**PERENCANAAN BISNIS BIMBINGAN BELAJAR NUARY**

**ARTIKEL**

**OLEH :**

**NAMA : DIAN NUARY**

**NPM : 138020040**

****

 **PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2016**

**ABSTRACT**

 The title of this study are: Business Planning Tutoring Nuary.

 The background of this research is the need for quality education encourages writers to draft a tutoring business with the trademark Bimbel Nuary.

 The focus of this study is to examine the analysis of the situation regarding business planning tutoring Nuary, a feasibility study Nuary tutoring business, and business planning work program tutoring Nuary.

 This study is included in a qualitative study using explorative method, which is a method to determine whether the research is used feasible. Data obtained from observation, interviews and documentation study are in accordance with the study of the problem.

 The results of this research to produce a business plan, marketing the business to be run located in seven locations in the city with the largest population. From the results of the feasibility study may be feasible nuary Mobil, as seen from the financial aspect, the NPV of Rp 3,901,344,800, PP as many as 1 year and 6 months, IRR of 36.4%, a PI of 2.74, and BEPRP Rp. BEPUnit 19.608 billion and as many as 637 students, as well as field surveys to potential consumers (parents and students) showed significant interest, seen from the results of a double correlation or R, shows the number of R = 0, 8155. Planning Nuary tutoring business uses marketing mix STP + 4P + 3P, financial planning, operational system that focuses on input-process-output, human resource system that is integrated, as well as management and organizational structure.

**Keywords: Business Planning, Business Feasibility Study**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Pendidikan merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan potensi anak. Dalam menghadapi perkembangan zaman yang semakin kompetitif ini, pendidikan harus dilaksanakan sebaik mungkin untuk menciptakan generasi muda yang mempunyai karakter bangsa. Kebutuhan akan pelayanan pendidikan yang berkualitas mendorong penulis untuk membuat rancangan usaha bimbingan belajar dengan merk dagang *Bimbel Nuary*.

* 1. **Fokus Penelitian**

Penelitian ini terfokus pada analisis situasi dan studi kelayakan bisnis. Analisis situasi terbagi menjadi analisis internal dan eksternal, sedangkan studi kelayakan bisnis dikaji dan dibatasi dari segi pasar dan pemasaran, keuangan, operasional, sumber daya manusia, dan manajemen organisasi. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Bandung. Perencanaan bisnis bimbingan belajar Nuary ini dibuat untuk tingkat sekolah dasar (SD) karena dilihat dari potensi jumlah siswa SD lebih banyak dibandingkan tingkat lanjutannya.

* 1. **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dari perencanaan ini adalah :

1. Bagaimana analisis situasi mengenai perencanaan bisnis bimbingan belajar Nuary.
2. Bagaimana studi kelayakan bisnis bimbingan belajar Nuary.
3. Bagaimana perencanaan bisnis bimbingan belajar Nuary.
	1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam perancangan ini secara umum adalah menghasilkan perancangan usaha bimbingan belajar Nuary berdasarkan hasil analisis situasi dan studi kelayakan bisnis.

Berdasarkan latar belakang yang ada, tujuan khusus dari perancangan usaha ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui analisis situasi mengenai perencanaan bisnis bimbingan belajar Nuary.
2. Mengetahui studi kelayakan bisnis bimbingan belajar Nuary.
3. Menghasilkan perencanaan bisnis bimbingan belajar Nuary.
	1. **Manfaat Penelitian**
		1. **Manfaat Praktis**

Manfaat yang dapat diperoleh ketika usaha ini berhasil untuk dijalankan, yaitu antara lain:

1. Memberikan sebuah inovasi dalam dunia pendidikan guna memenuhi kebutuhan peserta didik
2. Menyerap Jumlah Penganguran terbuka baik yang terdidik maupun tidak terdidik secara keseluruhan.
3. Menyerap potensi pasar yang ada akan kebutuhan di dunia pendidikan, khususnya bimbingan belajar.
	* 1. **Manfaat Teoritis**
4. Sebagai referensi kajian untuk penelitian di massa yang akan datang.
5. Sebagai sumbangan pemikiran dalam praktek pembelajaran khususnya di lingkungan bimbingan belajar.
6. Sebagai sumber teori dan data bagi mereka yang ingin mendirikan usaha bimbingan belajar.

**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka yang penulis paparkan dalam bab ini merupakan hasil mendalami konsep, teori, atau model penelitian yang penulis dapatkan dari studi literatur di perpustakaan, tabloid, dan sumber di internet.

**2.1.1 Manajemen**

Manajemen menurut Robbins (2014:33) adalah *“coordinating and overseeing the work activities of others so their activities are completed efficiently and effectively”*. Yang berarti mengkoordinasikan dan mengawasi kegiatan orang lain sehingga kegiatan mereka selesai secara efisien dan efektif.

**2.1.2 Organisasi**

Menurut Syamsir Torang (2014:25) Organisasi adalah “sistem peran, aliran aktivitas dan proses (pola hubungan kerja) dan melibatkan beberapa orang sebagai pelaksana tugas yang didisain untuk mencapai tujuan bersama”.

**2.1.3 Perencanaan Bisnis**

Perencanaan bisnis atau perencanaan usaha adalah hal yang sangat mendasar ketika akan membangun sebuah bisnis. Menurut Peggy Lambing yang dikutip Suryana (2013:192) :

“Perencanaan usaha adalah suatu cetak biru tertulis (*blue-print*) yang berisikan tentang misi usaha, usulan usaha, operasional usaha, perincian finansial, strategi usaha, peluang pasar yang mungkin diperoleh, dan kemampuan serta keterampilan pengelolanya.”

