

RANCANGAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK EPLC KAMPUNG INGGRIS

Andira Dwi Wiranugraha

Fakultas Vokasi Universitas Brawijaya, Jl. Veteran 12-16 Malang 65145
andiradwi@ub.ac.id

Diterima : 2 April 2023

Layak terbit : 31 Juli 2023

Abstract: Proposed Marketing Strategy for EPLC Kampung Inggris. *EPLC is an English course institution that is looking to expand its business. The author of this study conducted a feasibility analysis to determine the success rate of opening a new branch. The results of the study showed that place and physical evidence have a significant impact on customer purchase intention. Based on this finding, the author proposed a new marketing strategy for EPLC that includes meeting customer demand, creating work contracts, and offering promo discounts. The implementation of this new marketing strategy will help EPLC to solve its issues and increase the opportunities in attracting more customers.*

Keywords: *Marketing Strategy, Marketing Mix, Feasibility Analysis, educational services*

Abstrak : EPLC adalah lembaga kursus bahasa Inggris yang sedang berusaha untuk memperluas bisnisnya. Tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis studi kelayakan untuk menentukan tingkat keberhasilan pembukaan cabang baru dari EPLC. Hasil studi menunjukkan bahwa tempat dan bukti fisik memiliki dampak yang signifikan terhadap niat pembelian pelanggan. Berdasarkan temuan ini, penulis mengusulkan strategi pemasaran baru untuk EPLC yang mencakup memenuhi permintaan pelanggan, membuat kontrak kerja, dan menawarkan diskon promosi. Implementasi strategi pemasaran baru ini akan membantu EPLC untuk menyelesaikan masalahnya dan meningkatkan peluang menarik lebih banyak pelanggan.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Analisis Kelayakan, Jasa Layanan Pendidikan*

PENDAHULUAN

Bahasa Inggris adalah bahasa internasional yang penting dan diajarkan di sekolah-sekolah di seluruh dunia. Indeks Kemampuan Bahasa Inggris (EPI) adalah pengukuran standar kemampuan bahasa Inggris orang dewasa yang dapat dibandingkan antar negara dari waktu ke waktu.

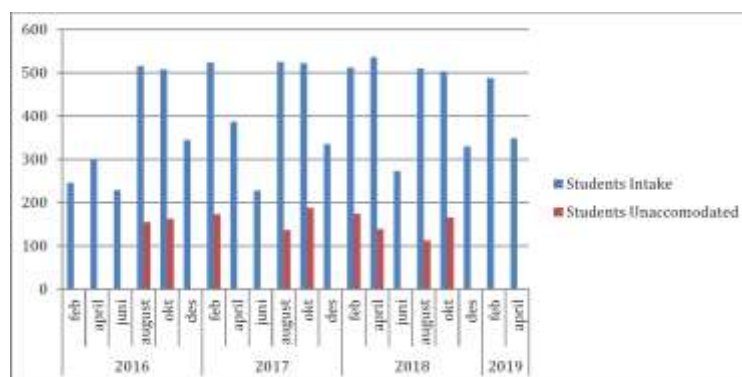
Kemampuan berbahasa Inggris berkorelasi positif dengan pendapatan nasional bruto atau disebut juga PDB berdasarkan hasil EF English Proficiency Indeks tahun 2012. Hal ini karena bahasa Inggris adalah bahasa pengantar dalam perekonomian global dan orang-orang dengan kemampuan bahasa Inggris yang kuat lebih mungkin untuk mendapatkan pekerjaan dengan bayaran tinggi di pasar internasional.

Hubungan positif antara EPI dan PDB adalah siklus yang baik, karena PDB yang lebih tinggi menyebabkan lebih banyak uang dibelanjakan untuk belajar atau pelatihan bahasa Inggris, yang selanjutnya meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris. Negara-negara dengan skor EPI yang tinggi lebih mungkin menarik investasi asing, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan ekonomi mereka. Singkatnya, EPI adalah indikator penting dari potensi ekonomi suatu negara dan alat yang berharga bagi pembuat kebijakan yang ingin mempromosikan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan.

Berbagai metode dapat digunakan untuk belajar bahasa asing. Jika pelajaran yang sudah dipelajari di sekolah umum tidak cukup bagi sebagian orang, mereka cenderung menggunakan metode lain untuk belajar bahasa Inggris hingga tercapai kemampuan berbahasa Inggris yang diharapkan. Salah satu metode yang paling populer pembelajaran ini adalah dengan mengambil kursus bahasa asing.

