

**PERENCANAAN BISNIS TEMPAT KURSUS BAHASA MANDARIN
CATATAN MANDARIN**

***BUSINESS PLANNING PLACES FOR CHINESE LANGUAGE COURSES
MANDARIN NOTES***

Alifita Azmi¹, Zulganef²

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas
Widyatama^{1,2}

E-mail: azmialifita@gmail.com

ABSTRACT

Mandarin Notes is a Mandarin language education center located in Ciwidey, Bandung Regency, West Java. It offers both online and offline courses. For students who choose the offline program, Mandarin Notes provides home-based learning, with teachers visiting students' residences. The online classes are available to students worldwide. Established on August 8, 2022, Mandarin Notes emerged during the transition from the COVID-19 pandemic to the new normal era, addressing the challenges faced by students whose schooling shifted to remote learning, making it difficult to study Mandarin at home. The teachers at Mandarin Notes are certified with HSK 5, ensuring they are qualified to teach students of all levels. The business strategy focuses on customer loyalty by creating a comfortable learning experience and offering attractive monthly promotions. Maintaining customer satisfaction is a key objective for Mandarin Notes to thrive amid competition in the private tutoring sector. The center welcomes feedback from its loyal customers and strives to maintain good communication. In its marketing strategy, Mandarin Notes employs SWOT analysis (strengths, weaknesses, opportunities, and threats). Its strengths include flexible scheduling, door-to-door learning services that facilitate face-to-face interactions, and pricing tailored to students' needs. Additionally, Mandarin Notes uses the STP marketing technique (segmenting, targeting, and positioning) to identify demographic market segments in Bandung City and Bandung Regency for private online courses, targeting students, college students, and employees.

Keywords: *Business Planning, Mandarin Language, Private Tutoring Center.*

ABSTRAK

Catatan Mandarin merupakan sebuah tempat Pendidikan Bahasa Mandarin di luar sekolah yang berlokasi di Ciwidey, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Catatan Mandarin tempat kursus dengan program online class dan offline class. Bagi murid yang memilih dengan program offline class, Catatan Mandari akan datang ke rumah-rumah murid. Sedangkan untuk online class berlaku untuk seluruh negara di dunia. Catatan Mandarin berdiri pada 8 Agustus 2022 pada tahun tersebut menjadi masa transisi pandemi covid 19 ke masa new normal. Catatan Mandarin hadir dengan masalah yang ada di lingkungan bisnis bagi seluruh murid yang kegiatan sekolah menjadi school from home sehingga menghadi kesulitan belajar Bahasa Mandarin di rumah. Pengajar di Catatan Mandarin sudah terserifikasi HSK 5 yang menjadi patokan untuk dapat mengajarkan murid-murid dari segala tingkatan. Strategi bisnis yang digunakan pada Catatan Mandarin adalah loyalitas pelanggan. Dengan memberikan kenyamanan saat belajar Bahasa Mandarin dan berbagai promo menarik setiap bulannya. Menjaga kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama Catatan Mandarin dapat bertahan di Tengah persaingan lini usaha serupa. Catatan Mandarin selalu menerima masukan dari setiap pelanggan setia Catatan Mandarin dan tetap menjaga komunikasi yang baik. Pada strategi pemasaran Catatan Mandarin menggunakan analisis SWOT (strength, weakness, opportunity, and threads) hasil dari analisis kekuatan pada Catatan Mandarin berupa penetapan waktu yang fleksibel, layanan belajar door-to-door sehingga mempermudah murid dalam proses belajar-mengajar secara tatap muka, dan harga yang disesuaikan dengan kebutuhan murid. Catatan Mandarin menggunakan teknik pemasaran STP (segmenting, targeting, and positioning) untuk penetapan segmentasi pasar secara demografis di wilayah Kota Bandung dan Kabupaten Bandung untuk kegiatan kursus privat secara online serta target pasar untuk siswa, mahasiswa, dan karyawan.

Kata kunci: Bahasa Mandarin, Perencanaan Bisnis, Tempat Kursus Privat.

PENDAHULUAN

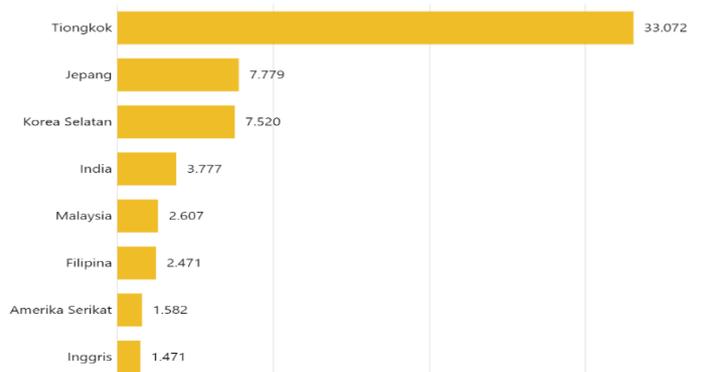
Semenjak adanya globalisasi yang masuk ke Indonesia membuat perdagang dari Negara-negara khususnya Asia Tenggara bebas masuk ke Indonesia (Prananda, 2022). Perdagangan bebas merupakan perdagang dari negara-negara tertentu masuk ke suatu negara dengan mentiadakan hambatan tarif maupun hambatan nontarif diantar negara-negara dalam suatu kawasan yang menyepakati (Gunawan, 2023). Masuknya pasar-pasar global ke Indonesia menjadi tantangan dan peluang untuk Indonesia karena persaingan dagang yang akan semakin ketat dengan masuknya sejumlah pesaing dari pasar Internasional yang menjual komoditi barang dan jasa (Simbolon, 2013)

Salah satu negara yang masuk ke Indonesia untuk memasarkan barang atau jasa adalah Tiongkok. Jauh sebelum masuknya globalisasi ke Indonesia, kegiatan perdagangan dari Tiongkok sudah ada sejak abad ke-19 awal mulanya etnis Tionghoa masuk ke Batavia (Jakarta) karena pada masa itu Tiongkok mengalami kesulitan ekonomi hingga orang-orang Tiongkok bermigrasi ke negara-negara di Asia Tenggara yang memiliki jumlah penduduk yang tidak terlampau banyak (Dahana, 2000). Etnis Tionghoa masuk ke Indonesia melalui jalur laut dengan

memperdagangkan rempah-rempah dari Tiongkok pertama kali ke Jakarta.

Pada abad ke-21 Tionghoa mulai bangkit dari masa ekonomi sulit menjadi negara yang siap menyamakan posisi dengan Amerika. Munculnya fenomena *The Rise of China*, menjadikan Tiongkok sebuah negara yang mampu berperan aktif terutama dalam bidang ekonomi dengan merealisasikan program Jalur Sutra yaitu yang memungkinkan perdagangan bebas secara global dan terintegrasi secara fisik maupun digital (Putri & Ma'arif, 2020). Pada saat ini dengan adanya Revolusi Industri 4.0 menurut (Nugroho, 2019) Tiongkok menjadi adikuasa di dunia yang siap memimpin dalam sektor ekonomi dan teknologi sehingga saat ini Tiongkok sudah menjadi pesaing bagi pasar di Indonesia karena komoditi yang ditawarkan beragam dengan harga yang murah.

Berdasarkan data Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) tercatat ada sekitar 33 ribu TKA asal Tiongkok yang mendominasi di Indonesia pada tahun 2023. Hal ini menjadikan Bahasa Mandarin merupakan Bahasa yang wajib dikuasai oleh Tenaga Kerja yang ada di Indonesia maupun semua penggiat perekonomian terutama dalam perdagangan untuk mampu menguasai Bahasa tersulit di dunia (CNBC Indonesia, 2022).



