

RENCANA BISNIS: **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"**

Michael Richardo

Abstrak

Salah satu bisnis yang mempunyai pasar cukup luas dan sedang berkembang adalah sekolah menari. Ada 3 jenis menari yaitu dansa, balet dan *hip-hop*. Tarian *Hip-Hop* merupakan jenis tarian yang paling banyak diminati dan dipelajari di belahan dunia, namun di Indonesia baru mulai diminati. Sekolah menari **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** memiliki kekhususan jenis tarian *hip-hop* dengan mengikuti standar Internasional yang mengacu kepada *Royal Academy of Dance (RAD)*. Berlokasi di Kelapa Gading, Jakarta Utara, **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** memiliki keunggulan dalam kurikulum serta sertifikat yang mengacu kepada standar Internasional dari RAD.

Kata kunci: *hip-hop*, standar internasional, *Royal Academy of Dance (RAD)*.

Abstract

One business that has large and growing market is a dancing school. There are 3 types of dancing, those are dance, ballet and hip-hop. Hip-Hop is the most popular and studied dance in the world, but in Indonesia is just started to popular. "SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO" focus on hip-hop dance by following International standards referring to the Royal Academy of Dance (RAD) curriculum. Located at Kelapa Gading, North Jakarta, "SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO" has excellence in curriculum as well as certificates that refer to the International standard from RAD.

Keywords: hip-hop, international standard, Royal Academy of Dance (RAD)

PENDAHULUAN

Latar Belakang Usaha

Menari dapat dibagi menjadi 3 jenis yaitu dansa atau *classic dance*, *balet*, *hip-hop dance*. *Hip-hop* adalah suatu kebudayaan yang hadir pada tahun 1970'an yang di perluas dan di kembangkan oleh masyarakat Amerika, Amerika Latin dan Afro. Seiring dengan berjalannya waktu *Hip-Hop* ebih dikenal sebagai *street dance*, yaitu suatu kegiatan *menari* yang dilakukan di luar dari sanggar tari atau studio, di mana semua penari dapat menunjukkan kemampuan menari mereka menggunakan insting secara langsung sambil mengikuti irama musik.

Melihat perkembangan fenomena dan tren menari, tidak sedikit peluang bisnis yang dapat dijalankan, misalnya sekolah menari. Bahkan tidak sedikit juga sekolah menari dapat melahirkan penari profesional dan terkenal. Selain sekolah tari, banyak juga *event* bertemakan menari yang diadakan dan disiarkan di televisi, seperti *We Dance* bersama *Wechat*, *Show You Can Dance*, dan lainnya.

Melihat fenomena tersebut maka saya terinspirasi untuk membuat sebuah sekolah menari dan studio menari yang diberi nama dengan **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** yang beraliran *hip-hop* dengan memakai kurikulum yang mengarah kepada *Royal Academy of Dance (RAD)*.

Visi, Misi dan Inti Bisnis Perusahaan

Visi

Menjadikan **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** sebagai sekolah menari khusus aliran *hip-hop* yang sesuai dengan kurikulum yang mengacu kepada *Royal Academy of Dance (RAD)* serta mampu menghasilkan penari profesional dan ternama.

Misi

- 1 Menyebarkan menari aliran *hip-hop* melalui sekolah menari "SWAG Dance School & Studio".
- 2 Mengajarkan teknik menari *Hip-hop* yang benar dan sesuai dengan kurikulum *Royal Academy of Dance (RAD)*.

- 3 Menghasilkan penari yang profesional dan berkualitas unggul serta internasional.
- 4 Menyediakan tempat studio menari yang baik dan nyaman bagi pelanggan.

Inti Bisnis

"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"

merupakan sekolah menari yang memiliki aliran jenis *hip-hop* dan menawarkan penyewaan tempat studio untuk menari dan dibuka untuk umum dengan suasana nyaman dan harga yang ditawarkan tidak begitu mahal. **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** memberikan jaminan kepada setiap murid akan diikuti sertakan dalam setiap *event* besar yang ada di Indonesia. Sekolah menari ini memakai sistem pengajaran mengacu kepada standard internasional *Royal Academy of Dance (RAD)*, dimana *Royal Academy of Dance (RAD)* satu-satunya kurikulum berbasis internasional. **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** mengadakan ujian kenaikan tingkat setiap 6 bulan sekali dan memberikan sertifikat ujian yang dikeluarkan oleh RAD.

