**BAB IV**

**ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN**

1. **Jasa yang dihasilkan**

 *Bright English Course* merupakan usaha dibidang jasa yang bergerak di bidang lembaga pendidikan berbahasa inggris yang di ajar oleh guru-guru professional lulusan pendidikan bahasa inggris maupun sastra inggris yang sudah lulus uji dan di training terlebih dahulu sesuai standar *Bright English Course*.

 Program Pelatihan bahasa inggris yang dijalankan di *Bright English Course* berbasis kurikulum untuk peserta agar mampu berkomunikasi dalam berbahasa inggris guna keperluan umum. Target dari *Bright English Course* yaitu anak anak berusia 4 tahun (TK) sampai dengan usia 11 tahun(SD) hal ini ditargetkan agar para siswa dapat mengikuti pelajaran bahasa asing di sekolahnya, selain itu para siswa di targerkan dapat berkomunikasi dengan teman sekolah, keluarga dan juga untuk menunjang kegiatan yang dilakukan didalam aktivitas sehari hari. *Bright English Course* menerapkan sistem *Placement tes* untuk penempatan anak-anak sesuai dengan kemampuannya. Jasa yang kami tawarkan yaitu:

1. Preschool (4 – 5 tahun ) :

 Program preschool yaitu kursus bahasa inggris khusus untuk anak usia 4-5 tahun. program ini memperkenalkan anak-anak cara menggunakan bahasa inggris melalui kombinasi lagu-lagu, pelajaran dan permainan yang dapat membantu membangun kepercayaan diri dan merangsang minat mereka terhadap bahsa inggris

1. PreSchool A :

 Preschool A dirancang untuk murid yang baru mendaftar dan sama sekali tidak memiliki kepercayaan diri dalam mempelajari bahasa inggris.

1. Preschool B :

 Preschool B dirancang untuk anak anak lulusan Preschool A dan juga untuk anak-anak yang sudah memiliki kepercayaan diri dalam belajar bahasa inggris.

1. Kids Box (6 – 8 tahun) :

 Program ini merupakan program pengenalan awal pengetahuan dan keterampilan berbahasa, pengenalan alphabet, membaca, mewarnai gambar, menulis dan kegiatan motorik yang lain, serta ungkapan / ekspresi pendek dengan tema bahasa Inggris. Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan dengan berbagai teknik yang sesuai dengan dunia mereka (*games, song*). Dengan suasana yang ‘*fun*’ membuat mereka nyaman untuk belajar dan menumbuhkan kepercayaan diri sejak dini.

1. Kids Box A

 Pada Tingkatan ini diperuntukan untuk anak anak yang baru bergabung dan kemampuan berbasaha inggrisnya sangat masih kurang.

1. Kids Box B

 Pada Tingkatan ini merupakan tingkatan untuk anak anak lulusan dari kids box A dan juga untuk anak anak yang sudah mengerti sedikit mengenai warna, angka, dan kosa kata dasar lainnya.

1. Kids Box C

Pada Tingkatan ini merupakan tingkatan untuk anak anak lulusan dari kids box B dan juga untuk anak anak yang sudah mengerti mengenai warna, angka, dan kosa kata dasar lainnya.

1. General English (9 – 11 tahun)

 General English adalah program yang dirancang khusus bagi anak-anak usia 9 sampai 11 tahun. Pada  program ini kemampuan anak berkomunikasi dengan menggunakan Bahasa Inggris lebih dikembangkan. Aktifitas dalam menggunakan bahasa Inggris di kelas dibimbing dengan berbagai kegiatan belajar berbahasa yang menyenangkan dan sesuai dengan usia anak serta mendukung keberhasilan anak dalam penguasaan bahasa Inggris. Teknik pembelajaran yang interaktif dan variasi games yang diterapkan di program ini akan meningkatkan ketrampilan berbahasa pada anak. Aspek pembelajaran mencakup semua aspek berbahasa seperti seperti Listening, Reading, Speaking dan Writing. Kegiatan di kelas tetap menekankan pada situasi belajar yang menyenangkan sehingga meningkatkan motivasi belajar, dan rasa percaya diri. Dengan suasana belajar yang ‘fun’, tujuan belajar yang efektif dapat tercapai.

1. *Elementary* (dasar)

Murid pada tingkatan ini masih terbilang baru ingin bergabung dan baru memulai belajar bahasa inggris, pada tahapan ini 60% para pengajar menggunakan bahasa inggris namun tetap menggunakan metode yang *fun*.

1. *Intermediete* (Menengah)

Murid pada tingkatan ini sedikit banyak sudah dapat memahami bahasa inggris namun belum dapat mempraktikannya langsung dan 70% pengajar menggunakan bahasa inggris .