Gambar 1. Jumlah Tenaga Kerja Asing di Indonesia Tahun 2023
 Sumber: <https://satudata.kemnaker.go.id/data/kumpulan-data/1229>

Berdasarkan data statistik pada gambar 1 menunjukkan banyak negara-negara di dunia tidak hanya Asia Tenggara yang masuk ke Indonesia untuk tujuan bekerja dengan peringkat teratas dengan jumlah Tenaga Kerja Asing terbanyak dari Tiongkok. Dari data tersebut menunjukkan bahwa

persaingan Tenaga Kerja di Indonesia harus memiliki kemampuan berbahasa Mandarin sebagai salah satu *softskill* yang harus dikuasai saat ini. Seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa mempelajari Bahasa Mandari bagi orang Indonesia tidak mudah.



Gambar 2. Bahasa yang paling banyak digunakan di Dunia
 Sumber: *ethnologue.com* 2023 dalam *datavisual*

Bahasa Mandarin menjadi tren Bahasa yang harus dikuasai oleh seluruh orang yang ada di dunia termasuk di Indonesia. Menguasai Bahasa Mandarin menjadikan nilai tambah bagi individu yang hendak berada di dalam lingkungan bisnis atau perkantoran multinasional. Dengan berbicara Bahasa Mandarin

dengan lancar akan membantu berbagai perusahaan dalam negosiasi dan memperlancar kegiatan ekonomi lainnya. Sehingga membuka tempat kursus Bahasa Mandarin dengan pengajar yang tersertifikasi Tiongkok menjadi peluang yang menjanjikan di pasar Indonesia.

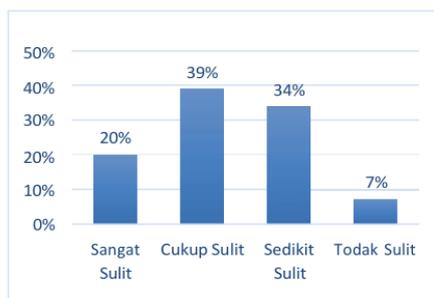
Tabel 1. Jumlah Siswa Belajar Bahasa Mandarin

Jumlah Siswa Belajar Bahasa Mandarin	Jumlah Orang
Seluruh Dunia	20,450,000 orang
Seluruh Asia	2,903,900 orang
Seluruh Indonesia	761,000 orang

Sumber: (Sutami, 2016)

Berdasarkan data di atas ditunjukkan bahwa ada sebanyak 20,45 juta orang di dunia yang mempelajari Bahasa Mandarin dan sebanyak 84,8% ada di Asia termasuk Indonesia. Jumlah tersebut menjadi peluang bagi lembaga Bahasa Mandarin untuk membuka kesempatan belajar Mandarin dengan

metode Pendidikan di luar sekolah untuk mendukung program belajar Bahasa Mandarin di Sekolah. Di Indonesia, terdapat 20 universitas dan sekitar 200 sekolah dasar dan menengah atas yang mewajibkan program mata Pelajaran Bahasa Mandarin. (Sutami, 2016).



Gambar 3. Siswa dalam mempelajari Bahasa Mandarin

Sumber: (Sutami, 2016)

Siswa yang mempelajari Bahasa Mandarin di sekolah umumnya terdapat kesulitan untuk dapat mengerti Bahasa Mandarin yang didapatkan hanya dari

Sekolah, sebanyak 39% menyatakan belajar Mandarin cukup sulit untuk dikuasai.



Gambar 4. Jumlah Orang Belajar Bahasa Mandarin di Indonesia

Sumber: *Statistika pembelajaran bahasa Cina, tren dan diagram (2024) (17-minute-languages.com)*

Jumlah pelajar di Indonesia yang mempelajari Bahasa Mandarin sebanyak 761 pelajar dengan demografi total laki-laki sebanyak 51,2%, Perempuan 48,4%, dan lainnya 0,4% berdasarkan data

tersebut menjadikan peluang untuk membuka tempat kursus Bahasa Mandarin di Indonesia. Dengan adanya minat pelajar Bahasa Mandarin di Indonesia dapat menimbulkan jiwa

kompetitif antar individu dalam Mandarin secara lisan, mendengar, dan meningkatkan kemampuan Bahasa membaca.

Tabel 2. Peta Porter's Five Forces Tempat Kursus Mandarin *Online* dan *Offline* di Indonesia

Porter's Five Forces	Tingkat Tekanan	Deskripsi
Tingkat Persaingan	Sedang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferensiasi Produk: Perbedaan dalam bahan ajar, kelengkapan material belajar, dan harga 2. Harga: Tarif yang beragam namun terbilang tinggi.
Pendatang Baru	Tinggi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat Kursus Fisik: layanan belajar offline ke tempat kursus. 2. Kelas Online antar Negara : Pengajar dari luar Indonesia diperbolehkan mengajar murid di Indonesia.
Kekuatan Pemasok	Tinggi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan belajar <i>online</i>: Belajar dari mana pun dan kapan pun menjadi pilihan pelanggan. 2. Pemilihan kelas belajar <i>door-to-door</i>: Belum banyaknya layanan belajar ke rumah pada tempat kursus Bahasa Mandarin di Bandung.
Kekuatan Konsumen	Rendah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga: Pelanggan memilih harga yang terjangkau setiap bulannya. 2. Kesadaran Bahasa: Bahasa Mandarin menjadi Bahasa yang banyak peminat di Indonesia
Produk Pengganti	Tinggi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga Paket Belajar: Paket yang cukup tinggi perbulannya. 2. Keterbatasan Akses Materi: Keterbatasan pembagian E-book asli dari Beijing Publisher sebagai kurikulum Bahasa Mandarin bagi penutur asing.

Sumber: Observasi atau pengamatan, 2024

Berdasarkan tabel 3 dijelaskan bahwa peta persaingan di atas didapatkan bahwa kompetitor tempat Kursus Bahasa Mandarin *online* maupun *offline* dalam tingkat persaingan masih dalam status sedang. Diferensiasi bahan ajar dengan modul pelatihan dan buku pengangan murid yang berbeda bahkan beberapa diantaranya hanya menggunakan PPT materi. Setiap pesaing menawarkan harga paket belajar yang beragam untuk kelas online di seluruh Indonesia dan kelas offline di Kota Bandung, sehingga pelanggan

dapat menentukan yang sesuai dengan anggaran belajar di luar sekolah.

Pendatang baru pada tempat kursus Mandarin Online lumayan cukup tinggi dikarenakan banyaknya peminat penutur Bahasa Mandarin di Indonesia dan beberapa sekolah di Indonesia yang ada mata pelajaran wajib Bahasa Mandarin. Menawarkan fasilitas ruang belajar tatap muka dan pengajar berasal dari China yang menjadikan tempat kursus tersebut siap bersaing dengan kompetitor yang ada.

Pada kekuatan pemasok yang cenderung tinggi mejadikan tempat

kursus Bahasa Mandarin *online* menjadi pilihan yang kuat dikarenakan waktu yang fleksibel dan kenyamanan belajar tanpa harus pergi ke tempat kursus secara langsung. Layanan guru datang ke rumah juga menjadi pilihan disaat pelanggan yang ingin belajar secara tatap muka namun tidak mempunyai cukup waktu untuk bermobilisasi ke luar rumah.