ANALISIS EKSTERNAL

Analisis Pasar

Perkembangan menari di Indonesia juga semakin marak, bisa dilihat dengan semakin banyaknya muncul komunitas menari serta sekolah menari yang menyediakan tempat studio menari. Banyak pula *boyband* atau *girlband* di Indonesia yang bermunculan dan menggunakan koreografi menari. Seperti yang terkenal di Indonesia adalah *boyband* SM*SH dan *girlband* Cherrybelle. Selain itu dapat dilihat juga dari sisi industri perfilman yang ber-genre menari. Selama tahun 2008 sampai 2014 terdapat banyak film yang menampilkan jenis film dengan genre menari. Berikut pada tabel 1 ditampilkan hasil *survei* pendapatan film dengan genre menari yang didapatkan dari www.IMDB.com.

Tabel 1
Film Berlatar Genre Menari

Movie Title	Life Time Gross (USD)	Time Release
Desert Dancer	6,324,768	8/15/2014
Five Dancer	5,788	10/4/2013
Sparrow's Dancer	2,602	8/23/2013
Shadow Dancer	100,616	5/31/2013
You Don't Need Feet to Dance	1,719	3/22/2013
Any Body Can Dance (ABCD)	222,098	2/8/2013
Battle Of The Year	8,888,355	9/20/2013
Stomp The Yard	61,356,221	1/12/2007
Step Up All In	86,200,078	7/25/2014
Step Up Revolution	35,074,677	7/27/2012
Step Up 3-D	42,400,223	8/6/2010
Step Up 2 The Streets	58,017,783	2/14/2008
Step Up	65,328,121	8/11/2006

Sumber: www.IMDB.com

Setelah melihat dari survei banyaknya film dengan genre menari tidak kalah juga frekuensi acara televisi yang menyiarkan acara menari. Frekuensi acara televisi Indonesia tidak sedikit yang menampilkan kemampuan menari dalam ajang pencarian bakat yang ada di Indonesia seperti "Indonesia Mencari Bakat (IMB)" dan "Indonesia Got Talent (IGT)". Gambar 1 menyajikan data jenis bakat yang ditampilkan peserta finalis di IMB sesi 1 sampai sesi 3 tahun 2011 sampai tahun 2013 dan IGT sesi 1.

Untuk melengkapi data diatas, penulis pun melakukan survei melalui kuesioner lebih lanjut. Penulis melakukan survei dengan cara membagikan kuesioner kepada 20 responden pada tanggal 31 januari 2015 di Mal Of Indonesia Kelapa Gading dan bertempat di blitzmegaplex. Penulis menggunakan metode *purposive* dan *convenience* dengan kriteria anak yang berumur 12-22 tahun dan menyukai seni tari. Sebelum melakukan survei penulis menanyakan kepada calon responden apakah berminat terhadap dengan seni tari atau tidak, jika calon responden tidak menyukai seni tari maka penulis akan mencari responden lainnya. Dari sana penulis memutuskan menggunakan metode tersebut. Berikut pada tabel 2 merupakan hasil dari survei tersebut.

Tabel 2
Frekuensi Kegiatan di Luar Sekolah

Ekstrakurikuler apa yang anda ikuti di sekolah?	
Jawaban : Design/melukis	Jumlah : 5 orang
Jawaban : Menari/ <i>dance</i>	Jumlah : 7 orang
Jawaban : Olahraga	Jumlah : 5 orang
Jawaban : Memasak	Jumlah : 3 orang
Apakah mengikuti pelajaran tambahan/les diluar sekolah?	
Jawaban : Iya	Jumlah : 16 orang
Jawaban : Tidak	Jumlah : 4 orang
Jika iya jenis lesnya apa?	
Jawaban : Pelajaran	Jumlah : 4 orang
Jawaban : Seni	Jumlah : 7 orang
Jawaban : Keduanya	Jumlah : 5 orang

Penulis juga ingin mengetahui minat seseorang dalam menari dan seberapa jauh mereka mengetahui tentang *Hip-Hop*. Dari hasil kuesioner tersebut dapat dilihat apakah memang masyarakat sekarang ini mengetahui dan menyukai menari bergenre *Hip-Hop* atau tidak.