1. *Advanced* (Mahir)

Murid pada tingkatan ini merupakan murid yang cukup banyak mengetahui kosa kata dalam bahasa inggris namun belum mengerti mengenai grammer dan juga ingin mengasah lebih jauh kemampuan berbahasa inggrisnya, 95% pengajar menggunakan bahasa inggris .

 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 *Bright English Course* sebagai berikut:

**Gambar 4.1**

**Logo *Bright English Course***

 Gambar 4.1 adalah logo dari *Bright English Course*. Arti dari kata *Bright English Course* itu sendiri ialah ingin menjadikan anak anak Indonesia memiliki masa depan yang cerah dan juga cemerlang melalui tempat kursus bahasa Inggris ini.

Lalu penulis menggunakan gambar buku yang terbuka dengan arti bahwa *Bright English Course* sebagai penyedia informasi dan sumber penerangan bagi para murid dalam belajar berbahasa Asing terutama bahasa inggis, selain itu *Bright English Course* juga mengajak masyarakat Indonesia untuk bangkit bersama-sama belajar berbahasa inggris agar memiliki kemampuan lebih yang dapat digunakan baik untuk berkomunikasi dan untuk dipakai di dunia pekerjaan nantinya, lalu warna Biru pada buku melambangkan bahwa bahasa inggris merupakan bahasa pengantar yang di gunakan hampir diseluruh dunia dan warna merah melambangkan bahwa murid dari *Bright English Course* harus memiliki keberanian, dan semangat untuk tampil dan berkomunikasi dengan menggunakan bahasa inggris.

 Tulisan *Bright English Course* berwarna Biru Dongker diartikan bahwa bisnis ini berjalan secara profesional dan pasti. Professional dan pasti disini memiliki arti bahwa *Bright English Course* akan benar benar melatih anak didiknya dengan layanan dan mutu yang berkualitas.

1. **Gambaran Pasar**

Rencana peramalan dan penjualan akan diasumsikan untuk satu bulan pertama sebagai dasar untuk perhitungan perencanaan 5 tahun ke depan. Dibawah ini merupakan ramalan penjualan Tempat kursus bahasa Inggris *Bright English Course* dari tahun 2020-2024 pada table 4.1 sebagai berikut :

**Tabel 4.1**

**Kapasitas Peserta Didik dalam Ruang Kelas**

 *Sumber : Bright English Course*

 *Bright English Course* memberikan jasa bimbingan belajar selama 6 hari seminggu.

Terdapat 4 jadwal yang berlangsuung setiap hari, dengan rincian sebagai berikut :

1. Kegiatan belajar pukul 10.00 – 11.30 pada kelas A,B,C,D,E dan F.
2. Kegiatan belajar pukul 12.30 – 14.00 pada kelas A,B,C,D,E dan F.
3. Kegiatan belajar pukul 14.30 – 16.00 pada kelas A,B,C,D,E dan F..
4. Kegiatan belajar pukul 16.30 – 18.00 pada kelas A,B,C,D,E dan F.

**Tabel 4.2**

**Jadwal Kegiatan Pembelajaran dan Kapasitas per Ruangan**



 *Sumber : Bright English Course, 2018*

 Berdasarkan Tabel 4.2, jumlah maksimal murid *Bright English Course* yang dapat belajar pada dua hari operasional ialah 240 orang. Seorang murid dapat memilih dua hari dalam seminggu untuk mengikuti kegiatan belajar mengajar selama 90 menit di kelas.

**Tabel 4.3**

**Kapasitas Keseluruhan (Jumlah Peserta Didik)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No**  | **Hari** | **Jumlah Murid** |
| 1 | Senin dan Rabu | 240 |
| 2 | Selasa dan Kamis | 240 |
| 3 | Jumat dan Sabtu  | 240 |
| **TOTAL** | **720** |

 *Sumber : Bright English Course, 2018*

 Berdasarkan Tabel 4.3, jumlah peserta didik maksimal yang mampu ditampung ialah sebanyak 720 orang. Harga jasa tempat kursus bahasa inggris *Bright English Course* akan ditingkatkan sebesar 10% setiap tahun untuk mengimbangi tingkat inflansi dan tingkat kenaikan upah provinsi dengan harga per orang sebesar 500.000/bulan.