EPLC (English Prestasi Learning Center) adalah lembaga kursus bahasa Inggris yang didirikan pada tahun 2012 di Bandung, Jalan Purnawarman No. 70. EPLC mengadopsi sistem dan metode pembelajaran dari beberapa lembaga kursus bahasa Inggris di Kampung Inggris Pare, Kediri, Jawa Timur. Pada awal berdiri, EPLC hanya memiliki dua program, yaitu *Basic Class* dan kelas *Grammar Speaking* dengan total siswa sekitar 70 orang. Kini, setelah lima tahun beroperasi, EPLC telah membuka delapan program, 30 kelas, mempekerjakan 19 karyawan, dan mengajar total 500 siswa per periode yang tersebar di program-program tersebut.

Pada awal tahun 2012, EPLC hanya membuka dua program dengan jumlah siswa sekitar 70 orang. Saat ini, EPLC dapat menampung maksimal 500 siswa. Namun, ada peluang yang tidak bisa dimaksimalkan karena setiap awal pembukaan di bulan Februari, Agustus, dan Oktober, banyak orang yang tidak bisa mengikuti program karena kapasitas siswa yang dapat ditampung telah melebihi batas dan mereka harus menunggu periode berikutnya sekitar dua hingga tiga bulan untuk mendaftar.



Gambar 1. EPLC Penerimaan Siswa Tahun 2016-2019

Gambar 1 menjelaskan data historis EPLC tentang penerimaan siswa dari tahun 2016 hingga April 2019. Batang biru mewakili total penerimaan siswa dalam satu periode

yang memiliki kapasitas maksimum sekitar 500 siswa dan batang merah mewakili siswa yang tidak dapat ditampung dalam satu periode. Studi tentang preferensi konsumen untuk Lembaga kursus Bahasa Inggris yang dilakukan (Hariawan, Et all., 2015) menyimpulkan analisis Konjoin menyoroti preferensi mereka terhadap kelas Bahasa Inggris dengan 10-20 teman sekelas, berlokasi dekat sekolah, dan menggunakan metode pengajaran oleh ahli. Analisis tersebut juga mengungkap faktor-faktor kunci yang membimbing pemilihan kursus Bahasa Inggris mereka: jenis program, ukuran kelas, lokasi, dan pendekatan pengajaran.

Penelitian serupa dilakukan untuk sekolah taman kanak-kanak yang dilakukan (Mustafa, et all., 2014) menyimpulkan Pemasaran yang efektif menjadi krusial dalam menentukan kesuksesan atau penurunan suatu organisasi. Para manajer taman kanak-kanak swasta harus fokus pada strategi dan tantangan untuk memastikan keberlanjutan bisnis. Keberhasilan sebagai manajer pemasaran dalam sektor ini membutuhkan pemahaman tentang konsep dan alat kunci, serta kemampuan mengintegrasikannya secara efektif untuk memberikan layanan pendidikan anak usia dini yang berkualitas

Perluasan lokasi tempat les saat ini atau mencari tempat baru untuk menyebarkan cabang adalah opsi yang layak untuk mengatasi masalah ini. Disusun rencana untuk membuka cabang baru di Bandung yang diusulkan oleh pemilik. Namun, beliau khawatir tentang seberapa *feasible* kondisi pasar saat ini untuk membuka cabang baru, seberapa besar pasarnya, menentukan faktor-faktor apa yang dipertimbangkan siswa penting ketika mendaftar di Kursus Bahasa Inggris dan apa karakteristik pasar sehingga ia dapat memutuskan jenis kelas apa yang harus dia tawarkan.

Penelitian yang ditulis (Rofa, *et. al.*, 2022) fokus pada sudut pandang pasar dan periklanan menjadi aspek utama dalam merencanakan aktivitas bisnis, menggambarkan bagaimana bisnis merancang, memasarkan, dan mengedarkan produk. Studi kelayakan bisnis melibatkan berbagai perspektif, termasuk legal, finansial, sosial, pasar, dan inovasi, untuk mengevaluasi apakah suatu bisnis layak dilakukan atau tidak. Perspektif pasar sangat penting karena menentukan keberhasilan bisnis dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan mengetahui wilayah pasar, permintaan, dan posisi industri. Oleh karena itu, tujuan dari studi ini adalah untuk mengukur tingkat keberhasilan pembukaan cabang baru dalam hal pandangan pemasaran menggunakan metode studi kelayakan.