Tempat kursus Mandarin pada faktor kekuatan konsumen dengan tingkat rendah, peminat berbahasa Mandarin di Indonesia sudah dalam kuantitasi yang cukup banyak dikarenakan sudah banyak perusahaan asal Tiongkok yang ada di Indonesia dan menerima karyawan dari Indonesia serta beberapa sekolah swasta dan Universitas swasta di Indonesia yang mewajibkan mata Pelajaran Bahasa Mandari yang harus diempu. Namun, pelanggan memilih untuk kursus dengan harga yang terjangkau dan dalam paket bulanan yang terbilang cukup murah.

Pada produk pengganti, tingkat tekanan yang cukup tinggi pada harga paket yang ditawarkan cukup beragam dengan keterbatasan penggunaan e-book sebagai buku pegangan murid. Beberapa kompetitor tidak memakan buku pegangan atau buku paket berupa E-book namun menggunakan PPT sebagai materi disetiap pertemuan belajar.

METODE

Dalam penelitian mengenai perencanaan bisnis tempat kursus Bahasa Mandarin, yang akan menjadi objek penelitiannya adalah perusahaan Catatan Mandarin Fita laoshi. Di dalam penelitian ini, perusahaan Catatan Mandarin Fita laoshi akan menjadi objek utama analisis. Penelitian ini akan

memberikan wawasan mengenai peluang bisnis Tempat kursus online dan tatap muka Bahasa Mandarin dengan objek penelitian Perusahaan Catatan Mandarin Fita laoshi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan sendiri peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilaksanakan. Data sekunder bersumber dari buku, jurnal, dan dokumen lainnya. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data anatara lain data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari narasumber asli dan data dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sesuai dengan keinginan peneliti dan data sekunder berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah terusun dalam dokumen yang dapat dipublikasikan atau tidak dapat dipublikasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peta Porters Five Forces

Berdasarkan dari data kompetitor yang ada maka untuk jenis usaha ini dengan menggunakan teori Porter's Five Forces sehingga dapat menenjukan keberlangsungan usaha tempat kursus Bahasa Mandarin online yang ada di Indonesia dan door-to-door untuk wilayah Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Berikut merupakan penjelasan rinci dalam Peta Portes's Five Forces pada tempat kursus Mandarin, sebagai berikut:

Tabel 4. Peta Porter's Five Forces Tempat Kursus Mandarin *Online* dan *Offline* di Indonesia

Porter's Five Forces	Tingkat Tekanan	Deskripsi
Tingkat Persaingan	Sedang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferensiasi Produk: Perbedaan dalam bahan ajar, kelengkapan material belajar, dan harga 2. Harga: Tarif yang beragam namun terbilang tinggi.
Pendatang Baru	Tinggi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat Kursus Fisik: layanan belajar offline ke tempat kursus. 2. Kelas Online antar Negara : Pengajar dari luar Indonesia diperbolehkan mengajar murid di Indonesia.
Kekuatan Pemasok	Tinggi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan belajar <i>online</i>: Belajar dari mana pun dan kapan pun menjadi pilihan pelanggan. 2. Pemilihan kelas belajar <i>door-to-door</i>: Belum banyaknya layanan belajar ke rumah pada tempat kursus Bahasa Mandarin di Bandung.
Kekuatan Konsumen	Rendah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga: Pelanggan memilih harga yang terjangkau setiap bulannya. 2. Kesadaran Bahasa: Bahasa Mandarin menjadi Bahasa yang banyak peminat di Indonesia
Produk Pengganti	Tinggi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga Paket Belajar: Paket yang cukup tinggi perbulannya. 2. Keterbatasan Akses Materi: Keterbatasan pembagian E-book asli dari Beijing Publisher sebagai kurikulum Bahasa Mandarin bagi penutur asing.

Sumber: Observasi atau pengamatan, 2024

Berdasarkan tabel 4 dijelaskan bahwa peta persaingan di atas didapatkan bahwa kompetitor tempat Kursus Bahasa Mandarin *online* maupun *offline* dalam tingkat persaingan masih dalam status sedang. Diferensiasi bahan ajar dengan modul pelatihan dan buku pengangan murid yang berbeda bahkan beberapa diantaranya hanya menggunakan PPT materi. Setiap pesaing menawarkan harga paket belajar yang beragam untuk kelas online di seluruh Indonesia dan kelas offline di Kota Bandung, sehingga pelanggan dapat menentukan yang sesuai dengan anggaran belajar di luar sekolah.

Pendatang baru pada tempat kursus Mandarin Online lumayan cukup tinggi dikarenakan banyaknya peminat penutur Bahasa Mandarin di Indonesia dan beberapa sekolah di Indonesia yang ada mata pelajaran wajib

Bahasa Mandarin. Menawarkan fasilitas ruang belajar tatap muka dan pengajar berasal dari China yang menjadikan tempat kursus tersebut siap bersaing dengan kompetitor yang ada.

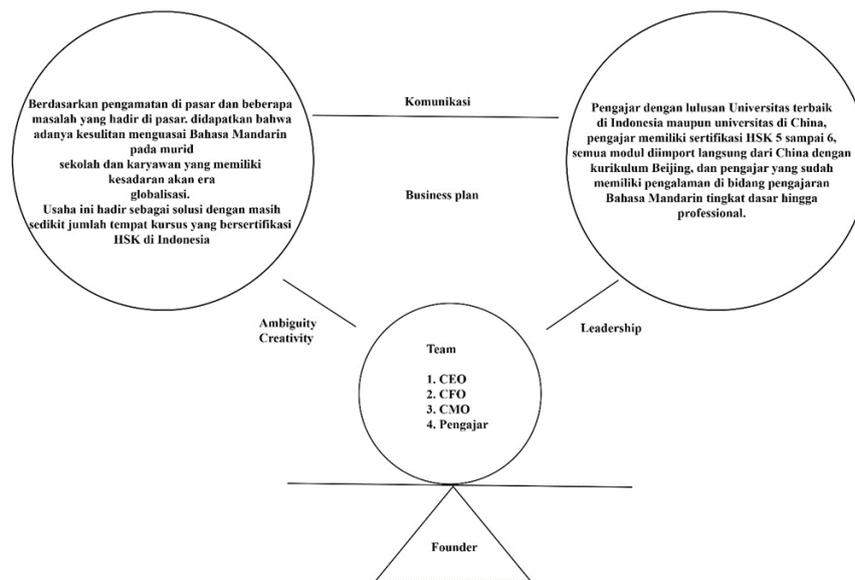
Pada kekuatan pemasok yang cenderung tinggi menjadikan tempat kursus Bahasa Mandarin *online* menjadi pilihan yang kuat dikarenakan waktu yang fleksibel dan kenyamanan belajar tanpa harus pergi ke tempat kursus secara langsung. Layanan guru datang ke rumah juga menjadi pilihan disaat pelanggan yang ingin belajar secara tatap muka namun tidak mempunyai cukup waktu untuk bermobilisasi ke luar rumah.

Tempat kursus Mandarin pada faktor kekuatan konsumen dengan tingkat rendah, peminat berbahasa Mandarin di Indonesia sudah dalam kuantitasi yang cukup banyak dikarenakan sudah banyak perusahaan

asal Tiongkok yang ada di Indonesia dan menerima karyawan dari Indoensia serta beberapa sekolah swasta dan Universitas swasta di Indonesia yang mewajibkan mata Pelajaran Bahasa Mandari yang harus diempu. Namun, pelanggan memilih untuk kursus dengan harga yang terjangkau dan dalam paket bulanan yang terbilang cukup murah.

Pada produk pengganti, tingkat tekanan yang cuku tinggi pada harga paket yang ditawarkan cukup beragam dengan keterbatasan penggunaan e-book sebagai buku pegangan murid. Beberapa kompetitor tidak memakan buku pegangan atau buku paket berupa E-book namun menggunakan PPT sebagai materi disetiap pertemua belajar.