**2.1.4 Kewirausahaan**

Menurut Suryana (2013:16) :

“Kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai kemampuan kreatif dan inovatif untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan perjuangan untuk menghadapi tantangan hidup”.

**2.1.5 Pengertian *Product* dan *Service* (Jasa)**

**2.1.5.1 *Product***

 Kotler (2016:256) mendefinisikan produk sebagai berikut “*A Product is anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use or consumption that might satisfy a want or need”.* Berdasarkan definisi diatas dapat diartikan produk adalah apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan.

**2.1.5.2. *Service***

 Pengertian *service* (jasa) menurut kotler (2016:257) mendefinisikan *service* (jasa) adalah *“An activity,benefit or satisfaction offered for sale that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything”*. Dari definisi tersebut dapat diartikan kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

**2.1.6 Analisis Situasi**

 Berbisnis tidak hanya mempertimbangkan faktor perencanaan saja, akan tetapi juga harus memikirkan aspek situasi yang sedang atau terjadi di masa yang akan datang. Karena itu sebagai seorang pebisnis haruslah mempertimbangkan dan mau menganalisa situasi dalam bisnis tersebut, yang tujuannya untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

**2.1.7 Studi Kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan bisnis merupakan hal yang penting ketika akan membuat sebuah rancangan usaha. Suryana (2013:152), yang dimaksud dengan studi kelayakan bisnis adalah “Penelitian tentang layak atau tidaknya suatu bisnis dilaksanakan dengan menguntungkan secara terus-menerus”.

**2.1.8 Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis**

Banyak hal yang bisa dianalisis untuk mendukung kelayakan bisnis, akan tetapi dalam tesis ini akan dikaji studi kelayakan bisnis yang berdasar pada aspek pasar dan pemasaran, keuangan, operasional, sumber daya manusia, juga manajemen dan organisasi.

**2.1.8.1 Aspek Pasar dan Pemasaran**

Aspek pasar dan pemasaran merupakan hal yang penting untuk mendukung penilaian dalam studi kelayakan bisnis. Menurut Kotler (2016:32) *“A market is the set of actual and potential buyers of a product and service”.* Yang artinya, Sebuah pasar adalah himpunan pembeli aktual dan potensial dari produk dan jasa. Dari produk yang dihasilkan, kita harus mengetahui seberapa besar daya serap pasar.

**2.1.8.2 Aspek Manajemen Keuangan**

Menurut Sutrisno (2003:3), yang dimaksud dengan manajemen keuangan adalah “Semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien.”

**2.1.8.3 Aspek Manajemen Operasional**

Beberapa definisi tentang manajemen operasional, Menurut Umar (2007:88)

“Manajemen Operasional adalah fungsi atau kegiatan manajemen yang meliputi perencanaan, organisasi, *staffing*, koordinasi, pengarahan dan pengawasan terhadap operasi perusahaan. Operasi ini merupakan suatu kegiatan (di dalam perusahaan) untuk mengubah masukan menjadi keluaran, sehingga keluarannya akan lebih bermanfaat dari masukannya.”

Sedangkan menurut Heizer & Render (2006:4) mengatakan “*Operations management (OM) is the set of activities that creates value in the form of goods and services by transforming inputs into outputs.*” Yang artinya, Manajemen operasi adalah kumpulan aktivitas yang menciptakan nilai suatu barang atau jasa dengan mengubah input menjadi output.

**2.1.8.4 Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia**

Ada beberapa definisi menurut beberapa ahli, menurut Mathis dan Jackson (2006:3) mengatakan “Manajemen sumber daya manusia adalah rancangan sistem-sistem formal dalam sebuah organisasi untuk memastikan penggunaan bakat manusia secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan-tujuan organisasional”. Sedangkan Menurut Ike Kusdyah Rachmawati (2008: 2) mengatakan bahwa “Manajemen sumber daya manusia merupakan konsep luas tentang filosofi, kebijakan, prosedur, dan praktik yang digunakan untuk mengelola individu atau manusia melalui organisasi.”

**2.1.8.5 Aspek Manajemen dan Organisasi**

Dalam aspek manejemen dan organisasi yang perlu di uraikan adalah bentuk kegiatan dan cara pengelolaan dari gagasan usaha yang direncanakan secara efisien dan efektif. Umumnya adalah pengelolaan mengenai orang-orang yang penting dalam perusahan, yang memiliki determinasi dan strategi, yang memiliki hak untuk menentukan keputusan akhir.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

 Pada masa perekonomian yang sangat kompleks ini, setiap orang harus dapat menghadapi tantangan dan risiko yang muncul dengan kreatif dan inovatif. Hal tersebut dapat dikombinasikan dengan modal dan manajemen yang baik sebelum memasarkan sebuah produk.

 Kota Bandung adalah salah satu kota pendidikan. Untuk mendukung keberlangsungan industri tersebut, dibutuhkan inovasi dan kreatifitas guna mempertahankan juga memperkaya pendidikan di Kota Bandung. Hal ini didasari oleh peluang yang ada dan harus didukung oleh inovasi juga kreatifitas yang tinggi pada metode pembelajaran yang digunakan.

 Sebelum memulai binis ini, ada analisis situasi yang harus diperhatikan baik dari sisi internal dan external, yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), ancaman (*threats*). Analisis situasi merupakan elemen dasar dari rencana pemasaran dan digunakan untuk membuat proyeksi untuk kegiatan marketing yang diajukan.