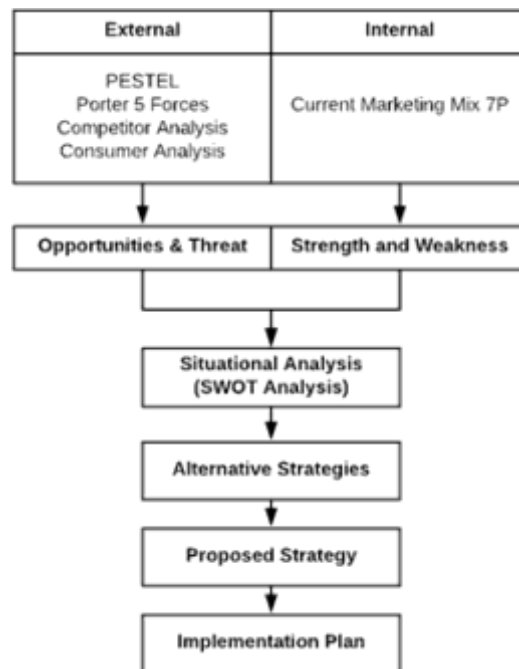
Kesenjangan teoritis (*Theoretical Gap*) dalam studi kelayakan pasar di industri jasa pendidikan terkait dengan kurangnya penelitian komprehensif yang secara memadai mengatasi hubungan dinamika pasar yang berkembang dengan perancangan strategi pemasaran yang efektif. Meskipun literatur yang ada memberikan wawasan tentang konsep pemasaran tradisional, namun kekurangan analisis mendalam yang menggabungkan tren-tren baru, seperti dampak teknologi, perubahan perilaku pelanggan, dan globalisasi, terhadap kelayakan dan kesuksesan usaha jasa pendidikan.

Untuk mengatasi kesenjangan teoritis ini, penulis yang melakukan studi kelayakan pasar di industri jasa pendidikan dengan melakukan pendekatan Melibatkan para pemangku kepentingan kunci, seperti *owner*, staf tenaga pengajar, murid, calon murid dan pembuat kebijakan, untuk mengumpulkan wawasan dan pandangan yang memperkaya studi kelayakan. Keterlibatan ini memastikan bahwa layanan pendidikan yang diusulkan sejalan dengan beragam kebutuhan dan harapan dari *owner* perusahaan.

Novelty dari penelitian ini terletak pada rancangan strategi pemasaran yang disesuaikan secara khusus untuk EPLC Kampung Inggris dalam industri jasa layanan pendidikan. Studi kelayakan pasar ini tidak hanya menjelajahi faktor-faktor tradisional seperti lokasi dan metode pengajaran, tetapi juga mengintegrasikan tren-tren baru dalam pendidikan, termasuk preferensi pelanggan yang terus berkembang. Penelitian ini berfokus pada bagaimana perusahaan EPLC Kampung Inggris dapat menghadapi tantangan dinamika pasar saat ini dengan mengadopsi pendekatan pemasaran yang unik dan responsif. Penelitian ini menciptakan pandangan baru tentang bagaimana strategi pemasaran yang disesuaikan dengan permintaan *owner* dapat mengoptimalkan keberhasilan bisnis dan mendorong pertumbuhan di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri jasa pendidikan.

METODE

EPLC menghadapi masalah *opportunity lost* karena kapasitas maksimum siswa yang dapat ditampung telah melebihi batas dan memaksa EPLC untuk menolak calon pelanggan atau murid yang ingin mendaftar. Pembukaan cabang baru direkomendasikan oleh pemilik sebagai solusi untuk masalah ini. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kelayakan rekomendasi dari pemilik untuk membuka cabang baru, atau untuk memberikan wawasan yang berbeda dan solusi yang efektif dari penulis untuk mengatasi masalah ini. Kerangka konseptual yang dapat membantu menguraikan proses eksplorasi penelitian bisnis dan memberikan penjelasan yang tepat tentang kelayakan solusi ekspansi seperti yang terlihat di Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Penelitian ini akan dimulai dengan menganalisis faktor internal dan eksternal yang terjadi. Faktor eksternal akan dianalisis dengan PESTEL, lima kekuatan Porter, analisis pesaing, dan analisis konsumen. Sementara faktor internal akan dianalisis dengan bauran pemasaran 7P dan analisis rantai nilai. Setelah melakukan analisis internal dan eksternal, langkah selanjutnya dalam bab ini adalah analisis situasional atau analisis SWOT-strategi alternatif. Sebagai hasil dari analisis ini, strategi yang diusulkan akan dibuat dan langkah terakhir adalah rencana pelaksanaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei. Survei ini dilakukan untuk mengumpulkan data tentang preferensi dan persepsi calon pelanggan terkait preferensi program kelas yang dijabarkan menggunakan bauran pemasaran 7P. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang tertarik untuk mengikuti

les Bahasa Inggris dalam kurun waktu 3 tahun kedepan di kota Bandung. Sampel diambil menggunakan metode purposive sampling, dengan total 300 responden.

