

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pendidikan nonformal adalah sebuah bentuk layanan berbasis pemberian jasa pendidikan dengan fungsi sebagai pelengkap pendidikan formal di tengah masyarakat. Pendidikan nonformal memiliki peran sebagai tambahan membantu peserta didik mengembangkan diri sesuai dengan potensi yang mereka miliki. Pendidikan formal memiliki banyak jenis dengan fungsi dan tujuan yang berbeda-beda. Tentu hal tersebut diiringi dengan pesertanya yang berbeda. Jenis pendidikan nonformal terdiri dari pendidikan anak usia dini, pendidikan kecakapan hidup. Pendidikan kepemudaan, pendidikan keterampilan, pendidikan pemberdayaan perempuan, pendidikan keaksaraan, dan pelatihan kerja. Selain itu, terdapat juga jenis pendidikan nonformal lainnya seperti kursus, kelompok belajar, sanggar, Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM), dan lain-lain.

Sadar akan pentingnya pendidikan untuk kemajuan masyarakat dan negara, pemerintah juga sangat mendukung munculnya beragam jenis pendidikan nonformal yang hadir dalam banyak bentuk. Salah satunya adalah perusahaan PT Ruang Raya Indonesia yang bergerak di bidang pendidikan nonformal, didirikan oleh Belva Devara dan Iman Usman pada tahun 2014. PT Ruang Raya Indonesia melakukan bisnisnya dengan nama dagang Ruangguru. Ruangguru menawarkan produk dalam beragam bentuk yang dapat menunjang pendidikan para pelajar.

Ruangguru memiliki platform belajar yang beragam dengan basis kurikulum sekolah, seperti video tutorial interaktif atau video animasi di aplikasi gadget. Selain itu, Ruangguru juga memiliki produk berbasis pendidikan dengan jumlah mencapai 14 produk sejak tahun 2022, yaitu Kursus for Kids, Roboguru Plus, Ruangbaca, Ruangbelajar, Ruangkelas, Ruangguru for Kids (RGFK), Ruanguji, Ruangguru Privat, Ruangpengajar, Ruangpeduli, Brain Academy, English Academy, Skill Academy, dan Ruangkerja.

Pada Desember 2020, Ruangguru mengklaim bahwa total penggunanya telah mencapai 22 juta terutama sejak adanya belajar dari rumah akibat pandemi Covid-19. Pada tahun 2021, Ruangguru telah berhasil dinobatkan sebagai perusahaan paling inovatif peringkat 25 di dunia, dengan peringkat 2 di kategori pendidikan oleh Fast Company. Ruangguru dianugerahi penghargaan Anthem Awards 2022 sebagai perusahaan teknologi pendidikan terbesar di Asia Tenggara.



Gambar 2.1 Logo Ruangguru

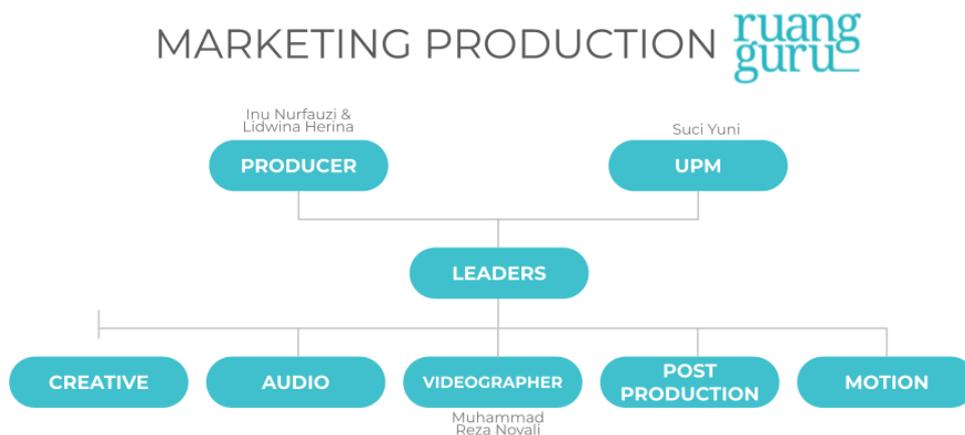
Visi dan misi Ruangguru adalah untuk memberikan layanan pendidikan dengan kualitas tinggi namun tetap dalam harga yang terjangkau. Ruangguru percaya bahwa pendidikan adalah hak bagi semua manusia tanpa kecuali. Ruangguru ingin memudahkan seluruh pelajar dan orang tua dalam pendidikan melalui teknologi pendidikannya. Dengan mudahnya teknologi Ruangguru untuk diakses, akan sangat membantu pelajar mengakses materi pembelajaran berkualitas. Ruangguru akan membantu para pelajar agar dapat belajar tanpa batasan ruang dan waktu. Dengan itu, teknologi dari Ruangguru akan menjadikan aktivitas belajar lebih efektif dan efisien.