 Jadi kesimpulannya dalam usulan penelitian ini penulis mencoba membuat suatu perancangan bisnis atau usaha dengan judul “**Perencanaan Bisnis Bimbingan Belajar Nuary”.**

 Adapun beberapa kriteria sebagai penilaian apakah bisnis ini layak atau tidak diantaranya adalah:

1. Analisis Situasi, yang terdiri dari:
2. External analisis
3. Internal analisis
4. Studi kelayakan bisnis
5. Aspek-aspek studi kelayakan bisnis, antara lain:
	* 1. Aspek pasar dan manajemen pemasaran
		2. Aspek manajemen keuangan
		3. Aspek manajemen operasional
		4. Aspek manajemen sumber daya manusia
		5. Aspek manajemen dan organisasi
	1. **Proposisi Penelitian**

 Berdasarkan kajian pustaka dan kerangka pemikiran, maka proposisi dalam penelitian ini adalah “ Dengan analisis situasi dan perencanaan bisnis yang tepat akan menghasilkan perancangan usaha yang layak untuk dijalankan”.

**BAB III**

**METODOLOGI PENELITIAN**

**3.1. Objek Perancangan**

Pada penelitian ini penulis melakukan pencarian metode untuk membuat rencana usaha, maka yang menjadi penelitian adalah rencana usaha bimbingan belajar itu sendiri. Ide ini muncul berawal dari adanya peluang dan *demand* yang muncul di kota Bandung, khusunya di bidang pendidikan. Maka pemaparan pada bab selanjutnya yaitu tentang penelitian bisnis, metode penelitiannya menggunakan metode-metode yang dipaparkan pada bab ini.

**3.2. Metode Perancangan**

Metode perancangan atau metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Metode yang digunakan untuk membuat rancangan usaha dalam tesis ini adalah metode ekploratif, yang merupakan metode untuk mengetahui apakah riset yang digunakan layak. Penelitian deskriptif analisis ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, mengumpulkan dan menuangkan data dari lapangan melalui observasi dan wawancara untuk kemudian dianalisis.

**3.2.1. Langkah Perancangan Model**

Langkah perancangan model yang penulis gunakan dalam perancangan Bimbel Nuary ini adalah rencana bisnis. Terdapat beberapa aspek dalam sebuah bisnis. Maka dari itu, penulis akan mencoba memaparkan terlebih dahulu mengenai aspek dalam sebuah bisnis yang akan dikorelasikan pada penelitian ini. Beberapa aspek yang sangat penting dalam penelitian bisnis ini, sebagai berikut:

1. *Situational Analysis* (Analisis Situasi)

Analisis situasi terbagi atas lingkup internal dan eksternal. Dalam ruang lingkup internal, yang dapat diukurnya adalah kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (weaknesses). Sedangkan dari ruang lingkup external yang dapat diukurnya adalah peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Intinya adalah untuk mengukur kemampuan perusahaan dan peluang yang ada di pasar. Sehingga ketika akan melakukan sebuah bisnis, terlebih dahulu mengetahui kondisi dari segi usaha yang akan dilakukan. Yang akhirnya dapat terlihat bisnis tersebut layak atau tidak layak untuk dijalankan.

1. Studi Kelayakan Bisnis

Banyak hal yang bisa ditelaah untuk mendukung kelayakan bisnis, akan tetapi dalam tesis ini yang akan menjadi acuan studi kelayakan bisnis yang berdasar pada aspek pemasaran, keuangan, operasional, sumber daya manusia, juga manajemen dan organisasi.

**3.2.2. Gambar Skematik Perancangan Model**

Rencana Bisnis

Analisis Situasi

Studi Kelayakan Bisnis

Lingkup Internal

Lingkup Eksternal

Kekuatan

Kelemahan

Ancaman

Peluang

Aspek Manaj. Pemasaran

Aspek Manaj. Keuangan

Aspek Manaj. Operasional

Aspek Manaj. SDM

Aspek Manaj. dan Organisasi

*Segmenting*

*Targeting*

*Positioning*

Bauran Pemasaran

(4P + 3P)

*Payback Period*

*Net Present Value*

*Internal Rate of Return*

*Profitability Index*

*Break Even Point*

Proses perubahan inputs menjadi outputs

*Recruitment & Placement*

*Employee Relation*

*Training & Development*

*Compensation*

Evaluasi Manajemen Organisasi

**3.2.3. Operasionalisasi Parameter**

Tabel 3.1 Operasionalisasi Parameter

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Rumusan Masalah | Parameter | Dimensi | Deskripsi | Jenis Data | Sumber Data |
| Analisis Situasi | Lingkup Internal | *a.Strengths*b.*Weakness* | a.Mengidentifikasi kekuatanb. Mengidentifikasi kelemahan yang ada | PrimerPrimer | PenelitiPeneliti |
|  | Lingkup Eksternal | a.*Opportunity*b. *Threat* | a.Melihat bagaimana peluangb. Melihat ancaman yang akan dihadapi | SekunderSekunder | Website terkait |
| Lingkungan internal | Manajemen Pemasaran | a. *Segmenting*b. *Targeting*c. *Positioning*d. Bauran Pemasaran (4P+3P) | Proses membagi-bagi pasar sesuai dengan grup potensial konsumenKegiatan menembak pasar yang ditujuKegiatan memposisikan produk di antara produk yang ada*Product**Price**Place**Promotion**People**Process**Physical Evident* | SekunderSekunderSekunderSekunder | BPSBPSBPSBPS dan *website* terkait |
|  | Manajemen Keuangan | a. *Payback Period*b. *Net Present Value*c. *Internal Rate of Return*d. *Profitability Index*e. *Break Even Point* | Rasio antara *initial cash investment* dengan *cash inflow*-nya yang hasilnya merupakan satuan waktuSelisih antara *Present Value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan penerimaan kas bersihMetode untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa datangMetode untuk menghitung melalui perbandingan antara nilai sekarang (*present value*) dari rencana penerimaan penerimaan kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai sekarang (*present value*) dari investasi yang telah dilaksanakanMetode yang digunakan untuk mengukur titik impas | PrimerPrimerPrimerPrimerPrimer | SupplierSupplierSupplierSupplierSupplier |
|  | Manajemen Operasional | a. Proses perubahan inputs menjadi outputs | *- Inputs : Energy, Material, Labor, Capital, Information**- Process: Transformation**- Outputs: Goods and Service*  | Primer | Observasi langsung |
|  | Manajemen Sumber Daya Manusia | a. *Recruitment and Placement*b. *Training and Development*c. *Compensation*d. *Employee Relation* | Seleksi sejumlah tenaga kerja yang akan diperkerjakanUntuk meningkatkan kemampuan atau performa karyawan yang berimbas pada hasil kerjaImbalan berupa uang atau bukan uang yang diberikan kepada karyawan dari perusahaanLingkungan kerja | Sekunder | Text Book |
|  | Manajemen dan Organisasi | Evaluasi Manajemen Organisasi | *a.Key employees/ principals**b.Board directors**c.Advisory committee**d.Consultants and other specialist**e.Key management personnel to be added* | Sekunder | Text Book |