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang terdiri dari dua bagian. Bagian pertama mengumpulkan data demografis responden, sedangkan bagian kedua mengetahui preferensi sampel tentang program kelas yang ditawarkan di Lembaga kursus Bahasa Inggris. Skala Likert dengan lima tingkat respons digunakan untuk mengukur tanggapan responden. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik. Deskripsi statistik seperti mean, median, dan deviasi standar akan digunakan untuk menganalisis karakteristik demografis responden. Selanjutnya, analisis *multiple regresi linier* akan digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia adalah negara dengan sejumlah faktor positif yang kondusif bagi pertumbuhan bisnis, seperti populasi yang besar dan berkembang pesat, sektor teknologi yang berkembang pesat, dan pemerintah yang berupaya meningkatkan sistem hukum.

Namun, ada juga tantangan yang perlu diwaspadai oleh bisnis, seperti lingkungan regulasi yang kompleks dan tantangan lingkungan yang dihadapi negara. Secara keseluruhan, analisis PESTEL Indonesia pada tahun 2019 menunjukkan pasar yang dinamis dan berkembang dengan sejumlah peluang bagi bisnis. Namun, bisnis perlu menyadari tantangan dan risiko sebelum memasuki pasar Indonesia

Tabel 3. Porter's Five Forces untuk Industri Jasa Pelayanan Pendidikan

Porter's 5 Forces	Low	Medium	High
Threat of New Entrants			✓
Threat of Substitutes (medium)		✓	
Bargaining Power of Suppliers	✓	✓	
Bargaining Power of Buyers	✓		
Competitive Rivalries		✓	

Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa *threat of new entrants* adalah satu-satunya faktor yang bernilai tinggi di industri ini, sementara *Threat of Substitutes*, *Bargaining Power of Suppliers And Buyers* berada pada level rendah hingga menengah, dan terakhir persaingan kompetitif pada level moderat. Dapat disimpulkan bahwa industri ini masih cukup menarik karena ancamannya moderat rendah.

Tabel 4. Competitor Analysis

	<i>English First (EF)</i>	<i>The British Institute (TBI)</i>	<i>WE English</i>
Product	Cakupan pasar luas dilihat dari sudut pandang umu Materi ajar yang umum Status prestis untuk anak atau siswa yang belajar di English First	Cakupan pasar luas dilihat dari sudut pandang umu Materi ajar yang umum Menggunakan British English Menyediakan kelas untuk guru Kelas internasional untuk murid yang berniat sekolah di luar negeri	Target pasar yang spesifik dari sudut pandang umur Materi ajar yang spesifik (TOEFL and Speaking) Waktu belajar paling lama dibandingkan competitor

Price	Harga tinggi (Rp.3.000.000 – Rp.12.000.000 per level)	Harga tinggi (Rp.5.000.000 – Rp.7.000.000 per level)	Harga terjangkau (Rp.1.200.000 – Rp.2.000.000 per period)
Promotion	Websites, Social Media, promosi event	Websites, Social Media, promosi event	Websites, Social Media, Word of mouth
Place	70 cabang in 36 kota di Indonesia. 5 cabang lokasi di Bandung	17 cabang tersebar di 7 kota di Indonesia. 4 cabang di Bandung	Hanya ada 1 lokasi di Gegerkalong Bandung
People	Staf terbaik dengan standar tinggi EF	Staf terbaik dengan standar tinggi TBI	Staf terbaik dengan standar yang dibuat WE English
Process	Pendaftaran – Siswa memilih program – Tes penempatan Pembayaran Proses pendaftaran dilakukan dengan sederhana dan mudah	Pendaftaran – Siswa memilih program – Tes penempatan Pembayaran Proses pendaftaran dilakukan dengan sederhana dan mudah	Pendaftaran – Siswa memilih program – Tes penempatan Pembayaran Proses pendaftaran dilakukan dengan sederhana dan mudah
Physical Evidence	Kelas yang sesuai dengan fasilitas seperti AC dan kursi yang nyaman, bertujuan untuk membuat proses belajar menjadi nyaman.	Kelas yang sesuai dengan fasilitas seperti AC dan kursi yang nyaman, bertujuan untuk membuat proses belajar menjadi nyaman.	Bersih dan rapi seperti ruang kelas, juga fasilitas perumahannya cocok untuk ditinggali selama 2 minggu - 1 bulan.

Tabel 4 merupakan ringkasan *Competitor Analysis* EPLC Kampung Inggris Bandung. Perbedaan utama EF, TBI, dan WE English adalah dalam hal ukuran perusahaan, target pasar, harga, dan promosi. EF dan TBI memiliki beberapa cabang, sedangkan WE English hanya memiliki satu lokasi di Bandung. EF dan TBI memiliki target pasar yang luas karena mereka menawarkan program yang ditargetkan untuk rentang usia yang luas, mulai dari anak-anak hingga dewasa. Hal ini juga tercermin dari harga mereka yang jauh lebih tinggi daripada WE English. Data yang tercantum dalam tabel 2.2 menunjukkan bahwa pesaing langsung EPLC Kampung Inggris adalah WE

English. Alasannya adalah karena mereka memiliki rentang harga, target pasar, ukuran perusahaan, dan lokasi yang serupa, keduanya berada di Bandung, dan keduanya mengadopsi metode yang sama dari Kampung Inggris Pare.

