akan mendapatkan pengetahuan akan bisnis secara lebih mendetail.

*Mandarin Learning Center* memilih metode *training* untuk *staff* administrasi serta metode *outsourcing* untuk merekrut kandidat edukator kursus bahasa Mandarin. Proses perekrutan *staff* administrasi serta tenaga pengajar dimulai dari proses seleksi *curriculum vitae* (CV), wawancara, lalu pemanggilan kandidat yang berhasil lolos. Setelah itu, akan dilakukan pelatihan dan pengenalan selama 1 minggu untuk memberikan praktek langsung mengenai tugas yang akan dikerjakan di *Mandarin Learning Center*.

*Process*

*Process* atau proses ialah seluruh rangkaian alur sistem yang bertujuan untuk menyampaikan jasa kepada konsumen. Proses yang baik adalah proses yang dibuat secara detail dan melihat semua alur yang harus dilalui. Pembuatan jalur proses yang tidak benar dapat mengganggu proses operasional perusahaan. Oleh karena itu, proses operasional harus diperhatikan serta dimengerti oleh anggota perusahaan.

Alur proses jasa yang terjadi di *Mandarin Learning Center* untuk kursus bahasa adalah proses pendaftaran atau registrasi disertai pemberian informasi dan penjelasan oleh *staff* administrasi. Kemudian dilakukan penentuan jadwal yang dilanjutkan dengan proses pembayaran. Yang terakhir adalah proses penggunaan jasa kursus bahasa oleh siswa yang telah menyelesaikan prosedur diatas.

 Untuk pengurusan studi ke China, alur proses yang terjadi adalah konsultasi untuk menentukan sekolah dan universitas yang diinginkan. Kemudian, dilakukan pembayaran DP sebesar 30% yang dilanjutkan dengan pengurusan dokumen pendaftaran dan pengajuan aplikasi ke institusi pendidikan terkait. Saat *admission* *notice* serta formulir telah diterima, barulah sisa pembayaran dilunasi. Lalu dilanjutkan dengan pengurusan visa yang akan dibantu oleh pihak *Mandarin Learning Center*. Setelah prosedur diatas telah dijalankan, pemesanan tiket pesawat dan pengaturan perjalanan rombongan siswa akan dilakukan. Sebelum keberangkatan, akan dilakukan *pre departure briefing* untuk mempersiapkan siswa yang akan menuntut ilmu di Tiongkok. Siswa akan didampingi mulai dari keberangkatan hingga sampai di tempat tujuan.

Alur proses operasi untuk siswa yang ingin mengikuti ujian HSK dan HSKK di *Mandarin Learning Center* adalah pendaftaran yang dapat dilakukan secara *online* ataupun secara langsung dengan menyertakan *scan* maupun *fotocopy* KTP/Paspor dan pas foto. Lalu, dilakukan pembayaran serta pengiriman bukti pembayaran ke *email* terkait untuk pendaftaran *online* dan pembayaran secara *cash*, transfer, debit maupun kredit untuk pendaftaran secara langsung. Setelah itu, dapat dilakukan pengambilan Kartu Peserta Ujian, dan yang terakhir adalah ujian HSK dan HSKK sesuai tanggal yang ditentukan.

*Physical Evidence*

*Physical Evidence* merupakan bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan dalam bentuk bangunan dan aset fisik lainnya yang membantu berjalannya proses operasional usaha. Perhatian terhadap interior dan eksterior bangunan serta perlengkapan bangunan seperti *lighting system* dan tata ruangan menjadi fokus penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen atau peserta kursus. Bangunan harus memberikan kesan yang baik dan memuaskan sehingga kepuasan konsumen tercapai dan loyalitas pun muncul.

 *Mandarin Learning Center* memilih Ruko *The Kensington Commercial* di kawasan Kelapa Gading sebagai sebagai lokasi usaha karena tempatnya yang strategis serta jumlah target pasar yang terbilang tinggi berada di sekitar daerah tersebut. Selain itu, Kelapa Gading juga merupakan pusat bisnis dan usaha yang berkembang dan maju.

*Promotion*

Menurut Kotler dan Keller (2016: 47), promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut. Terdapat berbagai jenis komunikasi pemasaran yang digunakan pada suatu organisasi yang disebut bauran komunikasi pemasaran. Bauran komunikasi pemasaran sendiri terdiri atas :

1. *Advertising*

*Advertising* adalah bentuk presentasi dan promosi tentang ide, barang, dan jasa melalui surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, atau dalam bentuk poster (promosi berbayar) yang dipasang di tempat-tempat strategis. Hal ini dilakukan untuk memasarkan produk dan jasa yang ditawarkan agar diketahui oleh masyarakat luas, serta berfungsi untuk menarik pelanggan. *Advertising* yang dilakukan oleh *Mandarin Learning Center* akan dilakukan melalui media sosial, karena pada saat ini promosi bisnis menggunakan media sosial merupakan metode promosi yang paling hemat sekaligus paling efektif untuk meningkatkan *awareness* masyarakat akan suatu bisnis. Selain itu, akan digunakan juga *videotron* yang berada di jalan utama di sekitar kawasan Kelapa Gading, seperti di depan MOI serta pembagian brosur di sekolah-sekolah, kantor, dan acara pameran pendidikan.