**3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Informasi Lapangan**

 Adapun cara atau teknik pengumpulan datanya menurut sugiono (2010: 194) dapat dilakukan dengan beberapa hal, sebagai berikut:

1. Wawancara
2. Wawancara Terstruktur.
3. Wawancara Tidak terstruktur.
4. Kuesioner
5. Observasi
6. Obsevasi Berperanserta.
7. Observasi Nonpartisipan.
8. Observasi Terstruktur.
9. Observasi Tidak Terstruktur.

Merujuk pada teknik pengumpulan data diatas, maka teknik pengumpulan data pada penelitian ini akan menggunakan beberapa teknik, sebagai berikut:

1. Wawancara.

Jenis wawancara yang dipergunakan yaitu wawancara terstruktur. Objek yang diwawancarinya yaitu calon konsumen *BIMBEL Nuary*, adapun objek tambahan sebagai pelengkap bagi informasi yang dibutuhkan diantaranya wawancara dengan pengusaha atau pelaku bisnis, praktisi bisnis, untuk mendapatkan data yang lengkap mengenai perancangan bisnis. Instrumen yang dipergunakan untuk wawancara dalam penelitian ini adalah angket yang contohnya dapat dilihat pada lampiran.

1. Observasi.

Jenis observasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah observasi Nonpartisipasi. Pada observasi nonpartisipasi peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen. Objek yang diamati pada penelitian ini antaralain, Kompetitor pada pada produk sejenis serta segala hal hal ketika proses dilapangan berhubungan dengan penelitian ini.

**BAB IV**

**ANALISIS DAN HASIL PERANCANGAN MODEL**

**4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Bimbel Nuary merupakan merek yang akan digunakan untuk membuat rancangan usaha bimbingan belajar ini. Rancangan usaha ini berawal dari keinginan untuk melakukan sebuah inovasi pada metode pembelajaran yang ada di dunia pendidikan khususnya di kota Bandung, memberdayakan para pengangguran terdidik, mengambil peluang pasar yang ada khususnya untuk usaha bimbingan belajar.

Beberapa aspek yang menjadi penelitiannya adalah:

1. Aspek pasar dan pemasaran
2. Aspek keuangan
3. Aspek operasional
4. Aspek sumber daya manusia
5. Aspek manajemen dan organisasi

**4.2. Analisis Situasi**

Analisis situasi adalah proses pemindaian kekuatan internal yang dilihat dari segi kekuatan dan kelemahan juga pemindaian kekuatan eksternal yang dilihat dari segi peluang dan ancaman. Dari kekuatan internal dan eksternal tersebut akan terlihat sebuah situasi dari bisnis yang akan dijalankan yang dibandingkan dengan produk atau usaha yang telah ada sebelumya.

* + 1. **Faktor Eksternal**

Faktor eksternal mengidentifikasi peluang dan ancaman dengan memperhatikan :

1. Aspek Geografik

Bandung merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan data dari pemerintah kota Bandung dalam situs resminya [www.bandung.go.id](http://www.bandung.go.id) berdasarkan pencatatan Maret 2004 jumlah penduduk kota Bandung 2.510.982 jiwa dengan luas wilayah 16.729,50 Ha. Komposisi warga Negara asing yang berdomisili di kota Bandung sebesar 4.301 jiwa. Jumlah warga negara asing menurut catatan Kantor Imigrasi Bandung yang berdiam tetap di Kota Bandung setiap bulannya rata-rata sebesar 2.511 orang, sedangkan jumlah warga negara asing yang berdiam sementara di Kota Bandung setiap bulannya rata-rata sebesar 5.849 jiwa. Bandung terbagi menjadi 23 kecamatan antara lain kecamatan Andir, Arcamanik, Astana Anyar, Babakan Ciparay, Bandung Kidul, Bandung Wetan, bandung Kulon, Batununggal, Bojongloa Kaler, Bojongloa Kidul, Cibeunying Kaler, Cibeunying Kidul, Cibiru, Cicendo, Cicadap, Coblong, Kiara Condong, Lengkong, Rancasari, Sukajadi, Sukasari, Sumur Bandung, Ujung Berung. Dari data tersebut dapat dijadikan peluang pasar yang luas.