Table 5. Kesimpulan Kelayakan Pasar

Market Feasibility Question	Conclusion	Decision
<i>Market Feasibility Competitor's Quality</i>	Secara keseluruhan, kualitas pesaing tidak memenuhi kualitas ideal yang diinginkan responden, yang berarti EPLC memiliki kesempatan untuk mengatasi kelemahan pesaing dalam hal kualitas.	Memperkuat keputusan untuk membuka cabang baru
	Sebagian besar responden hanya mengikuti kursus bahasa Inggris sekali dalam dua tahun.	Memperlemah keputusan untuk membuka cabang baru
	Durasi kursus sebagian besar adalah 3-4 bulan.	Memperkuat keputusan untuk membuka cabang baru
	Sebagian besar responden telah membayar lebih dari Rp2.000.000 untuk belajar di kursus bahasa Inggris.	Memperkuat keputusan untuk membuka cabang baru
<i>Market Feasibility (Market Size and Market Value)</i>	Tiga dari lima responden yang belum mengikuti kursus bahasa Inggris dalam dua tahun bersedia mengikuti kursus bahasa Inggris dalam waktu dekat dalam dua tahun.	Memperkuat keputusan untuk membuka cabang baru
	Sebagian besar responden yang belum mengikuti kursus bahasa Inggris dalam dua tahun bersedia menghabiskan Rp300.001-600.000 atau Rp600.001-900.000 untuk belajar di lembaga kursus bahasa Inggris.	Memperkuat keputusan untuk membuka cabang baru

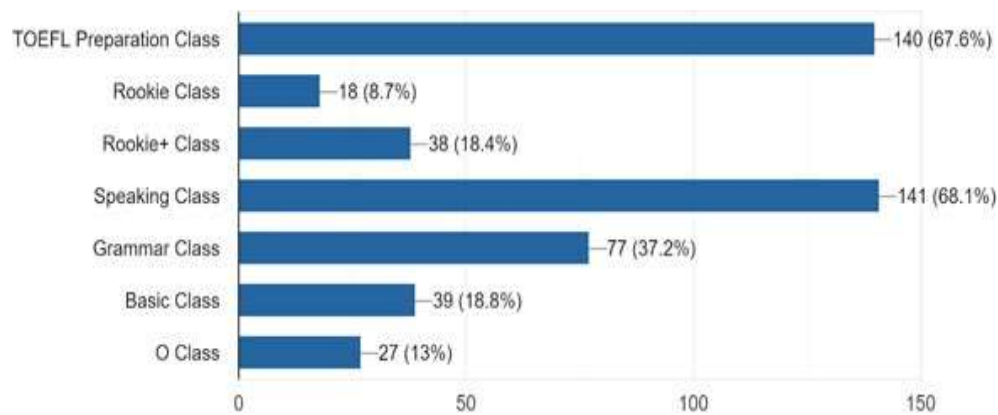
Berdasarkan hasil kuesioner yang tercantum pada Tabel 5, EPLC harus memperluas pasar mereka dengan membuka cabang baru. Dari enam pertanyaan yang

diajukan, lima di antaranya mendukung perluasan pasar. Jadi, EPLC harus mengambil langkah-langkah untuk memperluas pasar mereka, baik dengan membuka cabang baru atau dengan strategi alternatif lainnya.

Tabel 6. Rangkuman Analisis Bauran Pemasaran 7P

Marketing Mix	Importance Score Mean	Mean (%)
Product	4.46	89%
Price	4.31	86%
Place	3.99	80%
Promotion	4.28	86%
People	4.50	90%
Process	4.50	90%
Physical Evidence	4.07	81%
Total Average	4.30	86%

Pada bagian ini, responden akan diperlihatkan gambar pilihan kelas yang disediakan oleh EPLC beserta suasana kegiatan belajar di EPLC. Hal ini diharapkan dapat memberikan deskripsi singkat kepada responden tentang proses pembelajaran yang dilakukan oleh EPLC, kemudian responden diberikan pilihan tentang kelas mana yang mereka pikir paling ingin mereka ikuti. Pilihan kelas tersebut adalah (1) Kelas persiapan TOEFL, (2) Kelas Rookie, (3) Kelas Rookie+, (4) Kelas Speaking, (5) Kelas Grammar, (6) Kelas Dasar, dan (7) Kelas O.



Gambar 3. Kelas dengan Peminat Tertinggi

Sumber: Data Diolah oleh Penulis

Berdasarkan data diatas berarti EPLC perlu lebih fokus pada kelas Speaking EPLC, kelas persiapan TOEFL, dan kelas Grammar yang merupakan kelas program yang paling diminati oleh responden (lihat Gambar 3).