Selain itu, Ruangguru juga berkeinginan untuk memaksimalkan kualitas tenaga pendidik serta memberikan lapangan kerja yang lebih luas. Ruangguru percaya, dengan mengembangkan kualitas para guru dan menciptakan lapangan kerja yang lebih untuk para guru, mutu pendidikan di Indonesia akan berkembang

pesat. Hal ini akan membawa tiket menuju masa depan yang lebih baik untuk semua generasi pelajar di Indonesia.

Ruangguru telah berhasil menunjukkan pencapaiannya dengan ditunjuk sebagai perusahaan *start up* teknologi dan pendidikan terbesar di Indonesia. Ruangguru juga berhasil menerima berbagai penghargaan baik di dalam dan luar negeri, seperti *Solver of MIT*, *UNICEF Youth Innovation to Watch*, *Google Launchpad Accelerator*, *Bubu Awards*, *the Atlassian Prize*, dan *ITU Global Industry Award*. Hingga saat ini, Ruangguru telah mengembangkan beragam layanan belajar berbasis teknologi, seperti kelas virtual, video belajar langganan, *platform* ujian *online*, *marketplace* les privat, dan konten-konten pendidikan lainnya di *web* maupun aplikasi Ruangguru.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Contoh Struktur Perusahaan

Berdasarkan gambar 2.2 terkait struktur perusahaan, tim *marketing production* Ruangguru dipimpin oleh Inu Nurfauzi dan Lidwina Herina selaku *producer*. Mereka bertanggung jawab mengurus segala *request project* yang masuk ke tim *marketing production* dan mengatur *flow* kerja. Mereka juga mengurus *timeline* dan *man power* dari keseluruhan tim yang berkaitan dengan produksi.

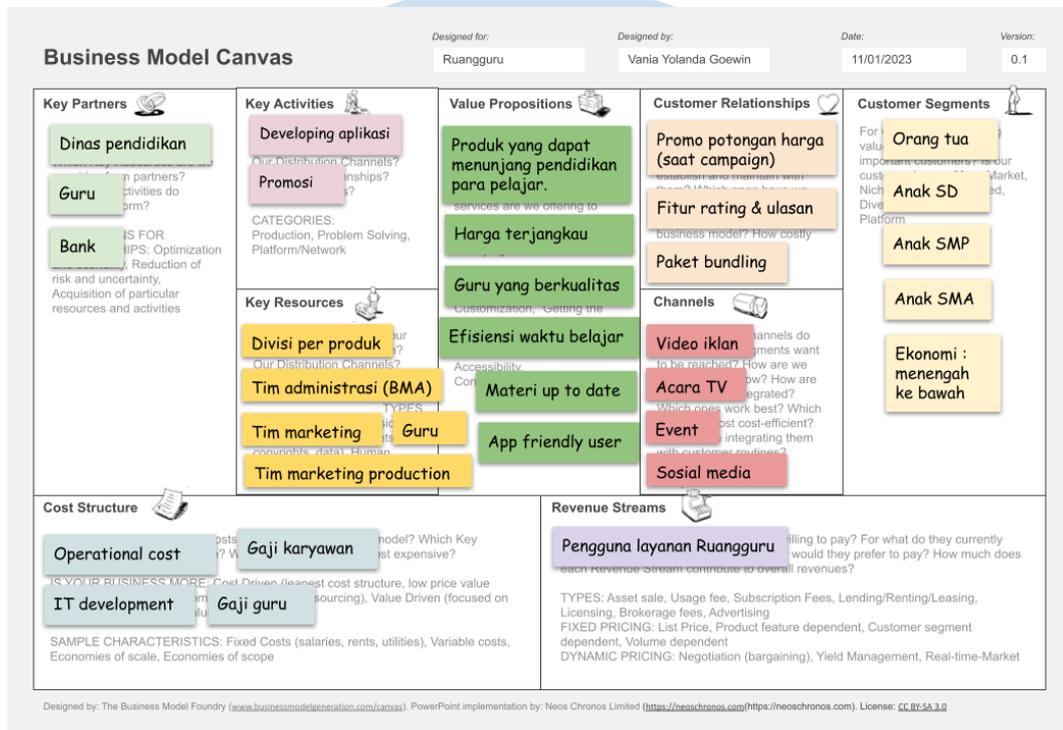
Mereka bertanggung jawab penuh atas mengambil keputusan yang berkaitan dengan keseluruhan tim dan berhubungan dengan tim dari luar.