Berikut adalah data hasil kuesioner yang sudah didapat oleh penulis;

Tabel 3
Minat Seseorang Dalam Menari Aliran *hip-hop* dan Pengetahuan Tentang *Hip-Hop*

Apakah berminat untuk mengikuti sekolah <i>dance</i> /menari?	
Jawaban : Iya	Jumlah : 12 orang
Jawaban : Tidak	Jumlah : 8 orang
Jika menjawab iya, aliran <i>dance</i> /menari apakah yang anda minati?	
Jawaban : Modern dance	Jumlah : 2 orang
Jawaban : Hip-hop	Jumlah : 7 orang
Jawaban : Ballet	Jumlah : 2 orang
Jawaban : Yang lainnya.....	Jumlah : 1 orang
Darimana mengetahui informasi tentang <i>dance</i> /menari aliran <i>hip-hop</i> ?	
Jawaban : Film	Jumlah : 3 orang
Jawaban : Keluarga	Jumlah : 1 orang
Jawaban : Teman	Jumlah : 1 orang
Jawaban : Melihat langsung pada suatu acara	Jumlah : 2 orang
Apakah pernah belajar <i>dance hip-hop</i> sebelumnya?	
Jawaban : Iya	Jumlah : 5 orang
Jawaban : Tidak	Jumlah : 2 orang

Penulis juga melakukan wawancara mendalam terhadap 7 responden yang menjawab memilih aliran *Hip-Hop*, untuk mengetahui alasan mereka mengapa mereka mengambil menari dengan aliran *Hip-Hop* dibandingkan dengan yang lainnya. Berikut adalah hasil wawancara mendalam terhadap 7 responden yang berminat kepada menari aliran *Hip-Hop*.

Tabel 4
Wawancara Mendalam Terhadap 7 Responden Yang Berminat Terhadap *Hip-Hop*

Mengapa memilih aliran <i>dance hip-hop</i> dibanding aliran yang lainnya ?
Responden 1 : terlihat keren kalau <i>Hip-Hop</i>
Responden 2 : karena <i>Hip-Hop</i> lagi booming
Responden 3 : terlihat lebih keren dan sporty
Responden 4 : gengsi kalau <i>modern dance</i>
Responden 5 : terlihat <i>powerfull</i>
melihat perlombaan menari lebih banyak diikuti oleh penari <i>Hip-Hop</i>
Responden 7 : karena yang sering dilombakan aliran <i>Hip-Hop</i>

Kesimpulan yang penulis tarik dari semua jawaban responden adalah jenis menari aliran *hip-hop* merupakan aliran menari yang sedang terkenal di kalangan anak muda. Dengan menari aliran *hip-hop*, mereka merasa lebih terlihat keren dan *sporty*. Menari aliran *hip-hop* pun lebih terlihat agresif dan *powerfull* dibandingkan dengan aliran menari lainnya.

Peluang (*opportunities*):

- Menari di Indonesia sebelumnya hanya sebagai kesenangan dan penyaluran hobi semata, sekarang sudah menjadi impian karier dan cita-cita anak muda yang menjanjikan.
- Maraknya lomba-lomba menari di Indonesia, dari sana maka semakin banyaknya juga masyarakat yang menunjukkan bakatnya dalam menari untuk mengikuti acara pencarian bakat.
- Minat anak-anak muda terhadap menari bergenre *Hip-Hop* baik dan menjanjikan.

Ancaman (*threat*):

- Menari *hip-hop* lebih menguras tenaga dan melelahkan dibandingkan jenis tarian lainnya sehingga memungkinkan untuk membuat cepat lelah dalam berlatih.

- Menari *hip-hop* memiliki banyak aturan serta *basic* sehingga banyak orang yang tidak begitu menyukai menari aliran *hip-hop*.
- Banyaknya sekolah menari yang ada disekitar tempat usaha yang menawarkan sekolah menari dan studio menari.
- Dengan banyaknya sekolah menari yang ada sehingga penentuan harga sangat sulit.

