**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Ide Bisnis**

Negara Tiongkok saat ini menjadi salah satu pemimpin perekonomian dunia dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Tak heran, banyak orang yang berminat mempelajari bahasa Mandarin untuk mempermudah komunikasi dan menjalin relasi bisnis dengan pengusaha asal Negeri Tirai Bambu tersebut. Selain itu, kemampuan berbahasa Mandarin juga menjadi persyaratan wajib untuk beberapa jenis pekerjaan, seperti *translator* maupun pekerja di perusahaan tertentu, khususnya perusahaan multinasional.

Perkembangan ekonomi Tiongkok ini pun turut mempengaruhi penambahan kurikulum pelajaran di Indonesia. Pelajaran bahasa Mandarin sudah mulai ditambahkan ke dalam bidang studi untuk siswa SD, SMP, dan SMA disamping pelajaran bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Hal ini dilakukan oleh pemerintah untuk mempersiapkan para siswa dalam mencari pekerjaan serta melakukan bisnis dengan pengusaha dari Tiongkok. Namun sayangnya, pendidikan bahasa Mandarin formal yang didapatkan dari sekolah biasanya hanya meliputi hal-hal dasar sehingga kurang dapat digunakan dalam dunia kerja.

Dengan melihat fenomena diatas, penulis menyadari adanya peluang bisnis untuk mendirikan tempat kursus bahasa bersifat nonformal yang dapat memenuhi serta melengkapi kebutuhan masyarakat akan pendidikan bahasa Mandarin untuk digunakan dalam dunia bisnis. Kesadaran masyarakat akan pentingnya peranan pendidikan bahasa Mandarin di luar sekolah pun juga sudah meningkat. Terlebih lagi dengan minimnya jumlah tempat kursus bahasa Mandarin, penulis yakin bahwa bisnis ini memiliki potensi serta dapat memberikan manfaat serta pengetahuan bagi masyarakat luas.

*Mandarin Learning Center* didirikan oleh penulis dengan tujuan memberikan pelajaran bahasa Mandarin secara bertahap sehingga proses belajar lebih mudah dicerna. Proses pembelajaran di *Mandarin Learning Center* terdiri atas pengenalan nada dan cara pengucapan bahasa Mandarin, pengenalan *pinyin* dan *hanzi*, susunan kalimat dan kata-kata dalam bahasa Mandarin, beragam percakapan kasual, komprehensi penuh, peribahasa, serta metafora. Ada 3 jenis tingkatan, yaitu *beginner*, *intermediate* dan *advanced* untuk kelas anak, pelajar dan dewasa yang akan disesuaikan dengan tingkat penguasaan bahasa Mandarin yang dimiliki masing-masing individu.

Bisnis ini rencananya akan beroperasi di kawasan Kelapa Gading, tepatnya di Ruko *The Kensington Commercial*, Jl. Boulevard Raya, Kelapa Gading, Jakarta Utara. Lokasi ini dipilih karena letaknya yang strategis dan merupakan daerah yang memiliki prospek menjanjikan di masa mendatang. Selain itu, terdapat banyak sekolah serta perumahan di sekitar kawasan ini, sehingga lokasi ini mudah dijangkau karena letaknya yang dekat.

1. **Gambaran Usaha**
2. **Bidang Usaha**

 Di era globalisasi ini, kemampuan berbahasa asing menjadi suatu hal yang menguntungkan. Pemahaman bahasa asing selain bahasa asli atau bahasa ibu telah berkembang menjadi sangat bermanfaat, baik dilihat dari segi ekonomi maupun sosial. Mampu berkomunikasi dalam bahasa asing terbukti berguna dalam dunia kerja, mengingat banyaknya perusahaan yang mengharuskan calon karyawannya untuk menguasai bahasa lain selain bahasa Indonesia.

 Sebagaimana kita ketahui, saat ini Tiongkok mendominasi hampir separuh dari ekonomi dunia hingga mendapat julukan sebagai Macan Asia. Oleh karena itu, banyak negara serta pelaku bisnis yang berlomba-lomba untuk menjalin hubungan dalam bidang ekonomi dengan negara Tiongkok, termasuk Indonesia. Salah satu langkah penting untuk menjalin relasi bisnis dan mendapatkan kepercayaan serta *respect* dari pengusaha asal China adalah dengan menguasai bahasa mereka yaitu bahasa Mandarin.

 Dengan melihat hal diatas, penulis berencana untuk mengadakan *Mandarin Learning Center* sebagai lembaga pendidikan non-formal untuk menambah pengetahuan serta keahlian masyarakat dalam berbahasa. Hal ini dilakukan dalam rangka meningkatkan penguasaan bahasa asing di Indonesia, terutama bahasa Mandarin. Bidang usaha yang dipilih oleh penulis adalah edukasi linguistik secara informal melalui lembaga kursus dan pelatihan bahasa.