1. *Sales Promotion*

*Sales promotion* merupakan salah satu strategi promosi pemasaran produk atau jasa dengan cara mempromosikan bisnis di tempat-tempat khusus yang menarik perhatian dalam jangka waktu singkat. Hal ini dilakukan sehingga penawaran produk atau jasa akan mudah untuk dilihat dan diketahui oleh konsumen. *Mandarin Learning Center* rencananya akan melakukan promosi menggunakan SPG dan SPB untuk menawarkan jasa kursus bahasa dan pengurusan studi ke China serta pendaftaran ujian HSK dan HSKK pada acara-acara pameran pendidikan internasional yang diadakan di Jakarta, seperti *International Education Expo*, *IALF Global Jakarta Education Fair*, *International Education Fair*,Pameran Pendidikan Internasional, dan *Global Education Fair* sebanyak 3 kali dalam kurun waktu 1 tahun.

1. *Personal Selling*

*Personal selling* merupakan presentasi lisan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan dalam suatu bisnis melalui percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih. Hal ini bertujuan untuk menciptakan penjualan dan membangun hubungan baik dengan calon konsumen serta target pasar potensial. *Personal selling* dapat dilakukan oleh SPG dan SPB serta *staff* *Mandarin Learning Center* yang ditempatkan pada acara *education fair* di sekolah maupun di kantor-kantor dengan cara memberikan brosur dan melayani pertanyaan calon pelanggan.

1. *Public Relation*

*Public relation* diperlukan untuk membangun hubungan yang harmonis dengan publik untuk menciptakan citra perusahaan yang baik. Alat promosi ini memberikan informasi mengenai perusahaan maupun produk atau jasa serta berita mengenai isu-isu, rumor dan acara yang disampaikan melalui media massa. Hubungan baik dapat tercipta baik secara internal maupun eksternal. Hubungan baik secara internal dibentuk dalam *staff* yang tergabung dalam *Mandarin Learning Center*, yaitu antara bagian administrasi, tenaga pengajar atau edukator dan *cleaning service* dengan *owner*, sedangkan hubungan eksternal dibentuk dengan cara menjalin kerjasama dengan sekolah dan kantor untuk menyediakan jasa kursus bahasa Mandarin, pengurusan studi ke Tiongkok, dan ujian HSK dan HSKK.

1. *Direct Marketing*

*Direct marketing* adalah sistem pemasaran dimana organisasi berkomunikasi secara langsung dengan target pasar untuk menghasilkan respon atau transaksi. Respon yang dihasilkan dapat berupa *inquiry*, pembelian, atau bahkan dukungan. *Mandarin Learning Center* akan melakukan *direct marketing* dengan mengadakan *event* untuk menarik minat murid-murid sekolah agar mengikuti lomba, misalnya lomba membuat pidato dan debat dalam bahasa Mandarin berhadiah gratis kursus 1 bulan, *voucher* diskon, dsb bagi pemenang lomba, sekaligus menawarkan jasa kursus, pengurusan studi ke Tiongkok dan pendaftaran ujian HSK dan HSKK kepada calon pelanggan yang hadir.

**Organisasi**

Dalam mendirikan suatu usaha, tentu dibentuk tim manajemen di dalamnya, termasuk di usaha *Mandarin Learning Center*. Tim manajemen yang berada di dalam bisnis ini terdiri atas *owner* / manajer, administrasi dan *customer service*, edukator bahasa Mandarin, serta konsultan. Jumlah tenaga kerja yang digunakan adalah sebanyak 13 orang, dengan masing-masing bagian berjumlah 1 orang, 2 orang, 9 orang, dan 1 orang.

 Rincian rencana kompensasi karyawan *Mandarin Learning Center* adalah sebagai berikut :

1. Gaji pokok

Upah adalah hak pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan/atau jasa yang telah atau akan dilakukan. Gaji pokok yang diberikan per bulan kepada Manajer, Administrasi dan *Customer Service*, Edukator Bahasa Mandarin, dan Konsultan Studi LN masing-masing berjumlah Rp. 10.000.000,-, Rp. 4.000.000,-, Rp. 8.000.000,-, dan Rp. 5.000.000,-.