1. Aspek Ekonomi

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Jawa Barat, pertumbuhan ekonomi Kota Bandung termasuk dua tertinggi di Indonesia. BI Jabar menyatakan, pertumbuhan ekonomi Kota Kembang mencapai 8,5 persen, hal tersebut dibenarkan oleh Walikota Bandung dan menyatakan Kota Bandung juga memberikan sumbangan cukup tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Dikutip dari republika.co.id). Bidang ekonomi merupakan salah satu pilar kemajuan bagi sebuah kota besar seperti kota Bandung. Pemerintah kota sendiri mengembangkan kemakmuran ini melalui strategi pengembangan perekonomian kota yang adil. Sebab, biasanya dari aspek penilaian selalu akan menjurus kepada aspek perkembangan perekonomian. Misalnya, untuk mencapai manusia cerdas harus melalui pendidikan dan itu memerlukan nilai ekonominya.

1. Aspek Teknologi dan Informasi

Saat ini, pemanfaatan teknologi informasi sudah semakin luas. Perkembangan teknologi dan informasi dapat menunjang keberlangsungan kegiatan dalam berbagai sektor. Penggunaan teknologi informasi bidang pendidikan dapat membantu dalam proses kegiatan belajar mengajar baik pada pendidikan formal maupun informal. Dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi dapat tersedianya bahan ajar dalam format digital, ilmu dapat berkembang dengan cepat, dapat memberikan ilustrasi berbagai fenomena ilmu pengetahuan untuk mempercepat penyerapan bahan ajar, pelajar melakukan eksplorasi terhadap pengetahuannya secara lebih luas dan mandiri. Banyak hal positif dari adanya kemajuan teknologi informasi, namun ada juga dampak negatifnya oleh karena itu penggunaan teknologi informasi perlu dilakukan dengan proporsional, pengawasan, dan edukasi terhadap penggunaannya.

1. Aspek Kebijakan Pemerintah

Pendidikan merupakan hal yang sangat penting, karena biasanya kualitas kecerdasan manusia dilihat dari seberapa tinggi seseorang tersebut mengenyam pendidikan. Pemerintah juga mendukung dalam menggalakkan pendidikan, terbukti dari adanya salah satu peraturan yang mengatur tentang pendidikan. Peraturan tersebut tertuang dalam UUD 1945 pasal 31 ayat (1) disebutkan bahwa : Tap-tiap warga negara berhak mendapatkan pengajaran; ayat (2) Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pengajaran nasional yang diatur dengan undang-undang. Dari penjelasan pasal ini pemerintah memberikan petunjuk bahwa pemerintah mendapatkan amanat untuk menjamin hak-hak warga negara dalam mendapatkan layanan pendidikan, selain itu pemerintah juga berkewajiban untuk menyelenggarakan satu sistem pengajaran nasional.

* + 1. **Faktor Internal**

Untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor-faktor internal, dengan melihat tiga unsur yaitu sumber-sumber daya (input), strategi berjalan (process) dan kinerja (outputs). Sumber daya yang digunakan meliputi sumber daya manusia, bahan baku, peralatan dan perlengkapan yang mendukung. Produk yang ditawarkan merupakan bimbingan belajar dengan mata pelajaran yang beragam, untuk menyajikan hal tersebut di dukung oleh metode pembelajaran yang menarik dan sistem pengajaran yang menyesuaikan dengan perkembangan dunia pendidikan. Hal tersebut dapat menjadi kekuatan dalam melakukan analisis, namun ada hal yang dapat juga menjadi kelemahan yaitu merek yang belum dikenali dan bisnis yang dapat ditiru oleh pesaing/ kompetitor lain.

**4.3. Hasil Perancangan Model**

Hasil perancangan model dalam penelitian ini adalah berupa hasil perencanaan bisnis bimbingan belajar Nuary. Memulai suatu bisnis memerlukan beberapa hal yang harus diteliti. Penelitian tersebut berguna untuk pemetaan berkenaan dengan bisnis yang akan dijalankan. Hasilnya merupakan implikasi yang dapat diimplementasikan pada bisnis yang akan dijalankan.

**4.3.1 Aspek Pasar dan Pemasaran**

Kotler dan Amstrong (2016:29) mendefinisikan manajemen pemasaran “*A social and managerial process whereby individuals and groups obtain what they need and want want through creating and exchanging products and value with others”*. Yang artinya, Sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan orang lain. Dalam aspek pemasaran bimbel nuary akan digunakan *marketing mix*, yaitu S-T-P (*segmenting, targeting, dan positioning*) dan 4P’s ditambah dengan 3P’s.

**4.3.1.1** ***Segmenting***

Segmentasi yang dipergunakan yaitu aspek geografik dan demografik saja. Penelitian ini tidak memasukan segmentasi Psikografis dikarenakan produk yang ditawarkannya tidak menyentuh ruang lingkup gaya hidup.

**4.3.1.2 *Targeting***

*Targeting* adalah cara menembak pasar yang dituju. Penetapan target harus berdasarkan segmentasi pasar terlebih dahulu, guna saling terintegrasinya antara segmentasi pasar dan target yang dituju.

1. Aspek Geografik: Penduduk Kec. Andir, Kec. Bandung Kulon, Kec. Batununggal, Kec. Coblong, Kec. Kiara Condong, Kec. Cibeunying Kidul, Kec. Ujung Berung.

2. Aspek Demografik: Umur 5-14 tahun dengan jumlah 495.317 penduduk.

**4.3.1.3 *Positioning***

Setelah segmentasi dan *targeting* terbentuk, maka selanjutnya adalah menentukan *positioning* dari produk yang ditawarkan. Posisioning adalah memposisikan produk diantara produk yang ada. *Positioning* dari produk bimbel nuary ini secara aplikatif akan didukung oleh bauran pemasaran khusunya *product* dan *pricing*, tujuannya untuk terciptakan persepsi yang utuh mengenai bimbel nuary pada benak konsumen*.* Bimbingan belajar Nuary ini berada di posisi level menengah.

**4.3.1.4** ***Product***

Produk adalah sebuah output dari bisnis yang dijalankan, umumnya berupa benda yang berwujud. Produk yang ditawarkan bimbel nuary diantaranya jasa bimbingan belajar serta metode yang berkaitan dengan pendidikan.