Proses Kewirausahaan



Gambar 5. Proses Kewirausaha Catatan Mandarin
Sumber: hasil olah data, 2024

Berdasarkan hasil proses kewirausaha Catatan Mandarin setiap kegiatan dibutuhkan kreatifitas dan kepemimpinan guna untuk kelancaran usaha untuk jangka waktu yang panjang.

Pilar utama dari proses kewirausahaan Catatan Mandarin adalah seorang pendiri yang mampu menanggung semua aspek sumber daya dan ide-ide inovatif.

Design Thinking

Tabel 5. Design Thinking Emdipt For Catatan Mandarin

Model	Design Thinking
<i>Empathize</i>	Pada masa covid-19 semua sekolah di Indonesia menerapkan metode pembelajaran daring, namun metode tersebut mendatangkan masalah untuk murid-murid yang mendapatkan mata Pelajaran Bahasa Mandarin karena nilai Pelajaran Mandarin turun. Seharusnya dengan murid belajar Bahasa Mandarin di rumah bersama dengan orangtuanya akan lebih banyak waktu untuk membahas Pelajaran, kenyataannya orangtua murid tidak bisa mengajarkan Bahasa Mandarin kepada anaknya di rumah dikarenakan orangtua murid tidak memiliki kemampuan Bahasa Mandarin. Berdasarkan survei kepada konsumen orangtua murid, pelajar, mahasiswa, dan pekerja kantoran dan melalui pengamatan secara langsung pada kelas online Mandarin di sekolah

	dan perguruan tinggi didapatkan bahwa ada peluang membuka kursus Bahasa Mandarin secara online.
Define	Tidak adanya tempat kursus Bahasa Mandarin secara online pada saat Pandemi covid 19.
Ideate	<p>Membuka kursus Bahasa Mandarin secara daring dengan guru yang sudah tersertifikasi HSK 6 (Professional) dengan metode pembelajaran private (1 guru 1 murid) dengan waktu kursus yang ditentukan sendiri oleh murid.</p> <p>Catatan Mandarin membuka kursus Mandarin secara online dengan jam belajar yang fleksibel. Catatan Mandarin juga membuka kelas online di hari libur. Catatan Mandarin dapat menerima murid dari luar Negeri.</p> <p>Pembayaran kursus dapat dilakukan secara angsuran dan dapat dibayarkan pada saat pertemuan. Untuk pembayaran Catatan Mandarin tidak terikat dengan paket belajar bulanan, pembayaran dilakukan dengan fleksibel akumulatif dari jumlah kehadiran disetiap bulannya.</p>
Prototype	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan kelas coba gratis sebanyak 1x untuk murid mengetahui cara mengajar guru. • Paket belajar kursus Mandarin berupa regular class dengan pertemuan hanya sekali dan VIP class dengan level kelas beginner, intermediated, dan professional. Dengan tingkatan level Mandarin HSK 1-6. • Menggunakan aplikasi berbasis android dan ios untuk mendownload e-modul, konsultasi, dan laporan kegiatan belajar.
Test	Setelah murid melaksanakan les sebanyak 5x pertemuan, guru akan menguji keterampilan Bahasa Mandarin murid apakah sudah sesuai dengan syllabus yang diberikan di awal dan apakah murid sudah menguasai Bahasa Mandarin dari aspek pelafalan, menulis hanzi, mendengar kalimat, dan tata Bahasa sesuai dengan target guru.

Sumber: hasil olah data, 2024

Business Model Canvas

Tabel 6. BMC for Catatan Mandarin

Key Partners	Key Activities (QSIPOC)	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segments
<p>-Kerjasama dengan Institute dari China yaitu Hanban Institute dan Confucius Institute.</p> <p>-Kerjasama dengan Perguruan Tinggi di Indonesia yang mempunyai jurusan Bahasa Mandarin.</p> <p>-Bergabung dengan</p>	<p>-Mengajarkan les secara private 1 murid dengan 1 guru. Guru yang sudah tersertifikasi HSK 6 Profesional.</p> <p>-Metode pengajaran yang sesuai dengan kurikulum Beijing dengan Tingkat level dasar sampai</p>	<p>-Menawarkan kursus Mandarin secara <i>online</i> di seluruh Indonesia dan <i>door-to-door</i> di Bandung aera.</p> <p>-Memiliki tenaga pengajar dengan jam mengajar sudah lebih dari 100 jam.</p> <p>-Jam belajar yang ditentukan sendiri oleh murid.</p>	<p>-Menjalin hubungan baik dengan pelanggan yang sudah kursus guna memperoleh loyalitas pelanggan.</p> <p>-Selalu mengikuti test sertifikasi Bahasa Mandarin pengajar setiap setahun sekali sebagai nilai tambah bagi usaha dan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan.</p>	<p>-Pelajar atau Mahasiswa dengan Literasi pemahaman Bahasa Asing yang Tinggi.</p> <p>-Masyarakat dengan progress <i>Soft skill</i>.</p> <p>-Pekerja kantor Dengan kesadaran</p>

perkumpulan orangtua Murid sekolah Internasional.	level professional. -Menggunakan promosi secara online melalui media sosial berupa Instagram, Whatsapp, dan Tiktok.	-Biaya kursus yang dapat diangsur atau dibayarkan pada saat satu pertemuan saja.	-Selalu memberikan kuisisioner penilaian pengajaran dan fasilitas tempat kursus kepada murid.	akan tantangan dunia globalisasi.
	Key Resources -Karyawan -Bangunan -Internet -Listrik -Modal sendiri		Channels Tempat kursus tersedia <i>online</i> melalui aplikasi Zoom Meet dan Google Meet serta <i>door-to-door</i> tanpa biaya transportasi.	
Cost Structure -Biaya internet -Biaya promosi -Biaya karyawan -Biaya listrik -Biaya test HSK			Revenue Streams -Pendapatan biaya kursus dari modal pribadi	

Sumber: hasil olah data, 2024

Pada *Customer Segment*, target pasar utama Catatan Mandarin adalah bagi pelajar atau mahasiswa yang memiliki kesadaran literasi terhadap Bahasa Mandarin yang tinggi sehingga dapat memenuhi standart rata-rata nilai mata Pelajaran atau mata kuliah wajib di sekolah atau di perguruan tinggi. Selain itu, bagi Masyarakat dengan progress meningkatkan kemampuan intrapersonal untuk berkomunikasi dengan lebih percaya diri. Menambah kemampuan Bahasa merupakan sebuah keharusan bagi mereka yang ingin meningkatkan nilai diri. Dan bagi pekerja kantoran yang sadar akan persaingan secara global di Indonesia, masuknya pasar globalisasi menjadi sebab untuk para pekerja meningkatkan kemampuan Bahasa Asing lebih dari satu. Pasar Tiongkok yang telah masuk ke Indonesia sebagai motivasi untuk para pekerja untuk dapat berkomunikasi dengan beberapa individu terkait di sebuah perusahaan

atau instansi asal Tiongkok dengan menggunakan Bahasa Mandarin Bisnis.

Value Proposition yang ada pada Catatan Mandarin dengan menyediakan layanan kursus Bahasa Mandarin online di Seluruh Indonesia dan door-to-door untuk wilayah Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Semua tenaga pengajar sudah berpengalaman dalam kegiatan-belajar mengajar lebih dari 100 jam pertahun sehingga dapat memahami karakter setiap murid di Catatan Mandarin. Selain itu, Catatan Mandarin menerima angsuran dalam biaya member atau dapat dibayarkan disetiap pertemuan. Catatan Mandarin tidak membebankan dalam hal pembayaran kursus, semua akan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing murid.