Dari 8 pesaing yang ada di daerah Kelapa Gading penulis menyimpulkan sekolah menari “*Marlupi Dance Center*” yang menjadi pesaing terberat dari “**SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO**” karena lokasinya berdekatan.

Kekuatan *Marlupi Dance Center*:

- Memiliki kualitas tempat sekolah menari yang bagus
- Sudah memiliki reputasi nama sekolah yang baik di kalangan daerah kelapa gading.
- Memiliki anak-anak didik yang sudah mengikuti bermacam perlombaan menari ternama di Indonesia.

Kelemahan *Marlupi Dance Center*:

- Tidak menyediakan tempat *performance* sebulan sekali.
- Tidak memiliki kelas khusus untuk anak-anak berkebutuhan khusus.
- Tidak memberikan sertifikat berstandar Internasional.

ANALISIS INTERNAL

Kekuatan (*strength*):

- Memiliki kurikulum menari *Hip-Hop* yang berstandar Internasional dan memberikan sertifikat berstandar internasional.
- Harga sekolah menari yang relatif lebih murah dan mendapatkan pengajaran yang setimpal serta tempat studio menari yang bagus dan nyaman untuk digunakan.
- Konsep sistem mengajar yang tidak mengijinkan banyak murid dalam satu kelas sehingga murid bisa lebih fokus dalam belajar.

- Menyediakan *performance* minimal sekali dalam sebulan di mal agar menghasilkan penari yang unggul serta profesional.
- Memiliki kelas untuk anak-anak berkebutuhan khusus.

Kelemahan (*weakness*):

Sulitnya mencari instruktur menari atau guru menari berstandar internasional yang mau berkomitmen mengajar karena mayoritas penari profesional tidak memiliki waktu tetap untuk bekerja sesuai dengan panggilan pekerjaan.

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan dari “**SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO**” adalah menerapkan sistem belajar mengajar yang memusatkan jenis menari *Hip Hop* serta memiliki kurikulum berstandar Internasional yang mengacu kepada *Royal Academy of Dance (RAD)* dan mengeluarkan sertifikat yang berstandar Internasional dari *Royal Academy of Dance (RAD)*.

RENCANA PEMASARAN

Segmentation, Targeting, Positioning

Menurut Kotler (2009), Segmentasi menentukan pentingnya penentuan pasar berdasarkan kondisi Geografis & Demografis. Berdasarkan pembagian segmentasi pasar, penulis membagi pasar dalam segi demografis. sebagai berikut :

1. Segmentasi demografis

a. Berdasarkan usia

Menurut Depkes RI (2009) dapat dibagi menjadi:

Masa kanak-kanak	: 5-11 tahun
Masa remaja awal	: 12-16 tahun
Masa remaja akhir	: 17-25 tahun
Masa dewasa awal	: 26-35 tahun
Masa dewasa akhir	: 36-45 tahun
Masa lansia awal	: 46-55 tahun
Masa lansia akhir	: 56-65 tahun
Masa manula	: > 65 tahun

b. Berdasarkan pendapatan

Menurut Renald Kasali dalam buku “Membidik Pasar Indonesia” (2009), pendapatan dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu;

Kelas A+ memiliki pendapatan > Rp.8.000.000 per bulan

Kelas A memiliki pendapatan Rp.6.000.000 – Rp.8.000.000 per bulan

Kelas B+ memiliki pendapatan Rp.4.000.000 – Rp.6.000.000 per bulan

Kelas B memiliki pendapatan Rp.700.000 – Rp.4.000.000 per bulan

Kelas C+ memiliki pendapatan Rp.300.000 – Rp.700.000 per bulan

Kelas C memiliki pendapatan < Rp.300.000 per bulan

2. Segmentasi psikografis

Penulis menentukan segmentasi psikografis berdasarkan tingkat ketertarikan tertentu terhadap menari. Penulis secara pribadi membagi menjadi 2 kelompok, yaitu;

- Amatir, terdiri dari amatir pemula, yaitu: kelompok yang hanya ingin mencoba apakah menari itu menarik dan menyenangkan atau tidak dan amatir penghobi, yaitu: kelompok yang menyukai akan menari dan yang selalu menyempatkan waktu senggang untuk berlatih menari. Tujuan utamanya hanya menghabiskan waktu luang dengan berlatih menari. Mereka tidak mencari uang atau penghasilan dengan menari.
- Professional, yaitu sekelompok orang yang menghabiskan waktunya untuk menari dan mata pencahariannya juga dari menari. Tujuan utama mereka menari adalah untuk mendapatkan uang untuk kehidupan karena menari sebagai satu-satunya penghasilan mereka.