**Tabel 4.4**

**Ramalan Jumlah Siswa Selama 5 tahun**

Sumber *:* Tabel 4.5

**Tabel 4.5**

**Ramalan Penjualan *Bright English Course* Tahun 2020-2024 (dalam Rupiah)**



Sumber *:* Lampiran 1

 Penulis beranggapan tahun 2020-2024 akan mengalami kenaikan sebanyak 20% dari jumlah siswa pada tahun sebelumnya. 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 inggris . Kenaikan presentasi yang terjadi disebabkan keyakinan penulis akan kualitas dari staf pengajar, suasana belajar, fasilitas yang didapat selama belajar di *Bright English Course* dan yang paling penting adalah kebutuhan masyarakat akan seberapa pentingnya pendidikan untuk masa depan sang anak di kemudian hari

1. **Target Pasar yang Dituju**
2. **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):

1. 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. *Bright English Course* berlokasi di Taman Harapan Baru Blok C1 no 10, Pejuang, Medan Satria Bekasi Utara. Lokasi ini dipilih karena tergolong strategis dengan jumlah sekolah dan pelajar taman kanak-kanak maupun sekolah dasar yang tinggi, dan juga lokasi tersebut dekat dengan jalan raya utama dan dekat dengan perumahan .

1. Segmentasi Demografi

Segmentasi demografi berarti membagi pasar berdasarkan variabel-variabel demografik yaitu umur dan tahap daur hidup. Pada kelompok usia pasar yang dituju oleh *Bright English Course* ialah pengguna jasa dengan kisaran usia empat hingga sebelas tahun. Pada kelompok jenis kelamin, *Bright English Course* tidak berfokus pada kelompok tertentu, melainkan menerima seluruh pelajar perempuan dan laki-laki. Berdasarkan pendapatan ekonomis, focus *Bright English Course* adalah orang tua pelajar dengan pendapatan lebih dari Rp 4.000.000 (empat juta rupiah) per bulan.

1. Segmentasi Psikografis

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

1. Segmentasi Tingkah Laku

Segmentasi tingkah laku berarti mengelompokkan pelanggan pada pengetahuan, sikap, penggunaan dan atau reaksinya terhadap suatu produk atau jasa. Pada segmentasi ini *Bright English Course* berfokus pada pelayanan para tenaga pengajar yang membuat murid merasa nyaman dengan metode pengajaran yang *fun*.

1. ***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 *Bright English Course* ialah anak-anak pelajar taman kanak-kanak dan sekolah dasar dengan kisaran usia empat hingga sebelas tahun, yang berdomisili di Bekasi. Pangsa pasar *Bright English Course* juga dapat berasal dari wilayah lain, tidak terbatas pada wilayah Cakung di Jakarta Timur.

1. **Strategi Pemasaran**
2. **Diferensiasi**

 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 targer pasar.

 *Bright English Course* menyadari pentingnya memiliki diferesiasi dalam menjalankan perusahaan. Maka, setiap 3 bulan sekali *Bright English Course* akan mengadakan acara perlombaan dengan membuat panggung dan *Contest* yang berbeda setiap *event* nya seperti *Spelling Contest*, lalu *Bright Talent* untuk menunjang bakat anak-anak dan menunjukan kepercayaan diri di depan umum. Selain mengadakan *event* tersebut *Bright English Course* juga membuat Field Trip setiap 1 tahun sekali dengan dibimbing oleh *native speaker.*

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 *Bright English Course* menempatkan *brand-nya* sebagai penyedia jasa kursus yang berfokus pada bidang studi bahasa asing ( bahasa Inggris) serta pelajaran dengan metode yang *fun* dan menyenangkan dan mudah dipahami bagi anak-anak. Hal ini sesuai dengan moto atau slogan yang dijunjung oleh *Bright English Course,* yaitu “*Confidence and Fun Learning”* yang berarti pelajaran yang menyenangkan untuk meningkatkan kepercayaan diri.

1. **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:

1. 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 baik pada harga yang wajar.

1. Penetapan harga dengan nilai tambah

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

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 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)

1. 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 *Bright English Course*, menggunakan metode penetapan harga berdasarkan pesaing. Metode ini dipilih *Bright English Course* agar dapat bersaing di pasar dan menandingi kompetitornya. Tentunya harga yang ditetapkan tidak mengabaikan kualitas dari apa yang dihasilkan. Harga yang ditetapkan *Bright English Course* adalah kisaran Rp 500.000,00 perbulannya.

**4. Saluran Distribusi**

Jasa yang akan didistribusikan oleh *Bright English Course* ialah jasakursus bahasa Inggris atau pendidikan non-formal bagi anak-anak yang berusia empat sampai empat belas tahun, di mana umumnya merupakan pelajar taman kanak-kanak, sekolah dasar, maupun sekolah menengah pertama. 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, *Bright English Course* 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 *Bright English Course* akan mengadakan acara perlombaan dengan membuat panggung dan *Contest* yang berbeda setiap *event* nya seperti *Spelling Contest*, lalu *Bright Talent* 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.

1. **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 inggris *Bright English Course* juga melakukan *Micro Teaching* dan sosialisasi mengenai budaya organisasi kepada pengajar agar para pengajar ini dapat dengan baik memahami karakter dari pada murid.