Pada *Channel*, Catatan Mandarin menggunakan aplikasi Zoom Meet dan Google Meet untuk mengajar online dan mengajar dari rumah ke rumah bagi murid yang ingin belajar luring namun tidak dapat keluar rumah dan tanpa biaya

transportasi. *Customers Relationship* yang ada pada Catatan Mandarin lebih mengunggulkan loyalitas pelanggan sebagai inti dari menjalin hubungan baik dengan konsumen. Salah satu cara untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen yang loyal ialah memberikan kuesioner kepuasan pelanggan di akhir sesi pembelajaran. Pada kuesioner kepuasan belajar di Catatan Mandarin dapat menjadi evaluasi untuk Catatan Mandarin dan dapat mempertahankan pelanggan yang telah lama belajar bersama Catatan Mandarin. Selain itu, semua guru harus memperbarui sertifikat HSK setiap setahun sekali untuk menjaga rasa percaya konsumen untuk terus kursus Mandarin di Catatan Mandarin.

Catatan Mandarin pada *Key Activities* menghadirkan metode pembelajaran privat yaitu satu guru dengan satu murid dengan tenaga pengajar yang berprofesional dan bersertifikasi HSK 5. Semua materi pembelajaran di Catatan Mandarin menggunakan Buku dari Hanban Institute dengan publisher dari Beijing, China. Dengan begitu murid akan terbiasa dengan Bahasa Mandarin yang digunakan di Tiongkok. Promosi yang digunakan melalui media sosial yaitu Instagram dan Status Whatsapp dengan jangkauan target pasar yang lebih luas dan dengan biaya yang tidak mahal.

Key Resource yang ada di Catatan Mandarin ialah karyawan yang akan bekerja sesuai dengan tugas dan kemampuan pekerja, bangunan untuk kantor utama dari Catatan Mandarin, internet untuk konektivitas mengajar

online, Listrik untuk semua kegiatan bekerja di kantor Catatan Mandarin, dan semua sumber daya berasal dari modal sendiri pemilik Catatan Mandarin.

Pada *Key Partners*, Catatan Mandarin akan membuat Kerjasama dengan beberapa lembaga Pendidikan formal Bahasa Mandarin yang ada di China dan Indonesia. Hubungan Kerjasama diharapkan dapat membantu Catatan Mandarin dalam perizinan Pendidikan Luar Sekolah dalam hal ini adalah tempat kursus privat dan menyediakan materi belajar sesuai dengan kurikulum dan standart dari Hanban Institute. Hanban Institute merupakan sebuah Lembaga nirlaba yang ada di Indonesia sebagai wadah untuk menaungi semua murid mancanegara yang ingin mendapatkan sertifikasi Berbahasa Mandarin. Dan *Revenue Stream* yang ada di Catatan Mandarin sepenuhnya menggunakan biaya sendiri tanpa ada pinjaman ke Bank. Dalam hal *Cost Structure*, Catatan Mandarin memerlukan biaya yang akan dikeluarkan setiap bulannya untuk operasional kantor sebagai berikut biaya listrik, biaya internet, biaya promosi, gaji karyawan dan biaya test HSK untuk setiap guru di setiap tahun.

Analisis SWOT

Pembuatan strategi-strategi pada Catatan Mandarin akan berdasarkan dari hasil analisis SWOT yang memuat kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), dan ancaman (Threats) berikut penjelasan analisis SWOT pada Catatan Mandari, sebagai berikut:

Table 8. Analisis SWOT Catatan Mandarin

<p style="text-align: center;">KEKUATAN:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan belajar-mengajar dengan waktu yang fleksibel. 2. Melayani layanan <i>online class</i> atau <i>door-to-door class</i>. 3. Pengajar tersertifikasi HSK 5 dan pengalaman mengajar lebih dari 3 tahun. 4. Harga belajar yang disesuaikan dengan kebutuhan murid. 5. Mampu mengajar online dengan lokasi di luar Indonesia. 	<p style="text-align: center;">KELEMAHAN:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikasi pembelajaran <i>online</i> yang masih menggunakan pihak kedua. 2. Lokasi tempat kursus secara fisik belum tersedia. 3. Keterbatasan dalam sumber daya manusia 4. Kerjasama dengan Pusat Bahasa Mandarin yang belum terjalin.
<p style="text-align: center;">PELUANG:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan Kerjasama bilateral antara Indonesia dengan Tiongkok 2. Kesadaran Masyarakat Indonesia yang siap bersaing dengan Pasar Tiongkok. 3. Sekolah International dan perguruan Tinggi di Indonesia yang sudah mewajibkan mata Pelajaran Bahasa Mandarin. 4. Perusahaan asal Tiongkok sudah membangun kantor cabang di Indonesia dengan Tenaga Kerja dari Indonesia dan Tiongkok. 	<p style="text-align: center;">ANCAMAN:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Murid yang sudah bergabung dapat menghentikan kegiatan belajar atau tidak meneruskan kursus. 2. Kompetitor kursus online yang tersebar di seluruh Indonesia. 3. Perubahan kebijakan Kerjasama antara Indonesia dengan Tiongkok.

Sumber: hasil olah data, 2024

Berdasarkan tabel 8 mengenai analisis SWOT pada Catatan Mandarin dijelaskan secara rinci sebagai berikut: Pertama pada kekuatan (Strength), Catatan Mandarin memiliki jam belajar yang ditentukan sendiri oleh murid dan disesuaikan dengan jadwal yang tersedia dengan cara seperti ini diharapkan murid akan lebih nyaman dalam belajar karena waktu dan hari yang ditentukan merupakan kemauan dari murid tersebut tanpa harus terpaksa dengan jam belajar yang ditentukan oleh pihak tempat kursus. Selain dari jam belajar yang fleksibel, Catatan Mandarin juga menerima jasa les datang ke rumah atau *door-to-door* tanpa ada biaya transportasi dan tanpa minimum kilometer tetapi masih di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Saat ini pengajar di Catatan Mandarin sudah memiliki sertifikat resmi dari Hanban Institute untuk kemampuan Bahasa

Mandarin tingkat 5. Catatan Mandarin menawarkan biaya yang terjangkau untuk semua wilayah di Indonesia bahkan Mancanegara, murid dengan lebih nyaman menentukan jumlah biaya yang akan dibayarkannya. Seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa Catatan Mandarin mampu menerima murid dari Mancanegara dengan Bahasa pengantar ialah Bahasa Inggris.

Kedua pada kelemahan (Weakness), saat ini Catatan Mandarin masih menggunakan media pembelajaran online atau *website* pembelajaran dari *website* berlangganan seperti Quizizz sehingga mempersulit murid yang tidak memiliki akun *website* tersebut. Catatan Mandarin belum memiliki tempat kursus secara fisik di Bandung sehingga murid hanya bisa dikirimkan materi berupa *softfile* atau via ekspedisi. Catatan Mandarin belum mempunyai tenaga kerja untuk

membantu proses mengajar, saat ini hanya memiliki satu orang pengajar sehingga ada kesulitan jika pengajar berhalangan untuk mengajar. Pusat Bahasa Mandarin di Bandung adalah salah satu lembaga resmi Pendidikan Bahasa Mandarin yang belum menjalin kerjasama dengan Catatan Mandarin.