Menurut Kotler (2014), bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Ada 4P dalam bauran pemasaran, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Sementara bauran pemasaran dalam layanan harus ditambah 3P lagi, sehingga bauran pemasaran layanan menjadi 7P, yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. EPLC Kampung Inggris adalah bagian dari industri jasa, oleh karena itu, dalam penelitian ini, bauran pemasaran yang digunakan adalah pemasaran untuk layanan yang terdiri dari 7P. Tabel dibawah menjelaskan penerapan 7P bauran pemasaran yang dilakukan EPLC Kampung Inggris.

Table 7. Analisa Internal Bauran Pemasaran 7P

Product	Inti dari metode pembelajaran di EPLC adalah dengan menyediakan materi pembelajaran dengan jam belajar yang cukup panjang, dipadatkan dengan jadwal kelas lima hari seminggu, proses transfer pengetahuan berjalan dengan santai dengan tujuan agar setiap siswa dapat memahami dan memahami sepenuhnya materi yang diajarkan.
Price	Keuntungan dari siswa EPLC yang telah terdaftar dapat mengambil kelas apa pun pada waktu yang tersedia dan dibuka oleh EPLC secara gratis. Hal ini sejalan dengan semangat EPLC untuk memberikan layanan terbaik dengan biaya serendah mungkin.
Promotion	Alat promosi utama EPLC adalah membuat konten pemasaran promosi yang akan dipublikasikan di media sosial resmi EPLC. Media sosial yang digunakan EPLC mulai dari website resmi, Facebook, YouTube, Instagram, dan Twitter.
Place	Lokasi EPLC cukup strategis karena dekat dengan kampus-kampus besar di Bandung dan beberapa SMA, selain itu lokasi ini juga dekat dengan pusat perbelanjaan di mana banyak orang akan melewati jalan ini.
People	Instruktur/guru di EPLC harus memiliki pengetahuan bahasa Inggris yang tinggi dan keterampilan sosial yang baik termasuk keterampilan komunikasi sehingga proses transfer pengetahuan berjalan dengan baik dan empati sehingga siswa yang pemalu dan takut tetap terjangkau dan merasa tidak tertinggal.
Process	Pendaftaran > Siswa memilih program > Tes penempatan > Pembayaran Proses pendaftaran dilakukan dengan sederhana dan mudah
Physical evidence	suasana belajar yang nyaman didukung oleh fasilitas yang disediakan, ruang kelas yang bersih dan rapi, kursi dan meja yang nyaman, kelas outdoor yang sejuk dan asri, dan di bagian area kota Bandung yang banyak pepohonan sehingga memberikan suasana udara yang sejuk.

SWOT adalah akronim yang digunakan untuk menggambarkan faktor-faktor strategis tertentu dari perusahaan, yaitu Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats) (Wheelen et al., 2014). SWOT adalah kerangka kerja yang mengklasifikasikan berbagai pengaruh strategi perusahaan ke dalam empat kategori;

Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (Hoskisson, 2010). Kekuatan dan Kelemahan dapat di derivasi dari analisis internal, sementara Peluang dan Ancaman diperoleh dengan melakukan analisis eksternal. Hasil Analisis SWOT untuk EPLC Kampung Inggris Bandung dapat dilihat pada Tabel 8.

Table 8. Analisis SWOT EPLC Kampung Inggris

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
EPLC memiliki gaya belajar unik yang mengadopsi metode Kampung Inggris. Hal ini berarti bahwa jam belajar lebih lama tetapi dipadatkan dalam periode waktu yang lebih singkat.	Lokasi EPLC saat ini memiliki ruang kelas yang terbatas.
EPLC menawarkan berbagai macam kelas program, sehingga pelanggan dapat memilih kelas yang paling sesuai dengan minat mereka.	Jumlah siswa dalam setiap kelas dapat melebihi 15 orang, yang dapat membuat ruangan kelas terasa sempit.
Promosi EPLC tidak hanya dilakukan oleh perusahaan itu sendiri, tetapi juga oleh pelanggan yang puas yang secara sukarela menyebarkan berita tentang kualitas EPLC.	EPLC kekurangan staf pengajar, yang berarti bahwa para guru harus menangani lebih banyak kelas dari yang seharusnya. Hal ini dapat menyebabkan kerja berlebihan dan stres bagi para guru.
EPLC memastikan bahwa semua instruktur/gurunya memiliki keterampilan dan pengetahuan yang memenuhi standar tinggi EPLC melalui pelatihan.	Beberapa orang mungkin merasa jadwal kelas lima hari seminggu terlalu berlebihan.
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
Kualitas keseluruhan pesaing EPLC dianggap rendah, yang membuka peluang bagi EPLC untuk menjangkau pasar yang lebih besar.	Lokasi EPLC saat ini memiliki ruang kelas yang terbatas, yang berarti bahwa perusahaan harus menolak beberapa calon pelanggan.
MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) telah meningkatkan kesadaran tentang pentingnya kemampuan bahasa Inggris untuk karir.	Ada kursus bahasa Inggris lain di Bandung yang mengadopsi metode Kampung Inggris, yang akan menciptakan persaingan yang lebih ketat bagi EPLC.

