

Strategi Pengelolaan Mila *Art Dance School*

Irma Indriyani

Institut Seni Indonesia Yogyakarta

E-mail: mimasoo370@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan Mila *Art Dance School*, di mana Mila *Art Dance School* ini merupakan salah satu sanggar tari yang namanya cukup terkenal di Yogyakarta. Mila *Art Dance School* sendiri didirikan oleh salah satu seniman tari muda di Yogyakarta yaitu Mila Rosinta Totoatmojo. Mila *Art Dance School* berdiri pada tahun 2015 dan masih beroperasi hingga sekarang bahkan saat ini semakin banyak peminat untuk menjadi konsumen di Mila *Art Dance School*. Dalam kurun waktu 4 tahun, Mila *Art Dance School* bisa meluluskan 854 siswa. Metode yang digunakan pada penelitian kali ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan data primer. Untuk mengoptimalkan strategi pengelolaan yang dapat membantu Mila *Art Dance School* lebih berkembang dan dapat terus bersaing dengan pangsa pasar lainnya maka, pada penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) untuk menganalisis faktor internal dan eksternal, agar Mila *Art Dance School* dapat meraih kesuksesan di masa mendatang. Dari hasil analisis SWOT, Mila *Art Dance School* saat ini menunjukkan pada posisi kuadran eksponsif sehingga diperlukan strategi yang berupa penggunaan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman. Posisi tersebut mengarah pada strategi ST, di mana Mila *Art Dance School* harus menambah dan memperbanyak kelas tari sesuai dengan keinginan konsumen, menjaring staf pengajar agar dapat bekerja lebih kreatif dan inovatif sehingga konsumen dapat menumbuhkan keinginan untuk memulai karir di bidang tari, memperbaharui sistem pembelajaran, menambahkan beberapa fasilitas yang dapat menunjang proses pembelajaran, dan menawarkan kepada konsumen tentang jaringan yang luas di bidang tari.

Kata Kunci: strategi pengelolaan, key person, analisis SWOT

Mila Art Dance School Management Strategy

ABSTRACT

This study aims to analyze the management strategy of Mila art dance school, where Mila art dance school is a dance studio whose name is quite well known in Yogyakarta. Mila art dance school itself was founded by one of the young dance artists in Yogyakarta, Mila Rosinta Totoatmojo. Mila art dance school was founded in 2015 and is still operating to this day, and even now there are more interested parties to become consumers at Mila art dance school. Within 4 years Mila art dance school could graduate 854 students. The method used in this research is qualitative descriptive with primary data collection techniques. To optimize the management strategy that can help Mila art dance school develop and can continue to compete with other market share, this study uses SWOT analysis techniques (strengths, weaknesses, opportunities, threats) to analyze internal and external factors of Mila art dance school to achieve success in the future. From the results of the analysis of S.W.O.T Mila art dance school currently shows an exponential quadrant position so it requires a strategy in the form of using each force to deal faithfully with threats. This position leads to the ST strategy where Mila art dance school must add and multiply dance classes by the wishes of consumers, recruit teaching staff to work more creatively and innovatively so that consumers can grow up to start a career in dance, renew the learning system, add several facilities which can support the learning process, and offer consumers a broad network of dance.

Keywords: management strategy, key person, SWOT analysis

PENDAHULUAN

Mila Art Dance School atau biasa disingkat dengan nama *MAD School* merupakan lembaga kursus tari pertama di Yogyakarta yang memiliki beragam pilihan kelas, baik tari tradisional, modern, maupun kontemporer. Dengan sistem pembelajaran efektif, tim pengajar, berkompeten, dan fasilitas memadai, *MAD School* menjadi tempat bagi siapapun yang ingin mendalami pengetahuan di bidang tari, baik tradisi, kreasi, modern, maupun kontemporer. Selain itu, *MAD School* juga menerapkan kurikulum yang sistematis dan terstruktur.

MAD School didirikan oleh salah satu seniman tari muda di Yogyakarta yaitu Mila Rosinta Totoatmojo yang berdiri sejak tahun 2015. Bergerak di bidang jasa pembelajaran tari, *MAD School* tentunya harus menerapkan strategi pemasaran agar dapat membantu perkembangan *MAD School* dalam jangka panjang, dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman, dan dapat memecahkan masalah eksternal ataupun internal. Dalam memecahkan masalah tersebut tentunya perlu penelitian yang mendalam, baik dari dalam atau dari luar perusahaan. Hal ini dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan, maupun mengidentifikasi faktor-faktor peluang dan ancaman yang berasal dari luar perusahaan.

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat terutama dalam menghadapi pasar global tentunya suatu perusahaan harus bisa menetapkan metode SWOT sebagai landasan dasar perumusan strategi pemasaran. Hal ini dapat membantu meningkatkan nilai daya saing bagi produk atau jasa yang ditawarkan maka, strategi ini perlu menggunakan metode SWOT sebagai metode utama dalam penelitian ini karena metode SWOT dapat menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mengoptimalkan usaha untuk meraih kesuksesan. Adapun faktor-faktor internal dan eksternal dalam istilah S.W.O.T yaitu: *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (kesempatan atau peluang), dan *Threats* (ancaman).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif agar diperoleh deskripsi atau gambaran yang jelas dari kondisi dan proses pengelolaan yang saat ini sedang dilakukan oleh *Mila Art Dance School*.

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Yogyakarta tepatnya di Jalan Kaliurang km 5.2, Karangwuni Blok D No. 3B RT. 04 RW. 02, Kelurahan Catur Tunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 30 April 2019.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan data primer di mana data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung di lapangan melalui observasi dan wawancara. Metode wawancara yang dilakukan menggunakan wawancara tidak terstruktur agar peneliti dapat bertanya pada narasumber lebih santai dan topik pembahasannya dapat mengalir secara spontan tanpa ada batasan. Wawancara ini dilakukan agar mendapatkan data yang lebih akurat mengenai *Mila Art Dance School*.

3. Teknik Analisis

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT di mana metode ini dapat membantu melihat strategi apa saja yang saat ini sedang digunakan oleh *Mila Art Dance School* dan membantu *MAD School* untuk melihat peluang dan lebih meningkatkan strategi agar *MAD School* lebih berkembang lagi di masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Matriks SWOT

Setelah diidentifikasi hasil dari faktor internal dan faktor eksternal, kemudian dibuatkan ke dalam diagram analisis SWOT pada Tabel 1 yang didapat dari matriks IFAS dan matrik EFAS. Data yang dimasukkan yaitu total dari perkalian antara (rating x bobot). Berikut gambaran dari tahapan pencocokan yang digunakan matriks SWOT.

Tabel 1. Hasil Analisis Matrik IFE Mila Art Dance School

No	Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Nilai
Kekuatan				
A	Menjadi sanggar tari pertama di Yogyakarta yang memiliki sistem pembelajaran yang sistematis.	0,125	3,666	0,458
B	Membuka banyak kelas tari.	0,133	3,666	0,487
C	Memiliki fasilitas yang memadai.	0,130	3,333	0,433
D	Memiliki tenaga kerja yang muda, kreatif, dan berprestasi.	0,120	3,333	0,399
E	<i>Monitoring</i> dalam memulai karir di bidang tari.	0,120	3,666	0,439
F	Mendapatkan jaringan yang luas di bidang tari.	0,123	3,000	0,369
			Total Nilai Kekuatan	2,585
Kelemahan				
E	Sumber daya manusianya masih kurang banyak.	0,123	2,666	0,327
H	Program sekolah masih kurang banyak dan belum rutin diadakan (<i>workshop</i> , eksplorasi, studi banding, dll)	0,123	2,000	0,246
			Total Nilai Kelemahan	0,572
Total kekuatan dan kelemahan		1,000	-	3,158

Pada Tabel 1 tersebut, hasil analisis matriks IFE yaitu nilai tertinggi adalah “*membuka banyak kelas tari*” yaitu sebesar **0,487**, sedangkan yang terendah adalah “*program sekolah masih kurang banyak dan belum rutin diadakan (workshop, eksplorasi, study banding, dll)*” sebesar **0,246**; “*wadah yang tepat bagi siapa saja yang ingin belajar dan mendalami ilmu tari*” sebesar **0,513**, sedangkan yang terendah adalah “*bermunculan sanggar-sanggar tari yang memiliki kesamaan kelas*” sebesar **0,386**.

Tabel 2. Hasil Analisis Matriks EFE Mila Art Dance School

No	Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Nilai
Peluang				
A	Menjadi sanggar tari pertama di Yogyakarta yang memiliki sistem pembelajaran yang sistematis.	0,145	3,333	0,483
B	Menjadi wadah yang tepat bagi siapa saja yang ingin belajar dan mendalami ilmu tari.	0,154	3,333	0,513
C	Peluang kerja bagi para seniman tari.	0,140	3,333	0,466
D	Menjadi rumah seni yang bisa menampung segala jenis pertunjukan tari, baik tari klasik, modern, atau kontemporer.	0,140	3,333	0,466
E	Semakin banyak minat masyarakat yang ingin belajar tari.	0,138	3,333	0,459
Total Nilai Peluang				2,387
Ancaman				
F	Bermunculan sanggar-sanggar tari yang memiliki kesamaan kelas.	0,145	2,666	0,386
G	Persaingan yang ketat dalam merekrut tenaga pengajar.	0,140	3,333	0,466
Total Nilai Ancaman				0,852
Total peluang dan ancaman		1,000	-	3,239

Pada Tabel 2, hasil analisis matriks EFE yang tertinggi yaitu “*menjadi wadah yang tepat bagi siapa saja yang ingin belajar dan mendalami ilmu tari*” sebesar **0,513**, sedangkan yang terendah adalah “*bermunculan sanggar-sanggar tari yang memiliki kesamaan kelas*” sebesar **0,386**.

a. Tahapan Pencocokan Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal)

Tahap ini merupakan tahap pencocokan dengan memasukkan hasil pembobotan dan peringkat pada matriks EFE dan IFE ke dalam matriks IE. Total nilai tertimbang pada matriks EFE dan IFE akan berada pada kisaran 1,0 (terendah) hingga 4,0 (tertinggi), dengan nilai rata-rata 2,5.

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh hasil IFE sebesar **3,158** dan EFE sebesar **3,239**. Angka tersebut selanjutnya dapat menggambarkan posisi Mila Art Dance School melalui Matriks IE.

Tabel 3. Matrik IE Mila Art Dance School
Total Skor IFE

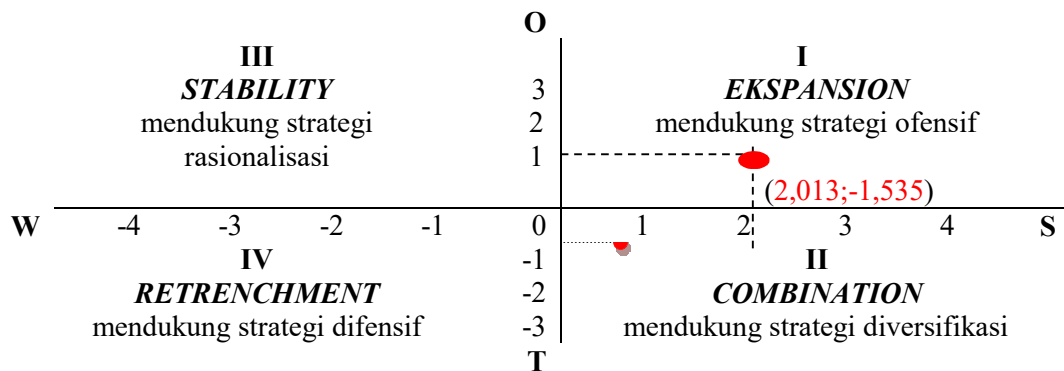
Total Skor EFE	4.0	3.0	2.0	1.0
	3.0	I	II	III
	2.0	IV	V	VI
	1.0	VII	VIII	IX

Posisi Mila Art Dance School melalui matriks IE menunjukkan *Growth and Build* (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi I, strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).

1. Kuadran Analisis SWOT

Untuk kuadran analisis SWOT Mila Art Dance School dihitung berdasarkan berikut:

- **Nilai Faktor Internal** = Kekuatan - Kelemahan
= **2,585 - 0,572**
= 2, 013
- **Nilai Faktor Eksternal** = Peluang – Ancaman
= **2,387 – 0,852**
= 1,535



Gambar 1. Kuadran analisis SWOT Mila Art Dance School

Kuadran Analisis SWOT Mila Art Dance School menunjukkan posisinya berada pada kuadran II sehingga diperlukan pemilihan strategi yang berupa penggunaan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan diversifikasi untuk menciptakan peluang. Selanjutnya adalah perumusan strategi-strategi melalui matriks SWOT yang diperoleh dengan

memasang faktor-faktor eksternal dengan faktor-faktor internal. Dalam matriks SWOT diperlihatkan kesesuaian antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

2. Matriks SWOT

Berdasarkan hasil kuadran analisis SWOT Mila Art Dance School menunjukkan posisinya berada pada kuadran I yaitu *Ekspansion* yang mendukung strategi ofensif. Selanjutnya, perlu dirumuskan alternatif-alternatif strategi menggunakan matriks SWOT untuk mendukung keputusan dari hasil analisis kuadran SWOT. Perumusan strategi-strategi melalui matriks SWOT adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Alternatif Mila Art Dance School dalam Matriks SWOT

Faktor Internal	<p style="text-align: center;">Strong (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki sistem pembelajaran yang sistematis (silabus). - Membuka banyak kelas tari. - Memiliki fasilitas yang memadai. - Memiliki tenaga kerja yang muda, kreatif, dan berprestasi. - <i>Monitoring</i> dalam memulai karir di bidang tari. - Mendapatkan jaringan yang luas di bidang tari. 	<p style="text-align: center;">Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sumber daya manusianya masih kurang banyak. - Program sekolah masih kurang banyak dan belum rutin diadakan (<i>workshop</i>, eksplorasi, studi banding, dll).
Faktor Eksternal	<p style="text-align: center;">SO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memasarkan dengan gencar kepada masyarakat luas tentang Mila Art Dance School yang memiliki sistem pembelajaran sistematis yang diajarkan oleh staf pengajar yang berprestasi, kreatif, dan inovatif agar Mila Art Dance School menjadi sanggar pertama di Yogyakarta yang memiliki sistem pembelajaran sistematis dan menjadi wadah yang tepat bagi siapa saja yang ingin memperdalam ilmu tari. (S1, S4, O1, O3) - Menawarkan banyak kelas tari kepada konsumen, dengan fasilitas yang dapat mendukung proses pembelajaran agar minat masyarakat terhadap tari semakin banyak dan masyarakat bisa memulai karir di bidang tari. (S2, S3, S5, O4) 	<p style="text-align: center;">WO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pelatihan kepada staf pengajar tentang metode pembelajaran yang dapat disampaikan secara sistematis dan merencanakan program sekolah yang dapat mendukung proses pembelajaran dengan cara membuat rumah seni untuk menampung segala jenis pertunjukan tari agar para siswa mendapatkan wawasan yang baru tentang tari. (W1, O1, W2, O3) - Memperbanyak program sekolah dengan cara mengundang seniman tari untuk memberikan sosialisasi atau pembelajaran tentang tari terhadap masyarakat luas agar Mila Art Dance School dapat menjadi wadah yang tepat bagi masyarakat untuk belajar memperdalam ilmu tari. (W2, O3, O1, O2)
Opportunity (O)		
<ul style="list-style-type: none"> - Menjadi sanggar tari pertama di Yogyakarta yang memiliki sistem pembelajaran yang sistematis. - Menjadi wadah yang tepat bagi siapa saja yang ingin belajar dan mendalami ilmu tari. - Peluang kerja bagi para seniman tari. - Menjadi rumah seni yang bisa menampung segala jenis pertunjukan tari, baik tari klasik, modern, atau kontemporer. - Semakin banyak minat masyarakat yang ingin belajar tari. 		

Threat (T)	ST	WT
<ul style="list-style-type: none"> - Bermunculan sanggar-sanggar tari yang memiliki kesamaan kelas. - Persaingan yang ketat dalam merekrut tenaga pengajar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah dan memperbanyak kelas tari sesuai dengan keinginan konsumen, menjangkau staf pengajar agar dapat bekerja lebih kreatif dan inovatif sehingga dapat menumbuhkan keinginan konsumen untuk memulai karir di bidang tari. (S2, T1, S4, S5, T2) - Memperbaharui sistem pembelajaran dengan metode yang lebih kreatif dan inovatif dengan menambahkan beberapa fasilitas yang dapat menunjang proses pembelajaran dan menawarkan kepada konsumen tentang jaringan yang luas di bidang tari. (S1, S4, T1, S3, S6) 	<ul style="list-style-type: none"> - Perlu pembaharuan dan pengembangan dalam sistem pembelajaran dan penjangkauan karyawan. (W1, W2, T1, T2)

a. Tahapan Keputusan

Hasil Matriks SWOT memberikan beberapa alternatif strategi, yaitu:

- SO : 1. Memasarkan dengan gencar kepada masyarakat luas tentang Mila *Art Dance School* yang memiliki sistem pembelajaran sistematis yang diajarkan oleh staf pengajar yang berprestasi, kreatif, dan inovatif agar Mila *Art Dance School* menjadi sanggar pertama di Yogyakarta memiliki sistem pembelajaran yang sistematis dan menjadi wadah yang tepat bagi siapa saja yang ingin memperdalam ilmu tari.
2. Menawarkan banyak kelas tari kepada konsumen dengan fasilitas yang dapat mendukung proses pembelajaran agar minat masyarakat terhadap tari semakin banyak dan masyarakat bisa memulai karir di bidang tari.
- WO : 1. Memberikan pelatihan kepada staf pengajar tentang metode pembelajaran yang dapat disampaikan secara sistematis dan merencanakan program sekolah yang dapat mendukung proses pembelajaran dengan cara membuat rumah seni untuk menampung segala jenis pertunjukan tari agar para siswa mendapatkan wawasan yang baru tentang tari.
2. Memperbanyak program sekolah dengan cara mengundang seniman tari untuk memberikan sosialisasi atau pembelajaran tentang tari terhadap masyarakat luas agar Mila *Art Dance School* dapat menjadi wadah yang tepat bagi masyarakat untuk belajar memperdalam ilmu tari.

- ST : 1. Menambah dan memperbanyak kelas tari sesuai dengan keinginan konsumen, menjaring staf pengajar agar dapat bekerja lebih kreatif dan inovatif sehingga dapat menumbuhkan keinginan konsumen untuk memulai karir di bidang tari.
2. Memperbaharui sistem pembelajaran dengan metode yang lebih kreatif dan inovatif dengan menambahkan beberapa fasilitas yang dapat menunjang proses pembelajaran dan menawarkan kepada konsumen tentang jaringan yang luas di bidang tari.
- WT : 1. Perlu pengembangan dan pembaharuan dalam sistem pembelajaran dan penjaringan karyawan.

- **Tahap keputusan berdasarkan matriks IE.**

Posisi Mila Art Dance School melalui matriks IE menunjukkan **Growth and Build** (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi I. Strategi yang cocok adalah **intensif** (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) dengan penjelasan sebagai berikut:

- Penetrasi Pasar: menawarkan banyak kelas tari kepada konsumen dengan fasilitas yang dapat mendukung proses pembelajaran agar minat masyarakat terhadap tari semakin banyak dan masyarakat bisa memulai karir di bidang tari.
- Pengembangan Pasar: memperbanyak program sekolah dengan cara mengundang seniman tari untuk memberikan sosialisasi atau pembelajaran tentang tari terhadap masyarakat luas agar Mila Art Dance School dapat menjadi wadah yang tepat bagi masyarakat untuk belajar memperdalam ilmu tari.
- Pengembangan Produk: memperbaharui sistem pembelajaran dengan metode yang lebih kreatif dan inovatif dengan menambahkan beberapa fasilitas yang dapat menunjang proses pembelajaran dan menawarkan kepada konsumen tentang jaringan yang luas di bidang tari.

- **Tahap keputusan berdasarkan kuadran analisis SWOT.**

Kuadran analisis SWOT Mila Art Dance School menunjukkan posisinya berada pada kuadran I, **Ekspansion** sehingga diperlukan pemilihan strategi yang berupa penggunaan setiap **kekuatan** untuk menghadapi setiap **ancaman**. Posisi tersebut mengarah pada strategi ST yaitu:

1. Menambah dan memperbanyak kelas tari sesuai dengan keinginan konsumen, menjaring staf pengajar agar dapat bekerja lebih kreatif dan inovatif sehingga dapat menumbuhkan keinginan konsumen untuk memulai karir di bidang tari.
2. Memperbaharui sistem pembelajaran dengan metode yang lebih kreatif dan inovatif dengan menambahkan beberapa fasilitas yang dapat menunjang proses pembelajaran dan menawarkan kepada konsumen tentang jaringan yang luas di bidang tari.

b. Strategi generik dan variasi strategi saat ini.

Strategi generik dan variasi strategi apa yang semestinya dijalankan oleh Mila Art Dance School? Berdasarkan hasil analisis matriks IE dan kuadran SWOT, maka strategi generik dan variasi strategi sebagai berikut:

1. Strategi generik yaitu *Ekspansion* yang mendukung strategi ofensif. Dilihat dari hasil analisis matriks IE, posisi Mila Art Dance School menunjukkan **Growth and Build** (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi I. Variasi strategi yang cocok adalah **Intensif atau Integrasi**. Sedangkan menurut hasil kuadran SWOT posisi usahanya berada pada kuadran I, yaitu strategi generik *ekspansion*. Oleh karena itu, dalam usaha ini strategi generik yang akan digunakan adalah *Ekspansion*. Untuk variasi strategi yang akan digunakan adalah ofensif (variasi strategi kuadran SWOT) dan Intensif (variasi strategi dari matriks IE).
2. Variasi strategi yang digunakan adalah diversifikasi dan intensif yaitu sebagai berikut:
 - a) Diversifikasi konsentrik; konsentrik yaitu menambah produk baru yang saling berhubungan untuk pasar yang sama.
 - b) Intensif antara lain sebagai berikut:
 - Penetrasi Pasar: menawarkan banyak kelas tari kepada konsumen dengan fasilitas yang dapat mendukung proses pembelajaran agar minat masyarakat terhadap tari semakin banyak dan masyarakat bisa memulai karir di bidang tari.
 - Pengembangan Pasar: memperbanyak program sekolah dengan cara mengundang seniman tari untuk memberikan sosialisasi atau pembelajaran tentang tari terhadap masyarakat luas agar Mila Art Dance School dapat menjadi wadah yang tepat bagi masyarakat untuk belajar memperdalam ilmu tari.
 - Pengembangan Produk: memperbaharui sistem pembelajaran dengan metode yang lebih kreatif dan inovatif dengan menambahkan beberapa fasilitas yang dapat menunjang proses pembelajaran dan menawarkan kepada konsumen tentang jaringan yang luas di bidang tari.

c. Strategi generik dan variasi strategi yang akan datang (3-5 tahun).

- Strategi generik

Untuk 3 sampai 5 tahun mendatang strategi generik sebenarnya sangat susah ditentukan tanpa studi kelayakan bisnis. Sangat penting untuk melihat perkembangan usaha sejauhmana dalam 2 tahun ke depan ini. Jika strategi yang dihasilkan berdasarkan analisis SWOT diterapkan dan berjalan dengan baik maka, selanjutnya strategi generik yang bisa digunakan adalah fokus konsumen. Fokus konsumen dalam arti ini tidak perlu lagi gencar untuk menambah produk dan

memperbanyak program sekolah, karena sudah pasti *Mila Art Dance School* ini sudah memiliki banyak jenis produk dan jaringan kerja sama. Maka, untuk 3 sampai 5 tahun mendatang, *Mila Art Dance School* perlu fokus pada konsumen untuk menjaga hubungan usaha dapat berjalan dengan baik dan lancar.

- **Variasi strategi**

Variasi Strategi yang dapat diterapkan untuk 3 sampai 5 tahun mendatang adalah sebagai berikut (dilihat dari Strategi Generik Fokus Konsumen).

1. Pengembangan pasar (*market development*) yaitu meningkatkan pangsa pasar dengan membuat penawaran kelas yang memiliki metode pembelajaran yang baru secara terus-menerus dan berulang-ulang. Dengan demikian, konsumen tidak hanya dari mahasiswa atau pelajar saja, namun bisa merambah pada konsumen kelas atas yang mau ikut belajar tari di *Mila Art Dance School*.
2. Pengembangan produk yaitu meningkatkan kualitas produk/jasa dan menjaga stabilitas keberlanjutan produk/jasa itu sendiri.

d. Implementasi Strategi

Tujuan dari implementasi strategi adalah untuk mencapai apa yang ingin dicapai oleh organisasi untuk masa tertentu. Tujuan-tujuan tersebut tentu ada rentang waktunya yaitu jangka panjang, menengah, dan pendek. Setelah didapatkan tujuan yang ingin dicapai maka selanjutnya merumuskan alternatif strategi-strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Untuk *Mila Art Dance School* tujuan jangka pendek dan alternatif strategi sebagai berikut:

- Tujuan Jangka Pendek
 1. Dalam 1 hingga 2 minggu sistem pembelajaran dapat diperbaharui.
 2. Dalam 1 bulan mendapatkan konsumen sebanyak 3 sampai 4 orang.
 3. Dalam 1 minggu rancangan program sekolah harus sudah terlaksanakan.
- Alternatif Strategi
 1. Diversifikasi konsentrik yaitu menambah produk baru yang saling berhubungan untuk pasar yang sama.
 2. Penetrasi pasar: memasarkan dengan gencar produk berkualitas dan berkelanjutan dengan menggunakan media sosial.
 3. Pengembangan pasar: menambah dan memperluas jaringan kerja sama untuk membuka pangsa pasar baru.
 4. Pengembangan produk: mengembangkan jenis produk yang sudah ada dan meningkatkan pelayanan.

Setelah didapatkan alternatif-alternatif strategi tersebut maka dapat dirumuskan ke dalam tahapan implementasi strategi sebagai berikut.

Strategi:	Seperti yang sudah diuraikan pada bagian b di atas.
Tujuan jangka pendek yang dicapai:	Seperti yang sudah diuraikan pada bagian a di atas.
<i>Skill</i> :	Untuk menerapkan strategi tersebut maka, diperlukan kompetensi komunikasi, analisis kebutuhan jasa belajar, dan mengajar tari maupun properti atau kebutuhan yang menunjang pembelajaran dan mudah bersosialisasi.
Nilai Bersama:	Nilai bersama yang dijunjung oleh <i>Mila Art Dance School</i> adalah membuat wadah berkesenian bagi siapa saja yang ingin belajar dan mendalami ilmu tari hingga kapanpun tanpa terkecuali.
Staf:	Untuk menjalankan strategi tersebut maka dibutuhkan SDM yang memahami dengan baik tentang pengelolaan <i>Mila Art Dance School</i> dalam hal pemasaran ataupun strategi pemasarannya dan harus mengetahui metode pembelajaran seperti apa yang diajarkan oleh staf pengajar kepada murid-muridnya, dengan demikian SDM tersebut perlu dilatih dan dikembangkan.
Gaya:	Gaya manajemen yang harus dilakukan adalah gaya manajemen <i>the analytical</i> yaitu orientasi pada hasil dan rencana/tujuan bisa tercapai dengan melakukan pendekatan analisis yang masuk akal.
Sistem:	Untuk sistem sendiri sebenarnya yang selama ini dilakukan oleh <i>Mila Art Dance School</i> sudah cukup baik dan sudah mampu untuk menjalankan strategi ini. Untuk administrasi keluar masuknya uang perusahaan juga sudah tercatat dengan baik. Tetapi dalam hal manajemen masih banyak sekali yang harus diperbaiki terutama untuk penambahan SDM, baik staf pengajarnya atau staf di bagian kantornya.
Struktur:	Pada <i>Mila Art Dance School</i> terdapat 5 struktur utama yaitu Kepala Sekolah, <i>Marketing</i> , Administrasi, Kesiswaan, dan Pengajar. Untuk mencapai strategi ini sebaiknya untuk struktur organisasi <i>Mila Art Dance School</i> menambahkan divisi pemasaran, <i>design concepthor</i> , dan <i>research & development</i> .

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis matriks IE (*Internal-Eksternal*) dan kuadran SWOT maka, dapat disimpulkan strategi usaha untuk Mila Art Dance School sebagai berikut.

Startegi Generik	<i>Expansion</i>
Variasi Strategi	<ol style="list-style-type: none">1. Diversifikasi Konsentrik yaitu menambah produk baru yang saling berhubungan untuk pasar yang sama.2. Penetrasi Pasar yaitu memasarkan dengan gencar produk berkualitas dan berkelanjutan dengan menggunakan media sosial.3. Pengembangan Pasar yaitu menambah dan memperluas jaringan kerja sama dengan supplier dan manajer-manajer perusahaan untuk membuka pangsa pasar baru.4. Pengembangan Produk yaitu menambah produk/jasa yang inovatif dan berkualitas.

Saran

1. SWOT dalam penelitian ini tidak semuanya mengandung 4 pilar utama yaitu produksi/operasi, SDM, Pemasaran, dan Keuangan. Disarankan untuk ke depannya setiap unsur dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman mengandung analisis dari 4 pilar tersebut.
2. Untuk penyusunan strategi berikutnya dapat menggunakan analisis strategi yang berbeda seperti BCG, Five Porter, dll.

KEPUSTAKAAN

- Almutahar.A.M, Sutjipto D. O, & Sukandar. (2013). Analisis Strategi Pengelolaan Pelabuhan Perikanan Pantai Sungai Rengas Kabupaten Kubu Raya-Kalimantan Barat. *PSPK Student Journal*, 1 (1), 1–10.
- Ardiyasa, I. P. (2017). Strategi Pengelolaan Sanggar Seni Anacaraka dalam Mewadahi Bakat Anak-anak di Pegunungan Kintamani Bali. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 1(2), 31–45. <https://doi.org/10.24821/jtks.v1i2.1639>
- Baroto, T., & Purbohadiningrat, C. (2014). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Ppob Kipo Menggunakan Analisis Swot Dan Qspm. *Jurnal Teknik Industri*, 15(1), 88. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol15.no1.88-102>
- Bismala, L., & Handayani, S. (2014). Model manajemen umkm berbasis analisis swot. *Prosiding Seminar Nasional*, 437–446.
- Kotler, P., & Armstrong, Gery. 2011. *Marketing an Introduction*, 10th Edition. Indoneisa: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, Gery. 2014. *Principle of Marketing*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management 14e Edition*. New Jersey: Person Education, Inc.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Pardede, F. R. E. P., & Suryawan, I. B. (2016). Strategi Pengelolaan Kabupaten Samosir sebagai Daya Tarik Wisata Alam di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2016.v04.i01.p03>
- Putong, I. (2003). Teknik Pemanfaatan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri (A-SWOT-TSI). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(8), 65–71. http://repository.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/491/1/PUTONG_65-71.pdf
- Rokhimawan, M. A. (2015). Analisis SWOT Kurikulum Prodi Pgmi Menyongsong Pembangunan Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta 2038 yang Bervisi Integrasi-Interkonektif. *AL-BIDAYAH: Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 7 (1), 1–16.
- Sedarmayanti. (2012). *Manajemen dan Komponen Terkait Lainnya*. Bandung: Refika Aditama.
- Solomon, Michael R. (2013). *Consumer Behaviour*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sri Wahyuningsih. (2012). Analisis SWOT untuk Penentuan Strategi Optimalisasi. *Buletin Pos dan Telekomunikasi*, 10 (4), 289–304.
- Srinadi, N. L. P. (2016). Analisis SWOT sebagai Dasar Menentukan Strategi Pemasaran Kompetitif (Studi Kasus: Usaha Jasa Dekorasi X). *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi 2016 (SENTIKA 2016)*, 2016 (Sentika), 9–12.
- Sugiyono. (2013). *Metodhe Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sujoko, E. (2017). Analisis SWOT di Sekolah Menengah Pertama. *Manajemen Pendidikan*, 4 (1), 1–14.
- Susanto, F. (2017). Strategi Pengelolaan Kelompok Musik Perkusi Drumblek Gempar di Salatiga. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 2(1), 74–90. <https://doi.org/10.24821/jtks.v2i1.1816>
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis Swot: Tehnik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Putaka Utama.

Informan

- Mila Rosinta Totoatmojo (30 th). Kepala Sekolah *Mila Art Dance School*.
- Endang Sukeksi (± 50 th). Bendahara *Mila Art Dance School*.
- Irma Indriyani (27 th). Guru *Mila Art Dance School*.

Webtografi

- <http://www.milaartdanceschool.com/> diakses pada tanggal 18 November 2019 Pukul 21.30 WIB.
- <https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-swot-analysis-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-swot-analysis/> diakses pada tanggal 18 November 2019 Pukul 21.40 WIB.

<https://ti3602marketing.wordpress.com/2014/05/29/merancang-dan-mengelola-jasa/> diakses pada tanggal 18 November 2019 Pukul 22.08 WIB.

<https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-analisis-swot.html> diakses pada tanggal 18 November 2019 Pukul 22.43 WIB.

<http://aderafiansyah.blogspot.com/2012/11/matriks-swot.html> diakses pada tanggal 18 November 2019 Pukul 23.15 WIB.