**4.3.1.5 *Price***

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk. Harga yang ditawarkan adalah Rp. 1.900.000/ semester.

**4.3.1.6 *Place***

Tempat merupakan sebuah lokasi dimana sebuah produk bisa didapatkan, seperti sebuah gerai, atau toko *on-line*. Pada dasarnya bauran pemasaran terintegrasi dengan segmentasi pasar, khususnya hasil segmentasi pasar secara geografik. Maka dari itu tempat untuk menjual produk-produk bimbel nuary ini akan didasarkan pada lokasi yang diteliti pada aspek segmentasi dari segi geografik. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada aspek geografik lokasi penempatan gerai bimbel nuary ini terdapat di tujuh kecamatan yang ada di kota Bandung. Penduduk Kec. Andir: Jl Rajawali Timur, Kec. Bandung Kulon: Jl Cigondewah Hilir, Kec. Batununggal: Jl Turangga, Kec. Coblong: Jl Ir H Djuanda (Dago), Kec. Kiara Condong: Jl Sulaksana, Kec. Cibeunying Kidul: Jl Katamso, Kec. Ujung Berung: Jl Jend A.H. Nasution.

**4.3.1.7 *Promotion***

Promosi adalah proses mengkomunikasikan produk dengan bujukan sehingga konsumen tertarik membelinya.

bauran pemasaran dari Bimbel Nuary akan didasarkan pada aspek-aspek tersebut, adapun langkah-langkah dari aplikasi tersebut sebagai berikut:

1. *Advertising* (periklanan)

Ada beberapa hal yang menjadi cara Bimbel Nuary mengkomunikasikan produknya, diantaranya:

1. Penggunaan jejaring sosial (*twitter, blog* dan *facebook*)
2. Stikering (pemberian stiker pada konsumen)
3. Pemasangan x-banner di area gerai.
4. Iklan televisi dan radio.
5. *Personal selling*

*Personal selling* adalah komunikasi langsung dengan cara bertatap muka antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan menggunakannya. Dari definisi tersebut maka kegiatan personal selling pada produk bimbel nuary akan mempergunakan tenaga pemasar yang membagi brosur ke orang tua murid yang sedang berada di sekolah-sekolah. Tujuannya untuk memperkenalkan produk, memberikan pemahaman pada calon konsumen, dan membujuk calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

1. *Public relations*

*Public relations* adalah kegiatan pencitraan dan mempertahankan citra yang ada. *Public relations* erat kaitannya dengan posisioning produk yang ingin diciptakan. Oleh karena itu dibutuhkan beberapa aksi untuk menopang posisioning tersebut, aksi yang berkaitan dengan *public relations* dalam perancangan usaha ini akan dilakukan dengan cara:

1. Membuat *Tag line* atau selogan Diharapkan dari tag line ini ketika konsumen berfikir mengenai bimbingan belajar langsung berfikir pada bimbel nuary dengan imajinasi harga yang melebihi dari kualitas dan kuantitasnya.
2. Membagikan *free teaching* produk pada calon konsumen di daerah sekitar gerai. Adapun jangka waktunya ditentukan berdasarkan kebutuhan aktifitas promosi yang harus dilakukan pada waktu tertentu, contohnya ketika pembukaan gerai baru dan masa liburan sekolah.
3. *Direct Marketing*

*Direct marketing* merupakan sistem pemasaran yang interaktif dengan memanfaatkan media iklan untuk mendapatkan respon yang terukur. Dari pengertian tersebut maka aktifitas direct marketing yang akan dilakukan seperti, pemasangan iklan di jejaring sosial. Ilustrasinya iklan disimpan di sebuah *blog* disertai nomor kontak.

1. *Sales and promotion*

Sales and promotion artinya penjualan yang dikuti langsung dengan promosi produk tersebut. Dari definisi tersebut maka aktifitas sales promotion bimbel nuary diantaranya:

1. Misalnya setiap pendaftaran, konsumen berhak mendapatkan produk payung gratis. Waktu berlangsungnya ditentukan program tersebut pad waktu-waktu tertentu saja.
2. Mendapat akses *wifi* gratis.

**4.3.1.8 *Process***

Proses adalah kumpulan aktivitas yang terstruktur yang saling terkait untuk menciptakan sebuah produk dan jasa. Proses yang dimaksud disini lebih menitik beratkan pada bagaimana jasa tersebut diciptakan.

**4.3.1.9 *Physical Evidence***

Yang dimaksud dengan bukti fisik adalah segala hal yang berkaitan dengan produk yang sifatnya *tangible*. Seperti, gedung, *banner*, termasuk produk itu sendiri.

**4.3.1.10 *people***

Orang yang dimaksud disini adalah semua yang menjadi partisipan dalam bisnis. Berdasarkan keseluruhan pemaparan bauran pemasaran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka bisnis ini membutuhkan orang-orang untuk menjalankan bisnis tersebut baik dari sisi internal maupun eksternal. Orang yang dibutuhkan dari sisi internal diantanya yaitu tenaga pemasar seperti pengajar, tenaga pemasar, akuntan, dan supervisor.

**4.3.2 Aspek Keuangan**

Dilihat dari teori aspek keuangan, pemaparannya meliputi kebutuhan dan sumber dananya, aliran kas, biaya modal, *initial* dan *operational cash flow*, penilaian dan pemilihan inventasi. Payback period 1 tahun 6 bulan, Net Present Value 3.901.344.800, Internal Rate of Return 36,4%, Profitability Index 2,74, BEPRP = Rp.19.608.000.000 dan BEPUnit = 637 siswa.