1. Tunjangan Hari Raya (THR)

THR yang diberikan kepada karyawan adalah sebesar satu kali gaji dengan tetap mengikuti kenaikan gaji per tahunnya dan dibayarkan tujuh hari sebelum menjelang hari raya sesuai dengan peraturan Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia No. 6 Tahun 2016.

**Keuangan**

Berbagai macam analisis keuangan yang telah dilakukan dapat bermanfaat untuk menentukan apakah bisnis *Mandarin Learning Center* layak untuk dijalankan atau tidak. Berdasarkan perhitungan *Payback Period* (PP) yang berjalan selama 5 tahun, didapat angka bahwa PP dari bisnis ini adalah 2 tahun 3 bulan 9 hari, dimana angka ini masih berada dibawah 5 tahun. Melalui analisis *Net Present Value* (NPV), dapat dinyatakan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan, karena nilai NPV lebih besar dari 0 (nol), yaitu Rp. 2.827.874.962,33. Selain itu, *Profitability Index* (PI) *Mandarin Learning Center* adalah sebesar 2,956819202 yang dimana angka tersebut lebih besar dari 1. Kemudian, berdasarkan analisis *Break Even Point* (BEP) yang telah dihitung sejak tahun 2020 hingga tahun 2024 didapatkan angka penjualan selalu berada di atas titik impas (BEP). Dari berbagai macam analisis keuangan yang telah dilakukan, dapat dinyatakan bahwa usaha *Mandarin Learning Center* layak untuk dijalankan.

**Pengendalian Risiko**

1. Melakukan pelatihan karyawan

Setelah lolos tahap seleksi, anggota perusahaan akan dijadwalkan untuk melakukan pelatihan atau *training* terlebih dahulu mengenai tugas-tugas yang akan dilakukan. Pelatihan yang diberikan berupa cara tata karma dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, penggunaan teknologi operasional yang baik dan benar, pemberian informasi mengenai perusahaan dan kewajiban atau tanggung jawab setiap divisi, serta standar prosedur operasional yang ditetapkan oleh *Mandarin Learning Center* untuk masing-masing bagian. Pelatihan yang diberikan bertujuan agar seluruh *staff* dapat memberikan hasil kerja yang maksimal sehingga kepuasan konsumen tercapai dan loyalitas pelanggan terbangun.

1. Menjaga fasilitas dan kelengkapan usaha

Untuk menjaga dan meningkatkan kenyamanan pelanggan, perlu dilakukan pengecekan dan *service* untuk fasilitas usaha *Mandarin Learning Center*. Untuk itu, akan dilakukan pencucian AC setiap 4 bulan sekali dan penambahan *freon* setiap 1 tahun. Lalu akan dilakukan juga pengecekan dan pembersihan fasilitas seperti kamar mandi dan kelengkapannya setiap hari.

1. Menetapkan rencana pemasaran

Agar aktivitas pemasaran yang dilakukan dapat berjalan secara efektif, maka akan ditetapkan rencana pemasaran. Beberapa strategi yang ditetapkan adalah melakukan pemasaran melalui *videotron* selama 1 bulan sebelum periode kursus yang baru dimulai pada bulan Januari, Mei dan September, serta pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan *awareness* masyarakat akan bisnis ini. Tujuan dari strategi pemasaran ini selain untuk memperkenalkan *Mandarin Learning Center* adalah agar jumlah pengguna jasa dari tempat kursus bahasa ini meningkat.

1. Mengikuti perkembangan ekonomi serta harga pasar

Situasi ekonomi yang dinamis membuat *Mandarin Learning Center* harus memperhatikan kondisi ekonomi terkini. Harga yang diberikan akan disesuaikan dengan tingkat inflasi yang terjadi. Selain itu, perusahaan juga harus melihat harga pesaing dan mengikuti perkembangan harga tersebut agar bisnis dapat tetap eksis dan bersaing.

1. Melakukan inovasi dan pengembangan usaha

*Mandarin Learning Center* akan mencoba melakukan perluasan usaha dengan membuka beberapa gerai di beberapa lokasi selain Kelapa Gading. Hal ini dilakukan agar bisnis ini semakin berkembang dan masyarakat semakin mengenal usaha serta jasa yang ditawarkan. Inovasi juga akan dilakukan kedepannya dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan, misalnya dengan cara mengadakan pembelajaran secara *online* untuk memudahkan siswa dari *Mandarin Learning Center*.

1. **Daftar Pustaka**

 **Sumber Buku Teks :**

David, Fred R. & Forest R David (2015), *Strategic Management: Concept and Cases*, Edisi15, Global Edition, London: Pearson.

Dessler, Gary (2015), *Human Resource Management*, Edisi 14, Harlow: Pearson Education Limited. Ebert, Ronald J. & Ricky W. Griffin (2015), *Business Essentials*, Edisi 10, Global Edition, London: Pearson

Gitman, Lawrence J. & Chad J. Zutter (2015), *Principles of Managerial Finance*, Edisi 14, Global Edition, London: Pearson.