Ketiga pada peluang (Opportunities), Indonesia dengan Tiongkok Sudah menjalin hubungan bilateral dalam berbagai sektor sehingga banyak diantaranya membutuhkan penutur Bahasa Mandarin sebagai salah satu wadah berkomunikasi antara kedua Negara agar tidak terjadi salah komunikasi dan di Indonesia sudah memiliki banyak perkantoran yang mewajibka pegawainya untuk dapat berkomunikasi, mendengar, dan membaca dalam Bahasa Mandarin. Permasalahan yang ada di Masyarakat pada sulitnya mempelajari Bahasa Mandarin namun mempunyai kemauan untuk belajar yang menjadi peluang untuk Catatan Mandarin serta jumlah sekolah kurikulum Internasional

mewajibkan semua murid mampu berbahasa Mandarin dengan baik.

Keempat pada ancaman (Threats), dalam bidang jasa Pendidikan luar sekolah tidak dapat mempertahankan pelanggan untuk tetap belajar terus di Catatan Mandarin, banyak faktor beberapa pelanggan menghentikan program belajar dikarena sudah menguasai atau sudah tidak membutuhkan Bahasa Mandarin seperti sudah lulus sekolah atau sudah lulus kuliah, mengikuti kursus Bahasa Mandarin hanya untuk memenuhi nilai dan syarat kelulusan dari sekolah atau perguruan tinggi. Selain itu, kompetitor dengan usaha serupa dengan persaingan harga yang lebih baik, pelayanan serta fasilitas yang lebih mumpuni. Perubahan kebijakan Kerjasama antara Indonesia dengan Tiongkok dengan menutup atau menghentikan Kerjasama membuat Bahasa Mandarin tidak menjadi kebutuhan di Tengah-tengah Masyarakat Indonesia. Kekuatan yang ada pada Catatan Mandarin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 9. Kekuatan Tempat Kursus Catatan Mandarin

<i>Strength 1-S1</i>	Waktu belajar yang ditentukan oleh murid
<i>Strength 2-S2</i>	<i>Online class</i> dan <i>door-to-door</i> tanpa minimum jarak
<i>Strength 3-S3</i>	Pengajar bersertifikat HSK 5
<i>Strength 4-S4</i>	Harga disesuaikan dengan kebutuhan murid
<i>Strength 5-S5</i>	<i>Online class</i> sampai Mancanegara

Sumber: hasil olah data, 2024

Kelemahan yang ada pada Catatan Mandarin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 10. Kelemahan Tempat Kursus Catatan Mandarin

<i>Weakness 1-W1</i>	<i>Online platform</i> masih menggunakan pihak kedua
<i>Weakness 2-W2</i>	Tempat kursus fisik belum tersedia
<i>Weakness 3-W3</i>	Jumlah pengajar masih terbatas
<i>Weakness 4-W4</i>	Tidak ada Kerjasama dengan lembaga resmi

Sumber: hasil olah data, 2024

Kelemahan yang ada pada Catatan Mandarin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 11. Peluang Tempat Kursus Catatan Mandarin

<i>Opportunity 1-O1</i>	Kerjasama bilateral Indonesia - Tiongkok
<i>Opportunity 2-O2</i>	Kesadaran Masyarakat Indonesia untuk berbahasa Mandarin
<i>Opportunity 3-O3</i>	Sekolah dan perguruan tinggi mewajibkan mata Pelajaran Bahasa Mandarin
<i>Opportunity 4-O4</i>	Perusahaan asal Tiongkok membuka cabang di Indonesia

Sumber: hasil olah data, 2024

Ancaman yang ada pada Catatan Mandarin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 12. Ancaman Tempat Kursus Catatan Mandarin

<i>Threat 1-T1</i>	Pemberhentian program belajar oleh murid
<i>Threat 2-T2</i>	Kompetitor yang mulai banyak bermunculan
<i>Threat 3-T3</i>	Perubahan kebijakan antara Indonesia dengan Tiongkok

Sumber: hasil olah data, 2024

Faktor eksternal (EFAS) dan faktor internal (IFAS) perusahaan dibutuhkan dalam pelengkap dari analisis SWOT yang telah ada

berdasarkan data di atas. Berikut EFAS dan IFAS pada Catatan Mandarin yaitu sebagai berikut:

Tabel 13. Faktor Eksternal dan Faktor Internal Catatan Mandarin

Faktor Eksternal (EFAS)	Strengths (S) 1. Kegiatan belajar-mengajar dengan waktu yang fleksibel. 2. Melayani layanan online class atau door-to-door class. 3. Pengajar tersertifikasi HSK 5 dan pengalaman mengajar lebih dari 3 tahun. 4. Harga belajar yang disesuaikan dengan kebutuhan murid. 5. Mampu mengajar online dengan lokasi di luar Indonesia.	Weakness (W) 1. Aplikasi pembelajaran online yang masih menggunakan pihak kedua. 2. Lokasi tempat kursus secara fisik belum tersedia. 3. Keterbatasan dalam sumber daya manusia 4. Kerjasama dengan Pusat Bahasa Mandarin yang belum terjalin.
Faktor Internal (IFAS)	Strategi SO Kekuatan yang ada pada Catatan Mandarin dengan jam belajar yang fleksibel serta biaya yang menyesuaikan dengan kebutuhan murid sangat membantu bagi murid sekolah atau perguruan	Strategi WO Kelemahan belum memiliki hubungan Kerjasama secara resmi dengan pihak pemerintah akan didukung dengan adanya peluang bahwa pemerintah Tiongkok akan mendukung semua perusahaan yang
Opportunities (O) 1. Hubungan Kerjasama bilateral antara Indonesia dengan Tiongkok 2. Kesadaran Masyarakat Indonesia yang siap bersaing dengan Pasar Tiongkok. 3. Sekolah International dan perguruan Tinggi di		

<p>Indonesia yang sudah mewajibkan mata Pelajaran Bahasa Mandarin.</p> <p>4. Perusahaan asal Tiongkok sudah membangun kantor cabang di Indonesia dengan Tenaga Kerja dari Indonesia dan Tiongkok.</p>	<p>tinggi yang kegiatannya banyak di sekolah atau perguruan tinggi</p>	<p>menerapkan pengajaran Bahasa negara Tiongkok yaitu Bahasa Mandarin.</p>
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Murid yang sudah bergabung dapat menghentikan kegiatan belajar atau tidak meneruskan kursus. 2. Kompetitor kursus online yang tersebar di seluruh Indonesia. 3. 3. Perubahan kebijakan Kerjasama antara Indonesia dengan Tiongkok. 	<p>Strategi ST</p> <p>Kompetitor yang bermunculan dapat ditangulangi dengan loyalitas pelanggan yang menyukai jam belajar yang fleksibel dan dapat belajar secara online di mana pun dan kapan pun.</p>	<p>Strategi WT</p> <p>Adanya perubahan kebijakan dengan belum adanya Kerjasama dengan pemerintah.</p>

Berdasarkan hasil analisis SWOT maka Catatan Mandarin melakukan strategi pemasaran dengan menggunakan STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*) berikut penjelasan STP pada Catatan Mandarin:

1) *Segmenting*

Pada segmenting atau segmentasi pada tempat kursus Catatan Mandarin terbagi menjadi tiga bagian, yaitu segmentasi secara geografi, demografi, dan psikografi. Pada segmentasi secara geografi Catatan Mandarin dengan layanan belajar daring menargetkan pasar secara luas di seluruh Indonesia dan untuk Catatan Mandarin dengan layanan belajar rumah ke rumah menargetkan hanya pada wilayah Kota Bandung dan Kabupaten Bandung Selatan, Jawa Barat, Indonesia. Pada segmentasi secara geografi tersebut memiliki peluang yang tinggi bagi Catatan Mandarin dengan mempunyai dua layanan dengan ketersediaan layanan serupa yang masih jarang digunakan. Pada segmentasi demografi mencakup individu yang berjenis kelamin perempuan dan laki-laki dengan

rentang umur antara 6 sampai 40 tahun dan merupakan pelajar sekolah Internasional atau swasta serta mahasiswa perguruan tinggi, karyawan swasta maupun pegawai negeri, dan wirausaha. Dalam segmentasi tersebut Catatan Mandarin menerima dari segala jenis latar belakang Pendidikan, ras, maupun kepercayaan. Pada segmentasi psikografi, Catatan Mandarin menargetkan pasar pada tingkat perekonomian menengah ke atas dan kepada individu yang sadar akan pentingnya Bahasa Mandarin untuk saat ini maupun yang akan datang guna meningkatkan keterampilan tambahan di luar dari keterampilan formal.