1. **Process**

 Proses adalah semua prosedur actual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang di gunakan 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 inggris *Bright English Course* pada gambar 4.2

**Gambar 4.2**

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

***Bright English Course***

**Siswa Didik Guru**

2. Mengarahkan murid-murid untuk baris dan bernyanyi bersama selama 5-10 menit. Dan yang bisa menjawab pertanyaan boleh masuk ke kelas.

1. Datang ke *Bright English Course,* dan berbaris di depan ruangan bersamamurid yang lain untuk menyanyi dan test *spelling* bersama

4. Memberikan materi dan membimbing murid.

3. Murid yang menjawab dengan benar masuk ke kelas dan belajar.

Terdapat empat proses dalam pemberian jasa belajar mengajar di Tempat Kursus Bahasa Inggris *Bright English Course,* yaitu:

1. Murid datang ke Tempat Kursus Bahasa Inggris *Bright English Course* dengan membawa materi atau buku yang diberikan oleh Tempat Kursus Bahasa Inggris *Bright English Course,* namun sebelum masuk kelas anak-anak akan dibariskan di depan ruangan bersamamurid yang lain untuk menyanyi dan test *spelling* bersama.
2. Para guru akan mengarahkan murid-murid untuk baris dan bernyanyi bersama selama 5-10 menit dan yang bisa menjawab pertanyaan boleh masuk ke kelas.
3. Murid yang menjawab dengan benar masuk ke kelas dan mulai belajar.
4. Guru akan mengajarkan materi yang telah disiapkan dan membahasnya pada sesi utama, kemudian guru akan mengajar sambil bermain dengan menerapkan materi yang sudah diajarkan di sesi pertama kepada murid-murid *Bright English Course.*
5. **Physical Evidence**

 Bentuk bangunan fisik tempat binbingan belajar *Bright English Course* 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 *Bright English Course* terletak di Taman Harapan Baru Blok C1 no 10, Pejuang, Medan Satria Bekasi Utara 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 Bright English Course ialah anak-anak, maka tampilan ruang belajar akan dilengkapi dengan wallpaper berwarna cerah, dan juga hiasan hiasan yang menarik.

 Tempat kursus bahasa inggris Bright English Course akan didirikan di Taman Harapan Baru Blok C1 no 10, Pejuang, Medan Satria Bekasi Utara. Berikut ialah gambar peta lokasi jalan yang bersumber dari Google Maps.

**Gambar 4.3**

**Peta Lokasi Tempat Kursus Bahasa Inggris *Bright English Course***

****

 Sumber: Google Maps

1. **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.

1. Penjualan perseorangan (*personal selling)*

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

1. 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.

1. 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.

1. 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, *Bright English Course* melakukan beberapa cara untuk promosi sebagai berikut:

1. Presentasi ke Sekolah

 Metode pemasaran ini dilakukan oleh *Bright English Course* dengan menjalin kerjasama dan hubungan baik dengan taman kanak-kanak dan juga sekolah dasar yang berlokasi di daerah Bekasi dengan cara menjadikan kursus bahasa inggris ini sebagai Extrakulikuler di sekolah sehingga dapat memperoleh kesempatan memberikan presentasi atau membagikan informasi mengenai *Bright English Course* kepada orang tua murid pada acara tertentu yang diselenggarakan oleh pihak sekolah.

1. Brosur

 Brosur adalah kertas yang dapat disebarkan dan berisi informasi yang ingin disampaikan mengenai perusahaan kepada masyarakat. Brosur *Bright English Course* 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 *Bright English Course.*

1. Spanduk

Spanduk diletakan di depan tempat operasional perusahaan, sehingga calon konsumen dapat mengetahui dan menyadari keberadaan tempat kursus bahasa inggris *Bright English Course.*

1. Kaos *Bright English Course*

 Salah satu benda yang di dapat oleh murid di tempat kursus bahasa inggris *Bright English Course* 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 Bright English Course

1. *Free Trial*

 *Bright English Course* 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.

1. Media sosial

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

1. *Word Of Mouth*

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

1. Kartu Nama

 Kartu nama bisnis berupa informasi mengenai kontak yang dapat dihubungi terkait kegiatan operasional perusahaan. Kartu nama dapat berupa detail kontak pendiri *Bright English Course* dan juga pengelola *Bright English Course.*

1. *Discount*

 Memberikan discount sebesar 50% pada bulan Januari 2020 untuk memberikan pengalaman terlebih dahulu kepada para murid, 1 bulan diawal ini digunakan oleh *Bright English Course* dengan sebaik baiknya untuk mengambil hati para orang tua murid dan juga menciptakan kenyamanan terhadap para pelanggan *Bright English Course.*