Tiga dari lima responden yang tidak mengambil kursus bahasa Inggris dalam dua tahun tertarik untuk mengambilnya.	Orang-orang mengeluarkan lebih sedikit uang untuk kursus bahasa Inggris.
--	--

Matriks TOWS menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh suatu perusahaan dapat dipadankan dengan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan tersebut untuk menghasilkan empat set alternatif strategis yang mungkin, yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Ringkasan matriks TOWS dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Analisis TOWS Matriks

	Strength S1: implementasi metode kampung inggris S2: menawarkan program kelas bervariasi S3: memiliki pelanggan yang puas dapat menjadi agen word of mouth S4: guru yang berkualitas	Weakness W1: kelas terbatas di lokasi saat ini W2: ruang kelas yang melebihi kapasitas W3: kekurangan staf pengajar W4: calon staf pengajar yang keluar sebelum proses pelatihan selesai W5: jadwal kelas terlalu padat dan sering
Opportunity: O1: kualitas kompetitor dinilai rendah calon murid O2: kebijakan MEA O3: pasar yang potensial untuk pelanggan yang tidak mengikuti kursus Bahasa inggris dalam 2 tahun	Strategi SO 1. S1, S2, S4, O1, O2, O3 Melakukan perluasan Bisnis untuk meraih pasar baru dan secara bersamaan mempertahankan performa Bisnis saat ini.	Strategi WO 1. W1, O2, O3 Buka kelas lebih di lokasi saat ini atau di lokasi yang baru
	2. S1, S4, O1, O2, O3 Melakukan perluasan Bisnis untuk meraih pasar baru dan secara bersamaan mempertahankan performa Bisnis saat ini dan membuka kelas yang paling diminati oleh calon murid	2. W3, W4, O2, O3 Membuat kontrak terikat untuk staf pengajar dalam proses pelatihan harus menyelesaikan pelatihan dan bekerja untuk EPLC setelahnya.
Threat T1: EPLC dapat kehilangan peluang karena kelebihan kapasitas siswa. T2: Ada pesaing di Bandung yang	Strategi ST 1. S1, S2, S4, T1, T3 Memperluas bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih besar dan tetap mempertahankan apa yang EPLC lakukan saat ini, serta membuat promo	Strategi WT 1. W3, W4, T1 Mengurangi kapasitas siswa dan merekrut guru yang sudah familiar dengan metode

mengadopsi metode yang sama dengan EPLC. T3: Orang-orang mengeluarkan lebih sedikit uang untuk kursus bahasa Inggris.	diskon untuk periode waktu tertentu dan hanya berlaku untuk kelas program tertentu.	pembelajaran Inggris menciptakan kegiatan sehari-hari yang lebih stabil.	Kampung Inggris untuk kegiatan yang lebih stabil.
---	---	--	---

Berdasarkan analisis matriks TOWS pada Tabel 9, ada empat strategi alternatif yang dapat ditempuh EPLC Kampung Inggris Bandung untuk mengatasi masalah bisnisnya:

1. **Strategi SO:** EPLC dapat memanfaatkan kekuatannya (S1, S2, S4) dan peluangnya (O1, O2, O3) untuk memperluas bisnisnya dan tetap mempertahankan apa yang telah dilakukan saat ini.
2. **Strategi SO:** EPLC dapat memanfaatkan kekuatannya (S1, S4) dan peluangnya (O1, O2, O3) untuk memperluas bisnisnya dan tetap mempertahankan apa yang telah dilakukan saat ini, kecuali membuka kelas program yang lebih disukai oleh pelanggan.
3. **Strategi WT:** EPLC dapat mengatasi kelemahannya (W3, W4) dan peluangnya (O2, O3) dengan membuat kontrak mengikat bagi guru yang sedang menjalani pelatihan untuk memastikan bahwa mereka akan menyelesaikan proses pelatihan dan bekerja untuk EPLC setelahnya.
4. **Strategi ST:** EPLC dapat memanfaatkan kekuatannya (S1, S2, S4) dan ancamannya (T1, T3) dengan memperluas bisnisnya dan tetap mempertahankan apa yang telah dilakukan saat ini, dan dengan membuat promo diskon untuk periode waktu tertentu dan hanya untuk kelas program tertentu