2) *Targeting*

Segmentasi pasar yang menjadi target oleh Catatan Mandarin ialah segmen pasar yang ada di seluruh Indonesia atau di Wilayah Bandung, Jawa Barat, berjenis kelamin wanita dan laki-laki yang berusia minimal 6 tahun dengan tingkat Pendidikan TK sampai Perguruan Tinggi, wirausaha dengan keperluan bisnis dengan Tiongkok, pegawai swasta

dan pegawai Negeri yang ingin menambah kemampuan Bahasa asing guna meningkatkan kepercayaan diri di lingkungan kerja, dengan tingkat ekonomi menengah ke atas, serta kepada individu yang mementingkan Bahasa Mandarin sebagai Bahasa yang wajib dikuasai.

3) *Positioning*

Catatan Mandarin memposisikan layanan kursus belajar Bahasa Mandarin secara daring dan datang rumah ke rumah dengan menerima murid dari segala tingkat atau kemampuan Bahasa Mandarin yaitu dari tingkat dasar sampai

professional dan mampu memenuhi keberhasilan murid berbahasa Mandarin dengan lancar dan benar. Ketersediaan layanan konsultasi 24/7 dengan guru profesional bersertifikasi, materi pembelajaran yang telah tersedia berupa E-book dan PPT yang diberikan setiap minggu dapat memudahkan murid untuk mengulang Kembali pelajar pada minggu-minggu sebelumnya. Pada segmentasi *positioning* Catatan Mandarin sangat berfokus pada kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

Tabel 14. STP Catatan Mandarin

Segmenting	<p>Domisili (Demografi): Seluruh Indonesia, Kota Bandung, dan Kabupaten Bandung</p> <p>Kelas Ekonomi (Demografi): <UMR dan >UMR</p> <p>Penggunaan Teknologi (Psikografi): Penggunaan <i>smartphone</i>, aplikasi <i>Meeting Online</i>, dan <i>website</i>.</p> <p>Preferensi Kelas (Psikografi) : Individu yang ingin menambah Bahasa Asing.</p> <p>Kebutuhan Belajar (Perilaku): Individu untuk menambah softskill dan kebutuhan sekolah atau universitas.</p>
Targeting	<p>Domisili: Seluruh Indonesia, Kota Bandung dan Kabupaten Bandung.</p> <p>Kelas Ekonomi: menengah ke bawah</p> <p>Penyerapan Teknologi: Zoom Meeting dan Google Meet.</p> <p>Kebutuhan Belajar: Bulanan sampai tahunan</p>
Position	<p>Catatan Mandarin lembaga kursus secara online maupun door-to-door menerima segala tingkatan kemampuan Bahasa Mandarin dari Pemula sampai Profesional serta membantu untuk ujian Sertifikasi HSK mulai dari tingkat 1 sampai 6 dengan tenaga pengajar profesional bersertifikasi HSK 5 dengan jam mengajar lebih dari 20 jam selama setahun. Catatan Mandarin menerima layanan konsultasi 24/7 dengan pelayanan yang aman, nyaman, dan terpercaya. Dengan biaya yang sangat terjangkau bagi status sosial menengah ke atas.</p>

Sumber: hasil olah dara, 2024

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Marketing mix atau bauran pemasaran mempunyai empat elemen dasar yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) berikut penjelasan keempat elemen bauran pemasaran pada Catatan Mandarin:

1. Produk (*product*)

Terdapat dua jenis layanan belajar di Catatan Mandarin yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan murid, yaitu sebagai berikut:

- a. Belajar daring (*Online Class*)
Diperuntukan untuk murid yang ingin belajar secara daring di mana saja dengan waktu yang ditentukan sendiri oleh murid.
- b. Belajar Ke Rumah (*Door-to-door Class*)
Layanan guru datang ke rumah dan belajar secara tatap muka langsung dengan hari dan waktu yang ditentukan oleh guru. Layanan ini berlaku untuk wilayah Kota Bandung dan Kabupaten Bandung Selatan tanpa ada biaya tambahan transportasi. Jumlah maksimal murid hanya 2 orang dalam satu keluarga.

Catatan Mandarin mempunyai 3 jenis keanggotaan yang dapat dipilih oleh calon murid sebagai jenis member yang disesuaikan dengan kebutuhan. Member tersebut ialah sebagai berikut:

- a. Unlimited Member
Jenis keanggotaan dengan jumlah murid tidak lebih dari satu orang dan tidak ada kadaluarsa member. Pada *Unlimited member* murid dapat menggunakannya sampai dengan 20 jam pertemuan dengan setiap pertemuan selama 60 menit. Waktu ditentukan oleh murid dan

fleksibel. Murid mendapatkan konsultasi gratis bersama dengan guru professional kapan pun. Murid mendapatkan E-book, E-PPT, dan quiz setiap selesai sesi dan mendapatkan akses ikut ujian HSK di Pusat Bahasa Mandarin di Jakarta serta mendapatkan sertifikat.

- b. Family Member
Pada jenis keanggotaan keluarga diperuntukan untuk 2 orang dalam satu tempat tinggal. Member keluarga menguntungkan bagi pelanggan yang ingin belajar lebih hemat biaya dengan satu anggota keluarga.
- c. Personal Member
Jenis keanggotaan ini khusus untuk satu orang dalam satu sesi dengan maksimal waktu belajar satu jam, waktu belajar disesuaikan dengan keinginan murid dan ketersediaan waktu di kelas. Semua murid member ini mendapatkan E-sertifikat, E-book, PPT, E-quiz namun tidak mendapatkan layanan konsultasi dengan guru professional.

2. Harga (*Price*)

Dalam strategi penetapan harga, Catatan Mandarin menggunakan penetrasi pasar dengan harga yang dapat mencakup pelanggan lebih banyak dengan harga yang lebih murah daripada pesaing. Adapun besaran nominal harga kursus di Catatan Mandarin sebagai berikut:

- a. Unlimited Member : Rp 1.300.000/20 jam
- b. Family Member: Rp 300.000/6 jam
- c. Personal Member: Rp 250.000/5 jam

3. Tempat (Place)

Catatan Mandarin menggunakan layanan pembelajaran secara daring seluruh Indonesia dan datang ke rumah khusus untuk wilayah Kota Bandung dan Kabupaten Bandung Selatan, namun memiliki kantor pusat di daerah Ciwidey, Kabupaten Bandung Selatan sebagai kantor management dan operasi.

4. Promosi (Promotion)

Media promosi yang digunakan Catatan Mandarin berupa media sosial Instagram dan whatsapp dan *electronic word of mouth* pada platform Google dengan rating dan reviewers dari murid-murid yang telah belajar di Catatan Mandarin. Saat ini, Catatan Mandarin menggunakan promosi di media sosial Instagram berupa postingan feed berupa diskon.