Dilihat dari segmentasi pasar, yang menjadi target utama **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** adalah masyarakat dengan tingkat ketertarikan amatir penghobi dan professional yang berusia 5-25 tahun, yaitu dari masa kanak-kanak,

masa remaja awal dan akhir, juga yang memiliki penghasilan diatas Rp 4.000.000/bulan keatas dengan kategori B, B+,A, A+.

Positioning menurut Renald Kasali (2009) merupakan strategi komunikasi untuk memasuki jendela otak konsumen, agar produk/merek/nama anda mengandung arti tertentu yang dalam beberapa segi mencerminkan keunggulan terhadap produk/merek/nama lain dalam bentuk asosiatif. *Tagline* yang digunakan oleh **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** adalah *"BE A PROFESIONAL DANCER WHY NOT?"*. Moto atau *tagline* diatas mengartikan bahwa **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** merupakan sekolah menari yang mampu untuk menghasilkan penari-penari professional. **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** berupaya membuktikan bahwa menari yang sebelumnya hanya sebagai kesenangan dan penyaluran hobi semata, sekarang sudah menjadi impian karier dan cita-cita anak muda yang menjanjikan.

Strategi Bauran Pemasaran

Jasa (*service*)

1. Kelas biasa, yaitu kelas yang bersifat reguler dimana tidak ada murid yang membutuhkan kebutuhan khusus. Terdiri dari 7 tingkatan/*level* yaitu: *basic 1, basic 2, advance 1, advance 2, professional 1, professional 2, lanjutan.*
2. Kelas khusus, yaitu: kelas bagi anak-anak berkebutuhan khusus¹ dan akan mempelajari dasar *hip-hop* yang sederhana.

Harga (*price*)

Berikut harga yang ditawarkan:

Basic : Rp.400.000 per bulan

Advance : Rp.450.000 per bulan

Professional : Rp.500.000 per bulan

¹ Yang dimaksud dengan kelas khusus adalah kelas yang diperuntukan untuk anak-anak *autis* dan *downsyndrom*. Karena anak yang berkebutuhan khusus membutuhkan pengajaran yang melatih motorik dan perkembangan otak mereka. Kelas khusus memiliki target usia masa kanak-kanak yaitu 5-11 tahun.

Lanjutan : Rp. 500.000 per bulan

Kelas khusus : Rp. 600.000 per bulan

Tempat (*place*)

Lokasi **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** di Jl. Hibrida Raya PF 23 no. 8, Kelapa Gading.

Promosi (*promotion*)

Promosi dilakukan dengan berbagai cara, yaitu;

- Membuat banyak *workshop* menari/*open class* yang bersifat gratis.
- Dengan membagikan brosur-brosur di sekolah-sekolah swasta dan negeri di daerah Kelapa Gading dan sekitarnya.
- Sering mengadakan *performance* sehingga calon konsumen lainnya bisa melihat dan tertarik untuk ikut daftar sekolah menari.

Orang (*people*)

Kami memiliki guru menari yang berkualitas yang diambil dari lulusan sekolah menari ternama di Indonesia serta luar negeri dan yang sudah berpengalaman dalam mengajar menari serta memiliki standar sertifikat internasional. Setiap pengajar dan instruktur menari di **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** memiliki sertifikat yang berstandar *Royal Academy of Dance (RAD)*.

Proses (*process*)

Sekolah menari ini memiliki sistem yang sangat terstruktur sehingga memiliki *database* yang menyimpan informasi detail dari setiap murid. Dari *database* tersebut akan diaturkan jadwal kursusnya. **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** juga memiliki sistem yang memberikan *progress report* yang mencantumkan semua pembelajaran yang telah diraih oleh murid setiap bulannya.