Heizer, Jay, Barry Render, & Chuck Munson (2017), *Operation Management*: *Sustainabilityand Supply Chain Management*, Edisi 12, Global Edition, London: Pearson.

Husnan, Suad & Suwarsono Muhammad (2014), *Studi Kelayakan Proyek Bisnis*, Edisi 5, Yogyakarta: UPPSTIM YKPN.

Kieso, Donald E., Jerry J. Weygandt, & Terry D. Warfield (2016), *Intermediate Accounting*, Edisi 16, United States: John Wiley & Sons, Inc.

Kotler, Philip & Gary Armstrong (2016), *Principles of Marketing*, Edisi 16, Global Edition, London: Pearson.

Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson.

Robbins, Stephen P. & Mary Coulter (2016), Management, Edisi 13, Global Edition, London: Pearson.

**Sumber Undang-Undang :**

Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008Tentang Pengertian Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Lembaga Negara RI Tahun 2008. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2003. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 TentangKetenagakerjaan. Lembaga Negara RI Tahun 2003, Sekretariat Negara. Jakarta.Republik Indonesia. 1994. Peraturan Menteri Tenaga Kerja Nomor 6 Tahun 2016Tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja Diperusahaan. LembagaNegara RI Tahun 1994, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2009. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 41 Tahun 2009 Tentang Standar Pembimbing Pada Kursus Dan Pelatihan. Lembaga Negara RI Tahun 2009, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2009. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 42 Tahun 2009 Tentang Standar Pengelola Kursus. Lembaga Negara RI Tahun 2009, Sekretariat Negara. Jakarta. Republik Indonesia. 2005. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 Pasal 86 juncto Pasal 87 Ayat (1) Tentang Standar Nasional Pendidikan. Lembaga Negara RI Tahun 2005, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2004. Undang-Undang No. 30 Tahun 2004 Pasal 1 Tentang Jabatan Notaris. Lembaga Negara RI Tahun 2004, Sekretariat Negara. Jakarta. Republik Indonesia. 2013. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 77/M-DAG/PER/12/2013 Tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan dan Tanda Daftar Perusahaan. Lembaga Negara RI Tahun 2013, Sekretariat Negara Jakarta.

Republik Indonesia. 1982. Undang-Undang Republik Indonesia No. 3 Tahun 1982 Tentang Wajib Daftar Perusahaan. Lembaga Negara RI Tahun 1982, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2004. Surat Keputusan Menperindag No. 596/MPP/Kep/9/2004 Tentang Standar Penyelenggaraan Wajib Daftar Perusahaan. Lembaga Negara RI Tahun 1982, Sekretariat Negara. Jakarta.

**Sumber Website:**

Dosen Ekonomi (2017), Bentuk Kepemilikan Bisnis, diakses pada 25 Maret 2019.

<https://dosenekonomi.com/bisnis/bentuk-kepemilikan-bisnis/>

Sylvia Tanaga (2018), Tren dan Pertumbuhan Industri, diakses pada 30 Maret 2019.

<https://sylviatanaga.com/pentingnya-bahasa-mandarin-di-era-pasar-global/>

Mason Myers (2015), Model Lima Kekuatan Porter, diakses pada 31 Maret 2019.

<https://masonmyers.com/five-forces-michael-porter-business-fundamentals/>

Direktorat Jenderal Pajak (2019), Pendaftaran NPWP, diakses pada 13 April 2019.

[http://](http://www.gajiumr.com/umr-jakarta/) [www.pajak.go.id/](http://www.pajak.go.id/)

Blink Zap (2019), Harga Iklan Videotron, diakses pada 2 Juli 2019.

<http://www.blinkzap.com/>

Cetak Murah Senyum (2019), Harga Cetak *Flyer*, diakses pada 2 Juli 2019.

<http://cetakmurahsenyum.com/>

Toko Satu (2019), Harga *Maintenance* dan Pembuatan *Website*, diakses pada 2 Juli 2019.

<http://tokosatu.com/>

Seekmi (2019), Harga *Service* dan Cuci AC, diakses pada 7 Juli 2019.

<http://seekmi.com/>

Trovit (2019), Biaya Sewa Bangunan, diakses pada 8 Juli 2019.

<http://rumah.trovit.co.id/>

Sejasa (2019), Biaya Renovasi, diakses pada 8 Juli 2019.

<http://www.sejasa.com/>

PAM (2019), Biaya Utilitas Air, diakses pada 9 Juli 2019.

<http://www.pamjaya.co.id/>

*Indihome* (2019), Biaya Pemasangan dan Biaya Bulanan Internet dan Telepon, diakses pada10 Juli 2019.

<http://www.indihome.co.id/>