PENUTUP

Catatan Mandarin merupakan lembaga pendidikan Bahasa Mandarin yang menyediakan program kelas online dan offline dengan keunggulan layanan door-to-door untuk kelas offline, serta jangkauan global untuk kelas online. Berdiri sejak 8 Agustus 2022, Catatan Mandarin hadir sebagai solusi bagi siswa yang mengalami kesulitan belajar Bahasa Mandarin di rumah selama masa pandemi. Pengajar di Catatan Mandarin tersertifikasi HSK 5, memastikan kualitas pembelajaran bagi siswa dari berbagai tingkatan. Strategi bisnis yang diterapkan berfokus pada loyalitas pelanggan, dengan memberikan kenyamanan belajar serta penawaran promo menarik. Selain itu, Catatan Mandarin menerapkan strategi pemasaran yang menggunakan analisis SWOT dan teknik STP untuk menyusun segmentasi pasar, dengan target siswa, mahasiswa, dan karyawan di wilayah Kota Bandung dan Kabupaten Bandung.

Keberhasilan Catatan Mandarin dalam menjaga kepuasan pelanggan dan komunikasi yang baik menjadi kunci keberlangsungan usaha di tengah persaingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, C., & Rahmatullah, R. (2020). Visi Dan Misi Menurut Fred R. David Perspektif Pendidikan Islam. *journal EVALUASI*, 4(1), 70. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.356>
- Ashwini Sonar & Dr. Rajesh Kumar Pandey. (2023). Human Resource (HR) Practices—A Comprehensive Review. *Management Journal for Advanced Research*, 3(5), 42–56. <https://doi.org/10.54741/mjar.3.5.5>
- Auernhammer, J., & Roth, B. (2021). The origin and evolution of Stanford University's design thinking: From product design to design thinking in innovation management. *Journal of Product Innovation Management*, 38(6), 623–644. <https://doi.org/10.1111/jpim.12594>
- Azhari, K. H., Budiman, T., Haroen, R., & Yasin, V. (2021). ANALISIS DAN RANCANGAN MANAJEMEN PROSES BISNIS UNTUK LAYANAN PELANGGAN DI PT. PGAS TELEKOMUNIKASI NUSANTARA. *Journal of Information System, Informatics and Computing*, 5(1), 48. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v5i1.381>
- Bruijl, G. H. Th. (2018). The Relevance of Porter's Five Forces in Today's Innovative and Changing Business Environment. *SSRN Electronic*

- Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3192207>
- C. Barrood, J. (2010). *Entrepreneurship and Innovation: Global Insights from 24 Leaders*. Rothman Institute of Entrepreneurship.
- CNBC Indonesia, T. R. (2022, April 1). *Ini Dia Bahasa Paling Sulit di Dunia Buat Dipelajari, ada RI?*
- D. Bygrave, W., & Zacharakis, A. (2014). *Entrepreneurship, 3rd Edition* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Dahana, A. (2000). *Kegiatan Awal Masyarakat Tionghoa di Indonesia* (Vol. 2). Wacana.
- Fred R David. (2011). *Strategic Management Concepts And Cases* (XIII). Prentice Hall.
- Gatot Nazir Ahmad. (2018). *Manajemen Operasi* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Gunawan, J. (2023). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia dan Perdagangan Bebas, dalam Ida Susanti, Bayu Seto, ed.* PT Citra Aditya Bakti.
- Gürel, E. (2017). SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW. *Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Hartini, Acai Sudriman, & Aditya Wardhana. (2022). *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)*. Media Sains Indonesia.
- Hasanaj, P., & Kuqi, B. (2019). Analysis of Financial Statements. *Humanities and Social Science Research*, 2(2), p17. <https://doi.org/10.30560/hssr.v2n2p17>
- Hasso Plather. (2010). *An Introduction of Design Thinking Process Guide*. Institute Of Design at Stanford.
- Heizer, J. H., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (Twelfth edition). Pearson.
- Hisrich, R., Langan-Fox, J., & Grant, S. (2007). Entrepreneurship research and practice: A call to action for psychology. *American Psychologist*, 62(6), 575–589. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.62.6.575>
- K. R. Suhramanyam. (2014). *Financial Statement Analysis, 11th Edition* (11th ed.). MC Grawhill.
- Kaniški, I., & Vincek, I. (2018). Business processes as business systems. *Tehnički Glasnik*, 12(1), 55–61. <https://doi.org/10.31803/tg-20170808183458>
- Klumbyte, E., Bliudzius, R., & Foikades, P. (2020). A SIPOC based model for the sustainable management of facilities in social housing. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 410, 012081. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/410/1/012081>
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kusmulyono, M. S., & Endaryono, T. (2018). *KEKUATAN VISI MISI DALAM MEMANDU ARAH STRATEGIS UMKM LEBON. 01*.
- Murray, A., & Scuotto, V. (2016). The Business Model Canvas. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, 94–109. <https://doi.org/10.4468/2015.3.13murray.scuotto>
- Nugroho, A. N. P. (2019). ADIKUASA PERDAGANGAN TIONGKOK: TIONGKOK DALAM REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA (TINJAUAN SEJARAH SOSIAL-EKONOMI PEDAGANG TIONGKOK DI INDONESIA). *ISTORIA: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sejarah*,

- 15(2).
<https://doi.org/10.21831/istoria.v15i2.27292>
- Ong, L. (2023). *Penguatan Kewirausahaan melalui Pengenalan*. 5(1).
- Prananda, D. (2022). *SEJARAH DAN PERKEMBANGAN PERDAGANGAN BEBAS INTERNASIONAL*. 2(3).
- Putri, S. Y., & Ma'arif, D. (2020). Kerja Sama Ekonomi-Politik Indonesia dan Cina pada Implementasi Program Belt and Road Initiative. *Jurnal Lemhannas RI*, 7(3), 53–66. <https://doi.org/10.55960/jlri.v7i3.78>
- Riswan, R., & Kesuma, Y. F. (2014). Analisis Laporan Keuangan sebagai dasar dalam Penilaian Kinerja Keuangan PT. Budi Satria Wahana Motor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(1). <https://doi.org/10.36448/jak.v5i1.449>
- Rony Edward Utama, Nur Asni Gani, Jaharuddin, & Andry Priharta. (2019). *Manajemen Operasi* (1st ed.). UM Jakarta Press.
- Rusdiana. (2014). *Manajemen Operasi*. CV Pustaka Setia.
- Simbolon, F. (2013). *STRATEGI PEMASARAN GLOBAL DI PASAR INDONESIA*. 4(1).
- Supriyanto, -. (2012). Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/jep.v6i1.590>
- Suryadi, D. (2019). Pentingnya Visi Dan Misi Dalam Mengelola Suatu Usaha. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 9(1), 17–35. <https://doi.org/10.36769/asy.v9i1.53>
- Sutami, H. (2016). Fungsi dan Kedudukan Bahasa Mandarin di Indonesia. *Paradigma, Jurnal Kajian Budaya*, 2(2), 212. <https://doi.org/10.17510/paradigma.v2i2.28>
- Thompson, A. A., Strickland, A.J, & Gamble, J. E. (2007). *Crafting and Excuting Strategy Concepts and Casee, 15th Edition* (15th ed.). MC Grawhill.
- Wastum Wahyu Hidayat. (2018). *Dasar-dasar Analisa Laporan Keuangan*. Uwais Inspirasi.
- Yulius, R., Fajri Amirul Nasrullah, M., Karmila Sari, D., & Arsyad Alban, M. (2022). *Design Thinking: Konsep dan Aplikasinya*. Eureka Media Aksara.