Fisik (*physical evidence*)

"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO" memakai *parquet* kayu yang berstandar Internasional sehingga membuat kaki nyaman pada saat menari dan tidak sakit pada saat terjatuh. Memiliki *full* kaca disemua dinding studio menari ini dan memiliki *sound system* yang bagus dan memiliki standar minimal 800 *Watt*.

Tempat yang bersih, teratur dan disusun rapi akan membuat murid serta orang tua merasa nyaman dan terpercaya oleh konsumen.

RENCANA OPERASIONAL

Tahapan Pra-Operasional

1. *Set up* perusahaan

- Merenovasi ruangan kosong untuk dijadikan ruangan menari serta menyiapkan *sound system* untuk mengajar dan fasilitas serta peralatan penunjang.
- Merekrut guru yang akan mengajar serta karyawan lainnya.
- Merencanakan program/kurikulum yang akan digunakan dalam proses belajar mengajar di **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"**.

2. *Set up* fasilitas, peralatan dan perlengkapan. Berkaitan dengan kegiatan mempersiapkan peralatan dan perlengkapan tempat usaha

3. *Launching*. Dalam acara tersebut akan diadakan *workshop* menari, serta seminar mengenai menari.

Kegiatan Operasional

Kegiatan operasional dari usaha ini adalah hari buka sekolah menari serta studio ini dari hari Senin sampai Jumat dengan jam buka dari pukul 08:00 sampai pukul 20:00 sedangkan untuk hari Sabtu dari pukul 07:00 sampai pukul 20:00. Kami memiliki ukuran gedung 13x10 m² dan memiliki ukuran ruangan 8x10 m² dan ruang studio yang berkapasitas maksimal 10 murid serta ruang tunggu maksimal 15 orang.

RENCANA SUMBER DAYA

MANUSIA

"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO" memiliki 4 instruktur atau pengajar, 1 orang yang bekerja sebagai *counter*, dan 1 orang bekerja sebagai *cleaning service*. Berikut uraian tugas dari masing-masing:

1. Pemilik

- Mempertahankan jalannya perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

- Melakukan kerjasama dengan pihak mal dan *Event Organization (EO)*
 - Melakukan pengawasan secara keseluruhan di sekolah menari ini
2. Instruktur/pengajar
 - Mengajarkan tentang menari sesuai dan mengikuti kurikulum yang ada
 - Mengajar dan melatih dengan baik dan benar
 - Menjaga murid agar tidak ada yang kecewa dan keluar
 3. *Counter*
 - Menyambut murid dan orang tuanya/pengantar dengan ramah
 - Mengurus bagian pembayaran
 - Berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang tua murid
 - Mengingatkan kembali kepada semua orang tua murid untuk masalah pembayaran ataupun ada berita apapun
 4. *Cleaning Service*
 - Membersihkan ruangan sebelum dan sesudah ruangan dipakai kegiatan belajar mengajar atau penyewaan studio.
 - Membuka di pagi hari dan menutup studio menari pada malam hari.

Berdasarkan penjelasan mengenai spesifikasi pekerjaan diatas maka **'SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO'** mempunyai beberapa kriteria untuk seleksi dan rekrutmen, sebagai berikut:

1. Instruktur/pengajar
 - Fasih berbahasa inggris dengan minimal *toefl* 450.
 - Memiliki sertifikasi *Royal Academy of Dance (RAD)*.
 - Usia maksimal 30 tahun.
 - Memiliki pengalaman dalam mengikuti lomba tingkat nasional dan Asia dan sudah berpengalaman dalam bidangnya.
 - Memiliki pengalaman mengajar murid dan bisa memahami karakteristik murid.
2. *Counter*
 - Fasih berbahasa Inggris

- Minimal pendidikan SMA dengan usia maksimal 35 tahun.
- Mampu dan mengerti dalam membuat pembukuan

3. *Cleaning Service*

- Pria dengan usia maksimal 25 tahun.
- Mau bekerja keras dan rajin.

Untuk kompensasi, instruktur akan mendapatkan kompensasi berdasarkan banyaknya murid yang diajarnya. Sedangkan untuk staf lainnya akan mendapatkan kompensasi bulanan. Selain itu karyawan juga berhak atas tunjangan hari raya.