**4.3.3 Aspek Operasional**

*- Inputs :* SDM, Perlengkapan, Peralatan, Properti

*- Process:* Transformasi informasi, pola pengajaran

*- Outputs:* Bisnis bimbel nuary

**4.3.4 Aspek Sumber daya Manusia**

Elaborasi aspek sumber daya manusia akan dititik beratkan berdasarkan teori yang telah dipaparkan di bab sebelumnya serta data yang ditemukan dilapangan yang dikombinasikan. Pada dasarnya aspek sumber daya manusia adalah pengelolaan terhadap individu dan organisasi yang meliputi rekrutmen, pelatihan dan pengembangan, kompensasi, dan hubungan karyawan dalam organisasi itu sendiri.

* + 1. **Aspek Manajemen dan Organisasi**

Aspek manajemen dan organisasi merupakan pengelolaan seluruh aspek yang ada dalam sebuah perusahaan, khusunya yang berkaitan dengan struktur organisasi.

**4.4. Pembahasan Hasil Perancangan Model**

Dari hasil diagram analisis SWOT, bimbel nuary terletak pada kuadran empat yang mana strategi yang harus dijalankan pada kuadran ini adalah difersifikasi karena terletak antara kekuatan dan ancaman. Maka dari itu, produk harus kreatif dan inovatif yang mengikuti perkembangan zaman, teknologi dan informasi, serta kualitas sumber daya manusia pengajar yang selalu ditingkatkan kualifikasinya.

Tabel 4.16

Pembahasan Hasil Perancangan Model

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Aspek | Dimensi | Deskripsi |
| Studi Kelayakan Bisnis | Manajemen Pemasaran | a. *Segmenting*b. *Targeting*c. *Positioning**d. Product**e. Price**f. Place**g. Promotion* | 1. Aspek Geografik2. Aspek Demografik1. Aspek Geografik: Penduduk Kec. Andir, Kec. Bandung Kulon, Kec. Batununggal, Kec. Coblong, Kec. Kiara Condong, Kec. Cibeunying Kidul, Kec. Ujung Berung2. Aspek Demografik: Umur 5-14 tahun dengan jumlah 495.317 pendudukLevel menengahMata pelajaran: Matematika, Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Mandarin, IPARp. 1.900.000/ semesterPenduduk Kec. Andir: Jl Rajawali TimurKec. Bandung Kulon: Jl Cigondewah HilirKec. Batununggal: Jl TuranggaKec. Coblong: Jl Ir H Djuanda (Dago)Kec. Kiara Condong: Jl SulaksanaKec. Cibeunying Kidul: Jl KatamsoKec. Ujung Berung: Jl Jend A.H. Nasution*Advertising, Personal Selling, Public Relations, Direct Marketing, Sales and Promotion* |
|  | Manajemen Keuangan | a. *Payback Period*b. *Net Present Value*c. *Internal Rate of Return*d. *Profitability Index*e. *Break Even Point* | 1 tahun 6 bulan3.901.344.80036,4%2,74BEPRP = Rp.19.608.000.000BEPUnit = 637 siswa |
|  | Manajemen Operasional | a. Proses perubahan inputs menjadi outputs | *- Inputs :* SDM, Perlengkapan, Peralatan, Properti*- Process:* Transformasi informasi, pola pengajaran*- Outputs:* Bisnis bimbel nuary |
|  | Manajemen Sumber Daya Manusia | a. *Recruitment and Placement*b. *Training and Development*c. *Compensation*d. *Employee Relation* | Tes psikotes, tes kemampuan dasar, tes wawancaraKlasifikasi calon sumber daya – pelatihan – *review* Gaji, Insentif, *Reward*, dan *Punishment*Sistem kekeluargaan |
|  | Manajemen dan Organisasi | Evaluasi Manajemen Organisasi | Pemilik usaha berkedudukan sebagai direktur, yang membawahi supervisor dan tenaga akuntan. Supervisor membawahi tujuh gerai dan masing-masing gerai terdapat 1 tenaga pemasar. Tenaga akuntan bertugas merekap seluruh aktifitas keuangan seluruh gerai yang mana informasi data keuangannya didapat dari supervisor. |

Sumber : data diolah

**4.5 Program Kerja Bimbingan Belajar Nuary**

Berikut merupakan program kerja bimbingan belajar nuary :

Tabel 4.17

Program Kerja Bimbingan Belajar Nuary

|  |  |
| --- | --- |
| Aspek | Tabel Program Kerja |
| *Product* | 1. Evaluasi materi pengajaran setiap 6 bulan sekali2. Evaluasi pelaksanaan pengajaran mata pelajaran 1 bulan sekali3. Melakukan riset untuk mata pelajaran baru setiap 6 bulan sekali |
| *Price* | 1. Melakukan riset terhadap harga yang ditawarkan kompetitor setiap 6 bulan sekali2. Evaluasi internal terhadap harga dan jasa yang ditawarkan3. Melakukan riset setiap 3 bulan sekali guna merumuskan program promo yang ditawarkan di waktu-waktu mendatang |
| *Place* | 1. Melakukan pengembangan kapasitas dan jumlah penerimaan murid setiap tahunnya2. Evaluasi tempat yang sudah digunakan, baik kelayakannya ataupun potensinya untuk masa yang akan datang3. Melakukan riset tempat baru yang layak dijadikan gerai baru setiap 6 bulan |
| *Promotion* | 1. Melakukan visit promo ke sekolah-sekolah setiap bulannya2. Melakukan program promo yang berjalan dan program promo yang akan dilakukan3. Evaluasi setiap program promo yang dilakukan setelah pelaksanaan dan 3 bulan sekali untuk evaluasi keseluruhan program promo |
| *People* | 1. Evaluasi SDM pengajar dan staff setiap bulannya2. Memberikan *reward* dan *punishment* terhadap SDM berprestasi dan kurang berprestasi setiap bulannya3. Meriset kebutuhan SDM dan merekrut SDM baru sesuai kebutuhan |
| *Process*  | 1. Melakukan pengajaran interaktif di setiap pertemuan2. Evaluasi proses pengajaran yang pernah dilakukan3. Penerapan teknologi dan informasi sesuai mata pelajaran yang diberikan |
| *Physical Evidence* | 1. Maintenance gedung setiap 6 bulan sekali2. Pengecatan tiap setahun sekali3. Penerapan material promosi di setiap gerai |
| Keuangan | 1. Evaluasi pemasukan dan pengeluaran kas setiap 1 bulan sekali2. Evaluasi laporan keuangan setiap 1 tahun sekali3. Penambahan modal kerja dan investasi |
| Operasional | 1. Melakukan evaluasi terhadap aktivitas bimbingan belajar Nuary2. Memperbanyak fasilitas yang mendukung dalam pembelajaran anak SD3. Evaluasi penggunaan sarana dan prasarana |
| Sumber Daya Manusia | 1. Melakukan evaluasi terhadap tenaga kerja yang berada di bimbingan belajar Nuary2. Melakukan pelatihan kepada tenaga pengajar 3. Terjalinnya hubungan karyawan yang lebih baik lagi untuk kenyamanan seluruhnya |
| Manajemen dan Organisasi | 1. Melakukan evaluasi terhadap struktur organisasi bimbingan belajar Nuary2. Evaluasi kepemimpinan3. Evaluasi kesesuaian jabatan dan keahlian yang dimiliki |

**BAB V**

**SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

**5.1. Simpulan**

Berdasarkan penelitian mengenai perencanaan usaha bimbingan belajar Nuary ini, maka peneliti memiliki kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisi situasi bimbingan belajar Nuary setelah dikaji dengan *matrix external factor analysis summary* terletak pada diagram ke-IV antara kekuatan dan ancaman yang tergolong dalam difersifikasi, potensi pasar untuk bimbingan belajar dari aspek pemasaran sangatlah besar. Dilihat dari segmentasi pasar demografik dan geografik, terdapat tujuh lokasi di Kota Bandung yang sangat potensial, serta bauran pemasaran yang akan mudah diaplikasikan.
2. Studi kelayakan bimbel nuary dapat dikatakan layak karena dilihat dari aspek keuangan, PP sebanyak 1 tahun 6 bulan, IRR sebesar 36,4%, PI sebesar 2,74, dan BEPRP sebesar Rp. 19.608.000.000 dan BEPUnit sebanyak 637 siswa, serta survey lapangan terhadap calon konsumen (orang tua murid dan murid) menunjukan ketertarikan yang signifikan, terlihat dari hasil korelasi ganda atau R, menunjukan angka R = 0, 8155
3. Perencanaan bisnis bimbingan belajar Nuary ini menggunakan bauran pemasaran STP+4P+3P, perencanaan keuangan, sistem operasional yang menitik beratkan pada input-proses-output, sistem sumber daya manusia yang terintegrasi, juga manajemen dan organisasi yang terstruktur.

**5.2. Rekomendasi**

Demikianlah hasil penelitian ini dan diharapkan dimasa yang akan datang, penelitian yang dilakukan penulis ini dapat bermanfaat bagi mereka yang akan melakukan penelitian baik dengan kajian yang sama maupun berlainan.

Ada beberapa hal yang mungkin bisa dilakukan untuk penelitian yang lebih lanjut yaitu:

1. Penelitian mengenai lokasi-lokasi yang strategis untuk membuka gerai baru dari produk bimbingan belajar Nuary ini.
2. Penelitian mengenai strategi pemasaran yang dapat dihubungkan dengan informasi teknologi yang semakin canggih di era globalisasi.
3. Mengembangkan system *franchising*.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abrams, Rhonda, (2003), *The Successful Business Plan:Secrets & Strategies*, The Planning Shop, California Corporation.

Alma, Buchari, (2007), Kewirausahaan, Alfabeta, Bandung.

Ariko Nur Herjiansyah, (2012), “RANCANGAN USAHA *FRANCHISING* SOP BUAH *FRESH FUITY*” Tesis di Universitas Widyatama.

Dessler, Gary, (2008), *Human Resource Management*, Pearson International, New Jersey.

Heizer, J & Render, B, (2008), *Operations Management*, Pearson Prentice Hall, United States of America.

Ismail, Solihin, (2009), Pengantar Manajemen, Erlangga, Bandung.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong, (2016), *Principles of Marketing*, Prentice Hall, USA.

Kuratko, (2009), *Introduction to Entrepreneurship*, Cengage Learning, South-Western.

K.R, Ike, (2008), Manajemen Sumber Daya Manusia, Andi, Yogyakarta.

Mathis, R.L. & Jackson, J.H, (2006), *Human Resources Management*., Salemba Empat, Jakarta.

Roger, G. Schroeder, (2007), *Operations Management*, McGraw-Hill, Singapore.

Sugiono, (2010), Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung.

Suryana, (2013), Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, Salemba Empat, Jakarta.

Sutrisno, (2003), Manajemen Keuangan, Teori, Konsep dan Aplikasi, EKONISIA, Yogyakarta.

Tampubolon, MP, (2004), Manajemen Opaerasional, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Torang Syamsir, (2014), Organisasi dan Manajemen, Alfabeta, Bandung.

Umar, Husein, (2007), Studi Kelayakan Bisnis, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

[www.bandung.go.id](http://www.bandung.go.id)

[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

[www.jabar.bps.go.id](http://www.jabar.bps.go.id)