1. **Visi**

 Visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Sebuah pernyataan visi yang baik haruslah singkat, diharapkan satu kalimat, dan memasukkan proses pengembangan bisnis didalamnya. Selain itu, visi sebuah organisasi juga harus dapat menjawab pertanyaan dasar seperti “*What do we want to become* ?” (David, David, 2015: 44).

Visi dibutuhkan oleh suatu bisnis untuk menjamin kesuksesan dan kelestarian organisasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, sangat penting bagi eksekutif serta anggota organisasi untuk sepaham mengenai komponen visi yang dimiliki perusahaan dalam rangka mewujudkan visi tersebut. Untuk menyusun sebuah visi yang efektif, ada beberapa kriteria yang harus diperhatikan, yaitu ringkas, menarik untuk pemangku kepentingan, konsisten dengan misi dan nilai perusahaan, dapat dibuktikan, layak untuk menjadi sebuah visi dan inspiratif. Merujuk pada pengertian serta keterangan diatas, visi dari *Mandarin Learning Center* adalah :

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

Berdasarkan pada visi *Mandarin Learning Center*, maka visi pemilik bisnis adalah menjadi pengelola pusat pendidikan bahasa Mandarin **berkualitas internasional** dengan **layanan**, **mutu**, dan **hasil** **terbaik** di Indonesia pada tahun **2035**. **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*. Penekanan tahun **2035** merupakan cerminan parameter waktu yang direncanakan untuk menjadi pilihan utama bagi masyarakat, khususnya pelajar dan anggota perusahaan nasional serta multinasional untuk mempelajari bahasa Mandarin. Pencapaian visi tersebut dilaksanakan melalui tahapan-tahapan pada **Gambar 1.1** di bawah ini :

 **Gambar 1.1**

 **Skema Tahapan Pencapaian *Mandarin Learning Center***

**Tahap 3**

**2025 - 2035**

**Tahap 2**

**2022 - 2024**

**Tahap 1**

**2020 - 2021**

Sumber : *Mandarin Learning Center*, 2019

Skema di atas merupakan perencanaan pencapaian visi dari bisnis *Mandarin Learning Center*. Perencanaan dan perkiraan ini dibuat sebagai patokan keberhasilan kinerja anggota perusahaan dalam mewujudkan visi organisasi. Visi organisasi direncanakan akan tercapai dalam kurun waktu 15 tahun, yaitu pada tahun 2035.

1. **Misi**

Menurut David dan David (2015: 44), misi adalah sebuah pernyataan maksud yang membedakan satu organisasi dari organisasi-organisasi lain yang serupa, pernyataan misi (*mission statement*) adalah sebuah deklarasi tentang alasan keberadaan suatu organisasi.. Hal tersebut menjawab pernyataan “*What is our business ?*”. Pernyataan misi mengungkapkan ingin menjadi apa organisasi dan siapa yang ingin dilayaninya, serta membantu organisasi untuk menetapkan tujuan dan menyusun strategi secara efektif.Berikut ini adalah misi dari *Mandarin Learning Center* :

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

Tujuan merupakan sebuah hasil yang ingin dicapai oleh seorang pengusaha atau perusahaan demi mengejar misi yang telah dibuat. Tujuan adalah target yang bersifat kuantitatif dan pencapaian target tersebut merupakan ukuran keberhasilan kinerja organisasi. Peran penting dari tujuan bisnis adalah membantu evaluasi, mengatur prioritas perusahaan, memotivasi, menentukan strategi, dan mengatur arah perusahaan.

Tujuan bisnis dibagi menjadi dua, yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Umumnya, tolak ukur waktu yang digunakan untuk menentukan tujuan jangka pendek dan jangka panjang bervariasi dan sesuai dengan ketentuan perusahaan. Berikut ini adalah tujuan jangka pendek dari usaha *Mandarin Learning Center* yang berkisar antara satu sampai tiga tahun mendatang :