Setiap sebulan sekali yaitu di akhir bulan, pemilik dan karyawan akan melakukan rapat bersama untuk mengevaluasi kekurangan apa saja yang perlu diperbaiki serta ditingkatkan.

RENCANA INOVASI

Inovasi yang dirancang untuk dilakukan adalah membuat *franchise* sekolah menari **'SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO'** dan membuka toko perlengkapan menari. Dengan membuat *franchise* sekolah menari ini maka dapat lebih menyebarluaskan keinginan belajar menari kepada semua kalangan dan tempat.

RENCANA KEUANGAN

Investasi awal sebesar Rp.194.530.000. Proyeksi pendapatan per bulan Rp.78.400.000. Dengan biaya variabel sebesar 48,5% dan biaya tetap per bulan sebesar Rp.6.450.000, maka perkiraan laba operasional per bulan sebesar Rp.33.950.000. Adapun *payback period* diperkirakan tercapai selama 6 bulan. Kemudian *break event point (BEP)* tercapai pada pendapatan per bulan Rp.12.516.980 atau sebanyak 27 murid.

KESIMPULAN

Bisnis sekolah menari sendiri adalah bisnis yang paling diminati dan berkembang pesat sekarang ini, serta dapat dilakukan oleh siapa saja dari skala kecil sampai skala besar. Peluang pasar ini yang

ditangkap oleh **"SWAG DANCE SCHOOL & STUDIO"** sebagai sekolah menari khusus aliran *Hip-Hop*. Kendati cukup banyak pesaing namun bisnis ini masih berpotensi karena peluang pasar masih sangat terbuka lebar.

Kotler, P., Kevin, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Kasali, Rhenald. 2009. *Membidik pasar Indonesia*. Jakarta : Gramedia Pustaka

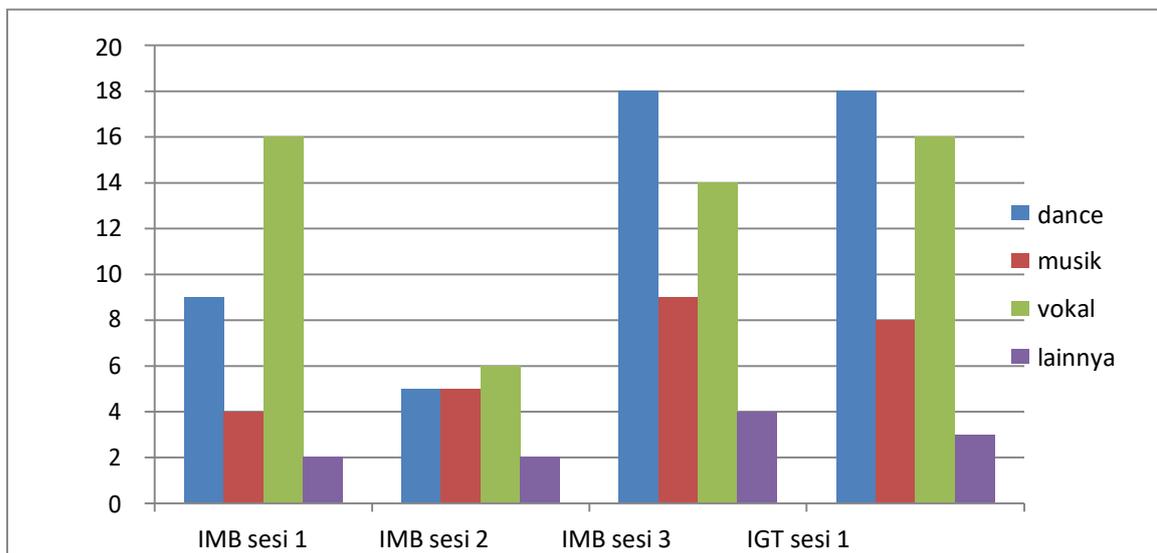
Sumber Internet :

www.wikipedia.com

www.IMDB.com

www.depkes.go.id

Gambar 2
Grafik IMB sesi 1-3 tahun 2011-2013 dan IGT tahun 2010



Sumber : Wikipedia