Perbandingan hasil dengan penelitian terdahulu adalah fokus yang berbeda dalam konteks bisnis pendidikan. Hasil penelitian ini membahas tentang rekomendasi untuk perluasan bisnis EPLC (English Language Learning Center) dengan membuka cabang baru atau mengadopsi strategi alternatif. Teknik yang diusulkan adalah membuka cabang baru di lokasi strategis dan

tetap mempertahankan metode pembelajaran Kampung Inggris sebagai keunggulan kompetitif. Tujuannya adalah untuk mengatasi peluang yang hilang, meningkatkan kapasitas siswa dengan menggunakan bauran pemasaran 7P, dan meningkatkan niat pembelian untuk meningkatkan profitabilitas. Promosi meliputi perekrutan guru berkomitmen dan memberikan diskon, secara garis besar menekankan pada ekspansi bisnis dan pengembangan strategi pemasaran.

Hasil penelitian terdahulu membahas tentang preferensi konsumen terhadap lembaga kursus Bahasa Inggris dan sekolah taman kanak-kanak. Pembahasan dari penelitian terdahulu menggunakan analisis konjoin untuk mengungkap preferensi konsumen terhadap kelas Bahasa Inggris, termasuk jumlah teman sekelas, lokasi, dan pengajaran oleh ahli. Serta menyoroti pentingnya pemasaran yang efektif dalam kesuksesan taman kanak-kanak, serta perlunya pemahaman manajer taman kanak-kanak terhadap konsep dan alat pemasaran kunci untuk memberikan layanan pendidikan berkualitas bagi anak usia dini. Penelitian terdahulu lebih berfokus pada aspek preferensi konsumen dan strategi pemasaran dalam konteks pendidikan.

Dengan demikian, penelitian ini lebih berkaitan dengan rekomendasi bisnis dan pengembangan strategi ekspansi, sedangkan penelitian terdahulu lebih menggambarkan hasil penelitian tentang preferensi konsumen dan pentingnya pemasaran dalam pendidikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan survei dan analisis tentang kelayakan pasar untuk lembaga kursus bahasa Inggris, hasil menunjukkan bahwa EPLC direkomendasikan untuk memperluas pasar dengan membuka cabang baru atau menggunakan strategi alternatif lainnya. Kemudian muncul pertanyaan berikutnya: "Apa strategi lanjutan EPLC jika rencana untuk memperluas pasar akan dilaksanakan?"

Dari hasil analisis matriks TOWS, diusulkan empat strategi alternatif untuk

mengatasi peluang yang terlewatkan dan memastikan keberhasilan cabang baru EPLC di masa depan. Solusinya adalah memperluas bisnis dengan membuka cabang di lokasi strategis, sambil tetap mempertahankan metode pembelajaran Kampung Inggris sebagai keunggulan. Tujuannya adalah meningkatkan profitabilitas dengan mengisi kelas sesuai permintaan pelanggan dan menarik minat melalui promosi diskon. Penting juga untuk merekrut guru berkualitas dan menjaga kualitas pengajaran. Dengan langkah ini, diharapkan EPLC dapat mengatasi peluang terlewatkan dan mencapai pertumbuhan bisnis yang sukses.

Keterbatasan penelitian ada di aspek biaya, waktu dan cakupan studi kelayakan hanya dari sudut pandang pasar dan pemasaran saja. Peneliti selanjutnya bisa mengambil sudut pandang lebih luas seperti dari keuangan, hukum dan ekonomi sehingga menjadi suatu studi kelayakan Bisnis yang utuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Hoskisson, M. A. H. R. D. I. R. E. (2010). Strategic Management (text only)9th (Ninth) edition by M. A. Hitt by R. D. Ireland (9 edition edition). South-Western College Pub. Kotler, P. (2014). Principles of Marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong. Universitas Indonesia Library. <http://lib.ui.ac.id>
- Hariwan, Peggy, Diah Esfandari, and Rhea Pagita. "Consumers' Preference Analysis Towards English Courses In Bandung (A Study On High-School Students In Bandung)." *International Journal Of Research - Granthaalayah* 3 (November 30, 2015): 122–32.
- Mustafa, Lily Muliana, Nek Kamal Yeop Yunus, and Mohamed Nor Azhari Azman. "An Overview of Private Preschool in Malaysia: Marketing Strategies and Challenges." *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 4th International Conference on Marketing and Retailing 2013, INCOMaR 2013, 130 (May 15, 2014): 105–13.
- Rofa, Iir Tsamrotur, Ade Rizki Meilani, Nur Mija an Hasibu, Ahmad Kurnia Nasution, and Suhairi Suhairi. "Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis." *VISA: Journal of Vision and Ideas* 1, no. 2 (December 9, 2021): 222–35.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2014). Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability. Pearson Education.