**Tabel 1.1**

**Tujuan Jangka Pendek *Mandarin Learning Center***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Tujuan Jangka Pendek** | **Agenda** | **Target Pencapaian** |
| 1. | Realisasi bisnis kursus bahasa *Mandarin Learning Center* | Memberikan *souvenir* saat *grand opening* serta memberikan penawaran menarik seperti diskon 50% untuk jasa yang ditawarkan dalam kurun waktu 1 bulan | Adanya masyarakat yang mendaftar untuk mengikuti kursus bahasa, pengurusan studi ke Tiongkok serta ujian HSK dan HSKK dengan jumlah minimal 65 orang |
| 2. | Memperoleh *customer satisfaction* | Memberikan pelayanan yang maksimal dan pengajaran yang efektif serta melakukan *customer relationship management* | Jumlah *complaint* dari pelanggan dengan jumlah seminimal mungkin (maksimal 3 *complaint* per bulan), siswa mengalami perkembangan dalam penguasaan bahasa Mandarin dalam kurun waktu 4 bulan |
| 3. | Membangun *brand awareness* dan *brand image* yang baik serta mudah diingat oleh masyarakat | Menggunakan berbagai media promosi untuk memasarkan bisnis, seperti media sosial (*instagram*, *facebook*, *twitter* dan *website*) serta membagikan brosur dan memasang iklan *videotron* di mall dan dekat jalan raya | Semakin bertambahnya jumlah pendaftar kursus bahasa Mandarin, ujian HSK dan HSKK, serta pengurusan studi ke Tiongkok dengan jumlah minimal 85 orang pendaftar  |
| 4. | Melakukan upaya stabilitas usaha dan kegiatan operasional | Menentukan dan menjaga standar operasional prosedur yang telah ditetapkan | Jumlah pelajar yang mengikuti kursus bahasa Mandarin, pendaftar ujian HSK dan HSKK, serta pelajar yang mengikuti pengurusan studi ke Tiongkok tidak menurun dari bulan-bulan sebelumnya  |

Sumber : *Mandarin Learning Center*, 2019

 Tujuan jangka panjang adalah serangkaian tujuan yang ditetapkan dan ingin dicapai dalam periode waktu yang lama. Biasanya, tujuan jangka panjang berkisar antara tiga tahun mendatang atau lebih. Berikut ini adalah tujuan jangka panjang dari usaha *Mandarin Learning Center* :

**Tabel 1.2**

**Tujuan Jangka Panjang *Mandarin Learning Center***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Tujuan Jangka Panjang** | **Agenda** | **Target Pencapaian** |
| 1. | Menguasai target pasar sejenis | Perluasan area bisnis secara nasional, meliputi DKI Jakarta, Medan, Bali, Surabaya, dll | Pembukaan cabang tempat kursus bahasa di berbagai kota besar di Indonesia |
| 2. | Menjadi salah satu lembaga kursus dan pelatihan bahasa mandarin terbaik di Jakarta Utara dan sekitarnya | Melakukan kerjasama dengan lembaga dan institusi pendidikan di Tiongkok serta menggunakan tenaga pengajar *native speaker* berlisensi dan berpengalaman | Jumlah siswa yang menggunakan jasa *Mandarin Learning Center* lebih banyak dibandingkan dengan pesaing sejenis di kawasan yang sama |
| 3. | Meningkatkan *brand awareness* dan menjaga reputasi sebagai lembaga kursus bahasa Mandarin berkualitas di Indonesia | Memberikan bukti dari hasil pembelajaran serta testimoni siswa yang menggunakan jasa *Mandarin Learning Center*, menyertakan bukti-bukti siswa yang mengikuti pendidikan ke Tiongkok melalui lembaga kursus ini | Menghasilkan pelajar yang berkualitas dan memiliki penguasaan bahasa Mandarin bertaraf internasional, yaitu minimal HSK 4 dan HSKK *intermediate* |

 Sumber : *Mandarin Learning Center*, 2019

1. **Besarnya Peluang Bisnis**

Saat ini, kesadaran masyarakat akan pentingnya penguasaan bahasa asing untuk digunakan dalam dunia kerja sudah cukup tinggi. Hal ini mendorong penggunaan jasa pendidikan non-formal, khususnya tempat kursus bahasa untuk mengakomodasi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan tingkat penguasaan bahasa yang dimiliki. Selain bahasa Inggris, bahasa Mandarin pun kini besar peminatnya semenjak perekonomian China terus berkembang dan bahasa Mandarin diakui Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) sebagai bahasa internasional kedua setelah bahasa Inggris.

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 :

**Tabel 1.3**

 **Data Wawancara 4 Tempat Kursus Bahasa Mandarin**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 1.3**, 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.

1. **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. Rincian dana yang diperlukan untuk mendirikan usaha *Mandarin Learning Center* akan diuraikan pada **Tabel 1.4** :

 **Tabel 1.4**

|  |  |
| --- | --- |
| **Keterangan** | **Biaya** |
| *Leasing* Bangunan |  Rp. 1.225.000.000  |
| Renovasi |  Rp. 129.300.000  |
| Biaya Praoperasional |  Rp. 16.300.000  |
| Peralatan |  Rp. 152.307.100  |
| Perlengkapan |  Rp. 185.500  |
| Kas Operasional |  Rp. 21.860.500  |
| **Total** |  **Rp. 1.444.953.100**  |

 **Kebutuhan Dana *Mandarin Learning Center***

Sumber : *Mandarin Learning Center*, 2019