Selain *producer*, tim *marketing production* juga dipimpin oleh UPM, yaitu Suci Yuni. Tim UPM bertanggung jawab atas seluruh keuangan dan *flow budget* dari tim *marketing production*. Tim UPM juga mengurus seluruh kebutuhan *shooting* yang berkaitan dengan *budget*, seperti konsumsi para *crew*, biaya talent, biaya sewa alat, dan biaya transportasi. Tim UPM juga mengurus hubungan dengan vendor yang bekerja sama dengan PT Ruang Raya untuk menyediakan alat-alat *shooting* yaitu PT Blue Star Media (BSM).

Selanjutnya adalah para *leader* yang bertanggung jawab atas timnya masing-masing. Dimulai dengan tim *creative* yang bertanggung jawab membuat ide cerita dan menulis *script* serta membuat *story board*. Terdapat juga tim *audio* yang bertugas dalam pembuatan *background music* (BGM) dan membantu proses *shooting* dengan menjadi tim pengambil *audio*. Dilanjutkan dengan tim *videographer* yang dipimpin oleh *supervisor* penulis yang bernama Muhammad Reza Novali. Tim *videographer* bertugas mengurus segala keperluan serta melakukan *shooting* dan membuat *rough cut* untuk disetor ke tim *post production*. Tim *post production* bertugas mengedit hasil *rough cut* termasuk *color grading*. Dan terakhir tim *motion* yang bertugas memberi animasi dan membuat aset segala keperluan aset di dalam video *output*. Seluruh tim saling berdampingan dan melakukan pekerjaan masing-masing sesuai dengan *flow* yang sudah ditentukan.

U I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.3 Business Model Canvas Ruangguru



Gambar 2.3 Business Model Canvas Ruangguru

Berdasarkan *business model canvas* Ruangguru yang telah dibuat penulis pada gambar nomor 2.3, *customer segments* dari Ruangguru terdiri dari orang tua, anak SD, anak SMP, dan anak SMA dengan ekonomi menengah ke bawah. Sedangkan *value propositions* yang ditawarkan oleh Ruangguru adalah dengan menyediakan produk yang dapat menunjang pendidikan para pelajar, harganya yang terjangkau, penggunaan guru-guru yang berkualitas dan terlatih, waktu belajar yang lebih efisien, materi yang selalu *update*, dan aplikasi yang *friendly user* atau mudah digunakan.

Pada *channels*, Ruangguru memasarkan produknya melalui produksi video iklan, acara televisi, mengadakan *event-event*, dan juga melalui sosial media. Untuk mempertahankan hubungan dengan *customer* atau *customer relationships*, Ruangguru memberikan promo potongan harga atau kode diskon dan paket *bundling* dengan harga yang lebih murah terutama pada saat *campaign*. Ruangguru juga menyediakan fitur *rating* dan ulasan pada aplikasinya, serta menyediakan

customer service. *Revenue streams* Ruangguru didapat dari para pengguna semua layanan Ruangguru.

Dalam menjalankan bisnisnya, Ruangguru membutuhkan *key resources* yang terdiri dari divisi atau tim per produk, tim administrasi atau yang biasa disebut tim BMA, tim *marketing*, para guru, dan tim *marketing production* untuk memproduksi konten video *marketing*-nya. Ruangguru memiliki *key activities* yaitu untuk melakukan *develop* aplikasi dan promosi. *Key partners* Ruangguru adalah dinas pendidikan, para guru, dan bank. Dan *cost structure* yang harus dikeluarkan Ruangguru adalah *operational cost*, gaji karyawan, gaji guru, dan *IT development*.

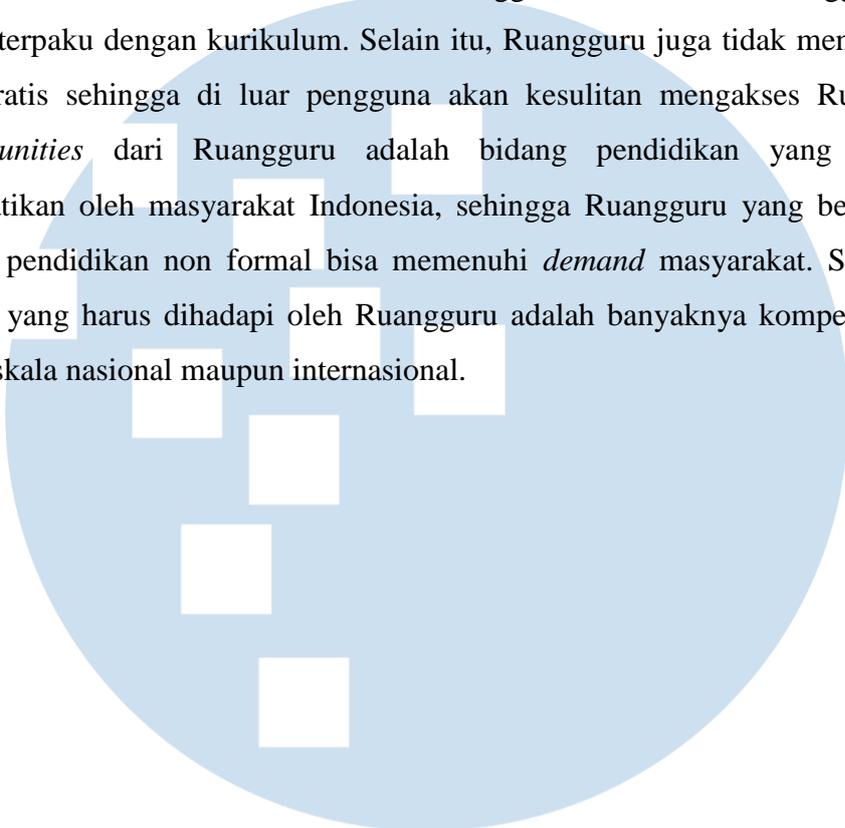
2.4 Analisis SWOT Ruangguru



Gambar 2.4 Analisis SWOT Ruangguru

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dibuat penulis pada gambar nomor 2.4, *strengths* dari Ruangguru adalah Ruangguru sudah dinobatkan sebagai perusahaan *start up* dengan bidang pendidikan terbaik di Indonesia. Selain itu, Ruangguru juga memiliki *brand recognition* yang tinggi di antara masyarakat Indonesia. Hal ini tentunya merupakan sebuah keuntungan untuk Ruangguru di tengah persaingan. Selain itu, Ruangguru memiliki layanan yang beragam dan menawarkan harga yang terjangkau untuk para penggunanya.

Weaknesses atau kelemahan dari Ruangguru adalah materi Ruangguru yang sangat terpaku dengan kurikulum. Selain itu, Ruangguru juga tidak menyediakan fitur gratis sehingga di luar pengguna akan kesulitan mengakses Ruangguru. *Opportunities* dari Ruangguru adalah bidang pendidikan yang semakin diperhatikan oleh masyarakat Indonesia, sehingga Ruangguru yang bergerak di bidang pendidikan non formal bisa memenuhi *demand* masyarakat. Sedangkan *threats* yang harus dihadapi oleh Ruangguru adalah banyaknya kompetitor baik dalam skala nasional maupun internasional.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA