



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

ANALISIS INDUSTRI

3.1 Ukuran Industri

Bisnis EDUTEEX merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang edukasi informal, yang dimana dalam pengimplementasian edukasi tersebut, EDUTEEX menggunakan teknologi untuk penyampaian materi. Maka dari itu, EDUTEEX dapat masuk ke dalam kategori industri *Educational Technology (edtech)*. Menurut Januszewski & Molenda (2013) yang dikutip dari UNESCO, *edtech* adalah studi dan praktik etis untuk memfasilitasi pembelajaran dan meningkatkan kinerja melalui penciptaan, penggunaan, dan pengelolaan proses dan sumber daya teknologi yang tepat.

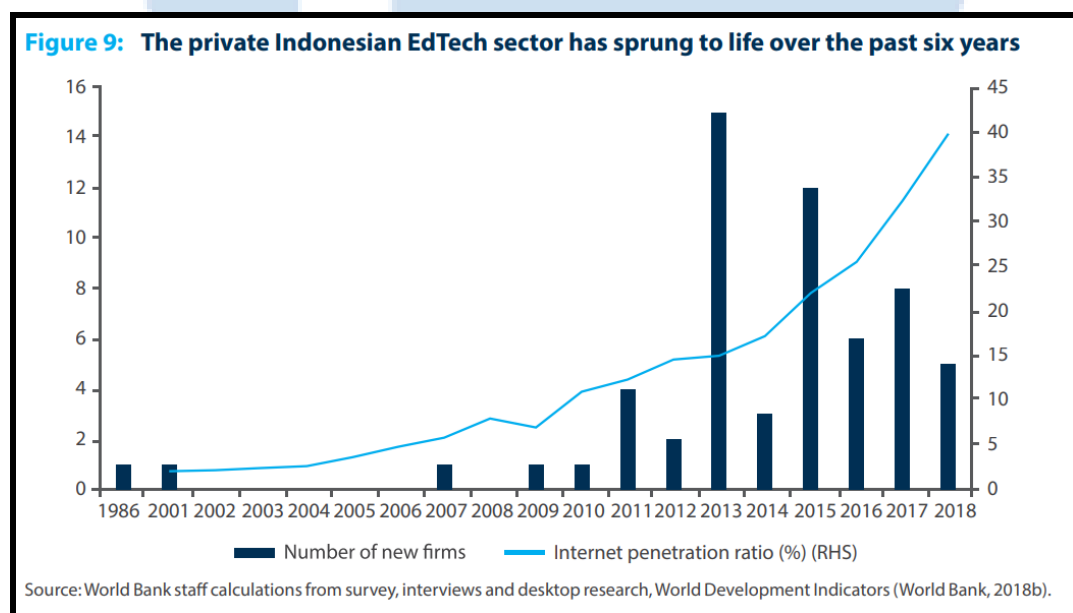
Menurut data dari the world bank dan statistika, populasi Indonesia pada tahun 2021 sebanyak 273,753,191 jiwa dan sebanyak 213 juta jiwa di Indonesia mempunyai akses ke internet. Dari seluruh populasi di Indonesia, terdapat 67,74% populasi merupakan penduduk dengan rentang usia 15-64. Hal ini menggambarkan bahwa mayoritas penduduk di Indonesia berada di usia siap kerja dan masih membutuhkan pendidikan. Dengan perkiraan, terdapat 50-60 juta pelajar di seluruh Indonesia. Melihat dari survei yang dilakukan oleh *Cambridge International*, mengungkapkan bahwa pelajar Indonesia termasuk pengguna teknologi pendidikan tertinggi di dunia.

Sektor *education* tergolong dalam industri *digital economy*. Dimana, industri *digital economy* inilah yang dapat menjadikan *education* menjadi *edtech*. Menurut *research* yang dilaksanakan oleh Google, Temasek, Bain & Company (2021) yang dikutip oleh kementerian Koordinator bidang perekonomian menyatakan bahwa nilai investasi ekonomi digital Indonesia selama Q1-2021 adalah 4,7 miliar USD dan telah melampaui nilai tertinggi selama empat tahun terakhir. Lalu menurut Menteri Koordinator Perekonomian Airlangga Hartarto mengatakan bahwa ekonomi digital Indonesia adalah yang tertinggi di Asia

Tenggara, dengan nilai ekonomi sekitar \$70 miliar pada tahun 2021 dan nilai proyeksi sebesar \$146 miliar pada tahun 2025.

Pertumbuhan teknologi dalam pendidikan juga tumbuh secara eksponensial berkat kondisi pandemi dan kerja sama antara bisnis dan pemerintah. Dampak kondisi pandemi terhadap pembelajaran tatap muka mendorong teknologi berperan lebih besar dalam dunia pendidikan. Sepanjang tahun 2019, menurut laporan yang dilaksanakan oleh Ravenry menyatakan bahwa ukuran pasar industri teknologi pendidikan Indonesia diperkirakan mencapai US\$112 juta pada tahun 2019 dan diperkirakan akan tumbuh pada tingkat tahunan sebesar 24,9%.

3.2 Pertumbuhan Industri



Gambar 3. 1. Pertumbuhan Industri *Edtech*
Sumber: Worldbank, 2020

Menurut data wawancara dan riset yang dilakukan oleh world bank diatas menyatakan bahwa, industri *edtech* mengalami kenaikan setiap tahunnya. Kenaikan ini merupakan perusahaan *startup* yang baru saja masuk ke dalam industri. Dari gambar diatas juga memperlihatkan bahwa, masuknya *startup* baru kedalam industri diikuti oleh naiknya rasio dari penetrasi internet di Indonesia.

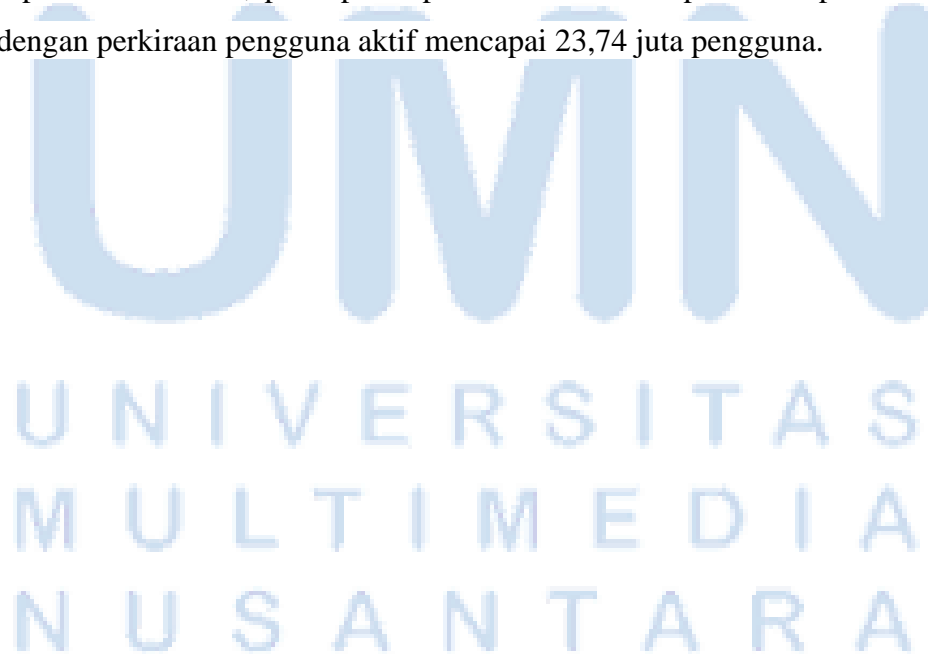
Lalu, menurut dari laporan Ravenry yang dilakukan pada tahun 2019, ukuran pasar untuk sektor *edtech* di Indonesia diperkirakan akan selalu tumbuh per-tahunnya sebesar 24,9%.

Tidak hanya itu, dengan adanya pandemi covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk tidak keluar rumah juga membantu dengan pertumbuhan industri *edtech* ini. Hal ini terlihat dari wawancara yang dilakukan oleh worldbank pada bulan Maret tahun 2020 dengan beberapa *startup edtech* di Indonesia. Dimana, mereka melihat adanya pertumbuhan dalam jumlah pengguna aktif *platform* dan jumlah aplikasi yang telah diunduh sebesar lebih dari 200%.

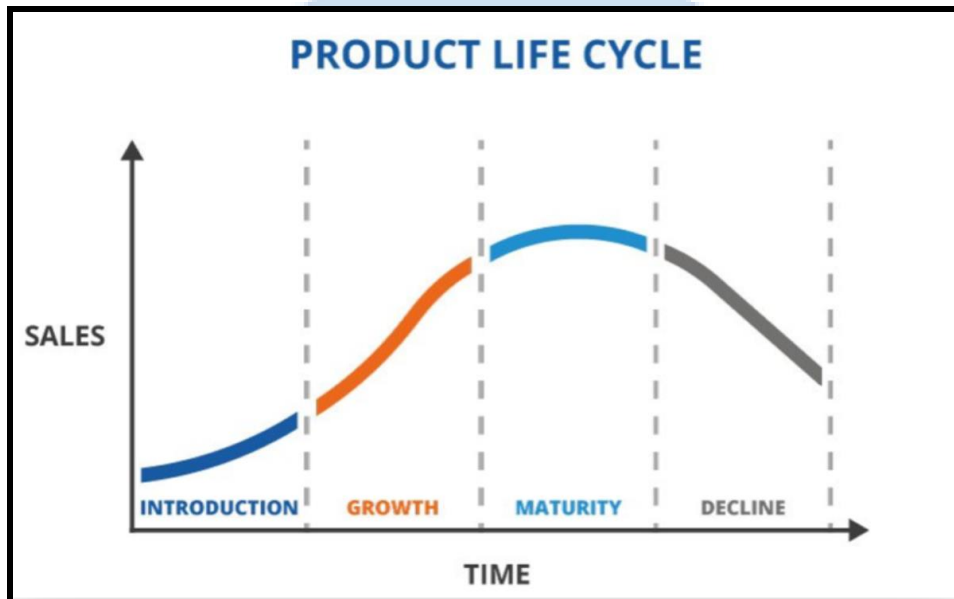
3.3 Proyeksi Penjualan Industri

Pada tahun 2019 laporan Ravenry mengukur bahwa pasar industri teknologi pendidikan di Indonesia diperkirakan mencapai US\$112 juta pada tahun 2019. Pada tahun 2023 menurut laporan statista, penghasilan pada industri *edtech* dapat mencapai US\$1,180 juta dengan penetrasi pengguna pada industri mengalami pertumbuhan di angka 6,1%.

Proyeksi kedepannya menurut Statista, jika pendapatan pada tahun 2023 menunjukkan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR 2023-2027) sebesar 2,65%, maka pada tahun 2027, pendapatan pada industri ini dapat mencapai US\$1,310 juta dengan perkiraan pengguna aktif mencapai 23,74 juta pengguna.



3.4 Karakteristik Industri



Gambar 3. 2. *Product/Industry Life Cycle*
Sumber: Johnson's Blog, 2023

Menurut pendapat penulis, Industri *edtech* saat ini berada pada *life cycle* kedua, yaitu *growth*. Dalam industri ini, *edtech* mempunyai jumlah kompetitor yang sangat tinggi, berada pada angka 442 pada bulan April tahun 2023 (Tracxn,2023), dengan banyaknya kompetitor, maka persaingan antara kompetitor juga semakin tinggi. Apalagi dengan adanya pemain pada industri yang sudah memiliki brand yang kuat. Tetapi, hal ini tidak menjadi masalah. Karena, banyaknya pemain di industri, baik perusahaan dalam negeri maupun luar negeri menunjukkan bahwa tidak ada pemain yang benar-benar mendominasi industri *edtech* ini.

Pasar untuk industri *edtech* ini sangatlah besar dan beragam yang berarti kebutuhan dan keinginan pasar juga beragam dan terus berubah seiring berjalannya waktu. Hal ini menyebabkan pasar yang terus mencari keunikan dalam jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Maka dari itu, besaran pasar untuk setiap perusahaan dapat berubah sesuai dengan keinginan atau ketertarikan pasar dengan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Modal untuk melakukan bisnis dibidang *edtech* memerlukan biaya yang

relatif besar untuk kebutuhan *platform* seperti *website* dan kebutuhan *people* untuk melaksanakan pembelajaran. Maka dari itu, dalam memasuki industri ini, EDUTEEX harus mempunyai materi pembelajaran dengan kualitas yang bagus agar dapat bersaing dengan kompetitor. Selain itu, akan lebih bagus jika EDUTEEX dapat menawarkan sesuatu yang unik yang belum ada pada perusahaan lainnya dalam menjalani bisnis *edtech*.

3.5 Tren Industri

Tren bisnis dalam industri *edtech* di Indonesia mengalami kenaikan pada tahun 2020. Hal ini dikarenakan, pada saat pandemi covid-19, semua Lembaga Pendidikan terpaksa melakukan *work from home* atau *study from home* demi menjaga kesehatan masyarakat. Hal ini menyebabkan terjadinya perubahan yang besar pada dunia Pendidikan. Yaitu, semua kegiatan pembelajaran yang seharusnya dilakukan tatap muka, berubah menjadi daring. Situasi ini menjadi sebuah peluang bagi industri *edtech* untuk menawarkan layanan pembelajaran di Indonesia.

Sejak pandemi covid-19, terdapat kenaikan user dalam pemakaian platform *edtech* setiap tahunnya, yang dialami oleh pemain lama pada industri *edtech*. Dapat disimpulkan bahwa terjadi pertumbuhan positif di industri. Selain itu, Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Mendikbudristek), Nadiem Makarim mengatakan pada G20 Indonesia yaitu terdapat 4 agenda prioritas dalam upaya bangkit dari pandemi covid-19, salah satunya adalah teknologi digital untuk Pendidikan. Melihat dari pertumbuhan industri serta upaya pemerintah dalam bidang *edtech*, hal ini memberikan kesempatan bagi EDUTEEX untuk masuk kedalam pasar ini dan bersaing dengan kompetitor.

Melihat tren pertumbuhan industri *edtech* yang positif, maka EDUTEEX ingin memasuki industri ini dan turut serta membantu masyarakat dalam pengembangan kompetensi yang dimiliki berupa *soft skill* dan *hard skill*. Sehingga

ilmu dan pengalaman yang dipelajari dapat membantu masyarakat untuk bersaing dalam dunia pekerjaan nantinya.

3.6 Prospek Jangka Panjang Industri

Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara, menyatakan bahwa *startup* yang bergerak di industri *edtech* akan berpotensi menjadi *startup unicorn* yaitu tingkatan tertinggi yang dapat diraih oleh sebuah *startup* (kominfo, 2018). Lalu, Menteri Koordinator Perekonomian (Menko Perekonomian), Airlangga Hartarto menyatakan ekonomi digital Indonesia saat ini bernilai US\$44 miliar. Jumlah itu diperkirakan akan tumbuh menjadi \$352 miliar pada tahun 2030 (investor.id, 2021) dan salah satu kontributor baru yang dapat menjadi kekuatan baru ekonomi digital adalah industri *edtech*. Menko Perekonomian juga mengatakan bahwa *Edtech* dan *Healthtech* menjadi sektor utama pendukung ekonomi digital baru di ASEAN di masa pandemi (Indonesia.go.id, 2021)

3.7 Kesimpulan

Dari analisis industri *edtech* yang telah kami lakukan, kami menyimpulkan bahwa EDUTEEX masih mempunyai celah untuk memasuki ke dalam industri ini. Walaupun dalam industri ini mempunyai banyak kompetitor, kami percaya bahwa EDUTEEX mempunyai kesempatan untuk berjalan pada industri ini dengan menawarkan layanan dan fitur yang tidak dipunyai oleh kompetitor lainnya. Melihat dari tren dan prospek industri, semenjak pandemi covid-19, tren *edtech* di Indonesia terus menaik dan diperkirakan akan memiliki efek yang berkelanjutan pada pasar. Kami percaya EDUTEEX dapat bersaing secara sehat bersama dengan kompetitor lainnya dan memenuhi kebutuhan pasar dengan menawarkan materi yang berkualitas.

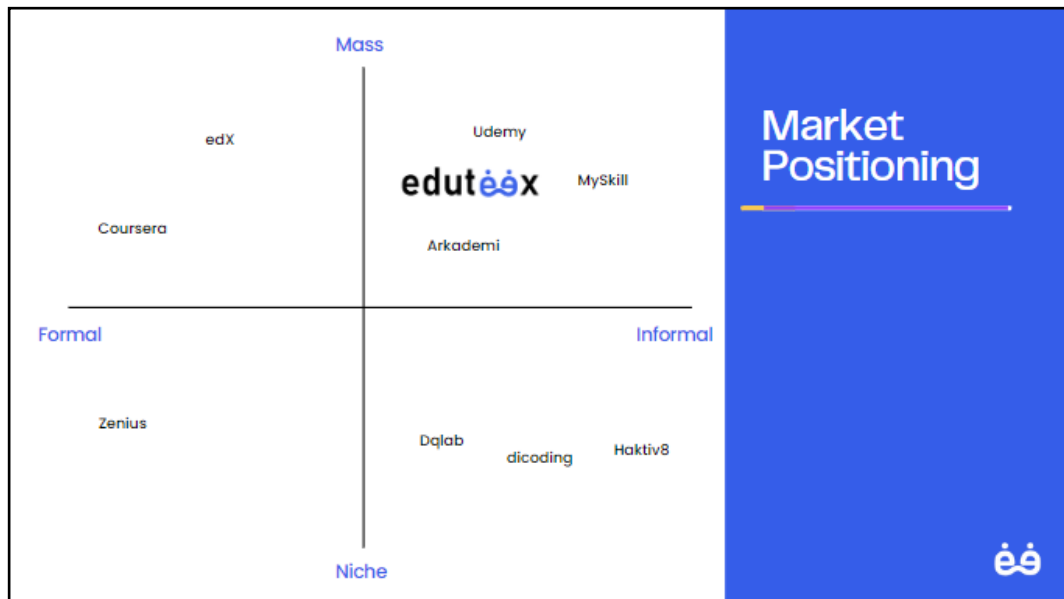
BAB IV

ANALISIS PASAR

4.1 Analisis Kompetitor

Pada analisa kompetitor, analisis ini dilakukan ketika kami sedang melakukan *benchmarking* saat mengikuti program inkubasi Skystar Ventures Universitas Multimedia Nusantara. Terdapat banyak kompetitor yang sudah ada dari industri *education technology*, tetapi EDUTEEX masih memiliki celah untuk masuk ke industri tersebut dengan menyediakan layanan kursus gratis dan beragam sesuai dengan kebutuhan industri hingga program karir siap kerja. Rencana tambahan pada fitur kami nanti menyediakan *personality assessment*, psikotes gratis, dan sistem pembayaran SNPL (*Study Now Payment Later*). Dari banyaknya kompetitor ini terdapat dua pendekatan Edtech yaitu formal dan informal. EDUTEEX akan mengarah ke informal karena setiap kursusnya memfokuskan pengguna dalam memberikan akses dan kesempatan belajar kepada individu di luar konteks pendidikan formal, seperti kursus online, pelatihan keterampilan, atau pembelajaran seumur hidup. Sehingga pembelajaran informal menjadi lebih fleksibel dengan penggunaan berbagai sumber daya online, seperti video tutorial, forum diskusi, webinar, atau platform pembelajaran mandiri.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 4. 1. Market Positioning
 Sumber: Pitch Deck EDUTEEX, 2023

Aspek	Udemy	MySkill	Arkademi	EDUTEEX
Jenis Kursus	Beragam	Teknologi dan kreativitas	Bahasa, Teknologi, dan bisnis	Beragam hingga pelatihan siap kerja
Harga	Bervariasi dan hanya beberapa yang gratis	Beragam paket berlangganan dengan harga terjangkau dan hanya beberapa yang gratis	Bervariasi dan berbayar	Freemium
Importance to Customer	Pembelajaran <i>on demand</i> dari instruktur yang ahli di bidangnya	eLearning, Bootcamp dan Mentoring	Interaksi dengan instruktur, program kartu pra kerja dan sertifikat kelulusan	Unlimited free course, pelatihan siap kerja, sertifikasi kompetensi BNSP, koneksi dan jaringan industri

Keunggulan	Jumlah kursus yang sangat besar dan variasi topik yang luas	Penekanan pada kursus yang terkini	Dipercaya pemerintah sebagai lembaga pelatihan resmi penyedia pelatihan bagi penerima Kartu Prakerja	Kursus gratis, kurikulum sesuai industri, pelatihan siap kerja, dan komunitas industri
Kelemahan	Tidak Ada Sertifikat Validasi Eksternal, tidak ada standar kualitas konten, kurangnya kontrol dan Interaksi Instruktur	Tidak semua materi kursus memiliki sertifikat yang kompeten	Fokus yang lebih sempit pada topik kursus	Masih merintis dan kurangnya brand awareness
<i>Operating Method</i>	<i>Website dan Apps</i>	<i>Website</i>	<i>Website dan Apps</i>	<i>Website</i>

Tabel 4. 1. Analisis Kompetitor
Sumber: EDUTEEX, 2023

4.2 Competitive Analysis Grid

EDUTEEX menentukan 7 nilai untuk dijadikan perbandingan dengan kompetitor yaitu *free courses*, kursus yang beragam, kemudahan mengakses produk, pengakuan dan sertifikasi, komunitas industri, interaksi dan diskusi dengan instruktur, pelatihan siap kerja dan kesempatan magang.

Keterangan Perbandingan Nilai	Udemy	Myskill	Arkademi	EDUTEEX
<i>Free Courses</i>	✓	✓	✗	✓
Kursus yang beragam	✓	✓	✗	✓
Kemudahan mengakses produk	✓	✓	✓	✓
Pengakuan dan sertifikasi	✓	✓	✓	✓
Komunitas industri	✓	✓	✗	✓

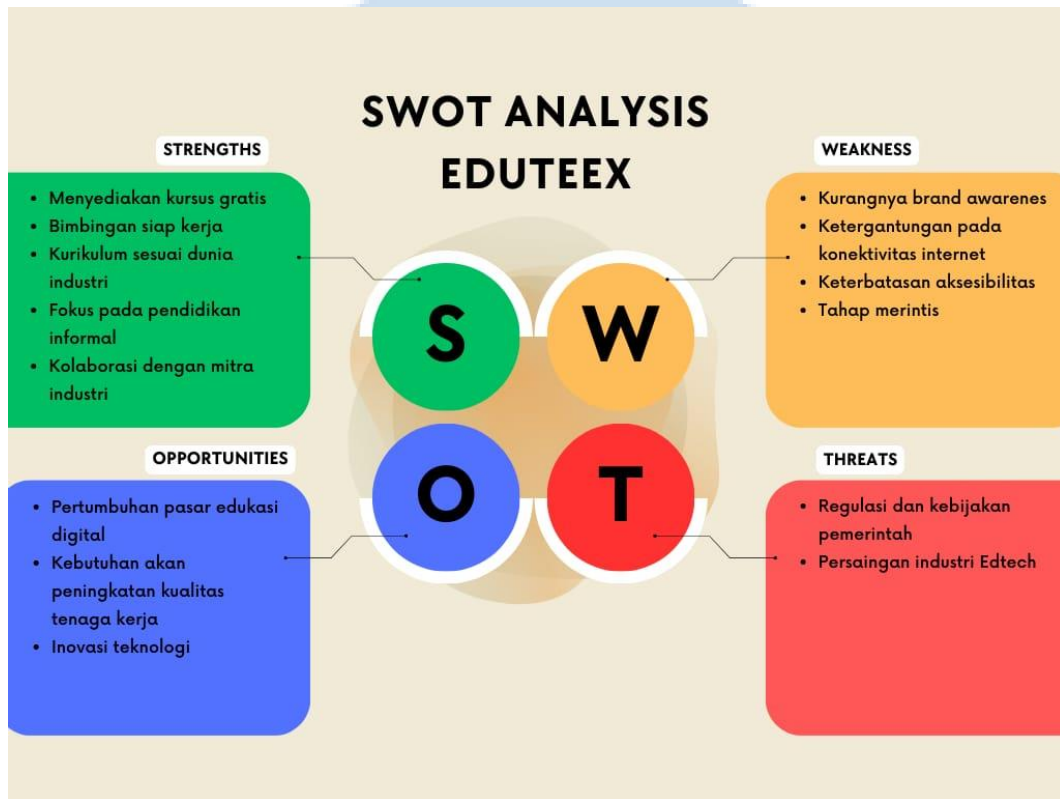
Interaksi dan diskusi dengan instruktur	✓	✓	✓	✓
Pelatihan siap kerja dan kesempatan magang	×	×	×	✓

Tabel 4. 2. *Competitive Analysis Grid*
 Sumber: EDUTEEX, 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 perbandingan nilai dari kompetitor di atas, EDUTEEX akan fokus dalam membandingkan *value* komunitas industri serta pelatihan siap kerja dan kesempatan magang. Sedangkan untuk aspek perbandingan yang lain dapat ditentukan serta disesuaikan sebagai aspek pendukung. Pemilihan kedua aspek tersebut karena EDUTEEX akan fokus terlebih dahulu sebagai *platform online course*. Rencana kedepannya adalah EDUTEEX menyediakan solusi pembayaran untuk para pengguna dengan layanan SNPL (*Study Now Payment Later*).



4.3 Analisis SWOT



Gambar 4. 2. Analisis SWOT EDUTEEX
Sumber: EDUTEEX, 2023

1. *Strength* (Kekuatan)

- 1) Menyediakan kursus gratis: Dalam industri pendidikan, biaya kursus seringkali menjadi faktor penghalang bagi individu yang ingin belajar. Dengan menyediakan kursus gratis, EDUTEEX dapat menjangkau lebih banyak orang, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan finansial. Adanya kursus gratis yaitu untuk menarik perhatian calon pengguna yang mencari peluang belajar dengan terjangkau atau bahkan tanpa biaya.
- 2) Pelatihan dan Bimbingan siap kerja: Dalam dunia yang semakin kompetitif, banyak individu yang mencari bantuan dan panduan untuk mengembangkan karir mereka. Dengan menyediakan fitur pelatihan dan bimbingan kerja, EDUTEEX dapat memberikan

dukungan dan sumber daya yang diperlukan untuk membantu pengguna dalam memahami dunia kerja, mengembangkan keterampilan yang relevan, dan merencanakan langkah-langkah karir mereka. Hal ini tentunya menjadi keuntungan bagi pengguna untuk mendapatkan pekerjaan yang diinginkan atau meningkatkan potensi yang mereka miliki.

- 3) Kurikulum sesuai dunia industri: EDUTEEX dapat membedakan diri dengan menyediakan kurikulum yang secara khusus disesuaikan dengan kebutuhan dan tuntutan industri saat ini. Dengan memfokuskan pada keterampilan dan pengetahuan yang relevan dengan dunia kerja, EDUTEEX dapat memberikan nilai tambah kepada pengguna dengan membantu mereka mempersiapkan diri untuk menghadapi persaingan di pasar kerja.
- 4) Fokus pada pendidikan informal: EDUTEEX mengisi kesenjangan dalam sistem pendidikan formal dengan menawarkan pendidikan informal yang dapat membantu meningkatkan kualitas tenaga kerja di Indonesia.
- 5) Kolaborasi dengan mitra industri: EDUTEEX dapat menjalin kemitraan yang strategis dengan perusahaan atau organisasi industri untuk memberikan pengalaman belajar yang lebih kontekstual dan praktis. Dengan bekerja sama dengan mitra industri, EDUTEEX dapat memperkaya konten dengan studi kasus, proyek nyata, atau kesempatan magang, sehingga memungkinkan para pengguna untuk mengaplikasikan pengetahuan mereka secara langsung dalam konteks dunia kerja.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- 1) Kurangnya *brand awareness*: EDUTEEX mungkin masih belum dikenal secara luas di pasar. Kurangnya kesadaran merek dapat menjadi tantangan dalam memperoleh pangsa pasar yang signifikan. Dalam hal ini EDUTEEX perlu merencanakan strategi

pemasaran dan promosi yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness*.

- 2) Ketergantungan pada konektivitas internet: EDUTEEX bergantung pada teknologi dan jaringan yang handal untuk menjalankan bisnisnya. Jika terjadi kegagalan teknis, gangguan jaringan, dan kerentanan keamanan dapat mungkin mengalami kesulitan dalam mengakses platform *website*.
- 3) Keterbatasan aksesibilitas: Meskipun EDUTEEX nantinya menyediakan pembelajaran online yang fleksibel, ada orang-orang yang mungkin tidak memiliki akses yang memadai ke internet atau perangkat yang diperlukan untuk mengakses platform *website*. Hal ini dapat menjadi hambatan dalam mencapai segmen pasar yang lebih luas dan membatasi potensi pertumbuhan bisnis.
- 4) Tahap merintis: Sebagai bisnis yang masih dalam tahap awal, EDUTEEX akan menghadapi keterbatasan sumber daya manusia, modal, dan infrastruktur. Hal ini dapat mempengaruhi progres perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor yang sudah mapan.

3. *Opportunity* (Peluang)

- 1) Pertumbuhan pasar industri edukasi digital: Adanya peningkatan minat dalam pendidikan online dan teknologi dalam beberapa tahun terakhir menciptakan peluang besar untuk EDUTEEX untuk tumbuh dan berkembang. Edukasi digital telah menjadi tren yang terus berkembang saat ini. Terdapat peningkatan minat dan permintaan yang signifikan dalam pendidikan online, terutama akibat dari adanya pandemi COVID-19 yang memaksa banyak institusi pendidikan beralih ke pembelajaran jarak jauh. EDUTEEX memanfaatkan peluang ini dengan menawarkan solusi pendidikan digital yang inovatif dan relevan sesuai kebutuhan industri kerja.
- 2) Kebutuhan akan peningkatan kualitas tenaga kerja: Masalah kualitas tenaga kerja di Indonesia adalah kesempatan bagi

EDUTEEX untuk menyediakan konten dan platform pembelajaran yang berfokus pada keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan dalam dunia kerja. Dengan memperkuat penawaran pendidikan informal yang berorientasi industri, EDUTEEX dapat membantu pengguna dalam meningkatkan kualitas setiap individu.

- 3) Inovasi teknologi: Kemajuan teknologi seperti *Artificial Intelligence*, *Virtual Reality*, dan *Augmented Reality* akan dimanfaatkan sebagai peluang dalam meningkatkan pengalaman belajar. Dengan mengintegrasikan teknologi yang sedang berkembang ke dalam *platform*, EDUTEEX bisa memperoleh keunggulan kompetitif di pasar edukasi digital.

4. *Threat* (Ancaman)

- 1) Regulasi dan kebijakan pemerintah: Perubahan regulasi atau kebijakan pemerintah terkait edukasi dan teknologi dapat mempengaruhi operasional dan pengembangan EDUTEEX.
- 2) Persaingan industri Edtech: Industri edukasi teknologi informal bisa sangat kompetitif dengan banyaknya pesaing yang menawarkan layanan serupa. Industri teknologi yang terus berkembang dengan cepat, dan tren baru seperti pembelajaran berbasis *Artificial intelligence* (AI) atau platform belajar berbasis blockchain dapat mengubah lanskap edukasi digital.

Setelah melakukan analisis lingkungan eksternal dan internal maka dapat dirumuskan ke dalam analisis SWOT yang menggambarkan setiap kekuatan, kelemahan, kesempatan, serta tantangan dari EDUTEEX.

1. Strategi *Opportunities* - *Strengths*

- 1) Meningkatkan kerja sama dengan mitra industri untuk menghadirkan program pelatihan dan bimbingan siap kerja yang lebih komprehensif dan relevan.

- 2) Menggunakan kurikulum yang sesuai dengan tren industri terkini untuk meningkatkan daya tarik kursus dan mempertahankan keunggulan kompetitif.
- 3) Mengembangkan program kerjasama dengan lembaga pendidikan formal untuk menciptakan sinergi dalam pendidikan formal dan informal.

2. Strategi *Opportunities - Weakness*

- 1) Meningkatkan upaya pemasaran dan promosi untuk meningkatkan brand awareness. Misalnya, menggunakan strategi pemasaran digital, mengadakan acara atau seminar pendidikan, dan bekerja sama dengan influencer di bidang pendidikan.
- 2) Menjalin kemitraan dengan penyedia jaringan internet atau perusahaan telekomunikasi untuk memperluas jangkauan aksesibilitas kursus secara online.
- 3) Menghadirkan pilihan format kursus yang lebih fleksibel, seperti konten yang dapat diunduh atau offline, untuk mengatasi keterbatasan aksesibilitas.

3. Strategi *Threats - Strengths*

- 1) Mengawasi dengan cermat regulasi dan kebijakan pemerintah terkait industri edtech. Beradaptasi dengan perubahan regulasi dan memastikan kepatuhan terhadap standar pendidikan yang berlaku.
- 2) Meningkatkan kerja sama dengan mitra industri untuk mengatasi persaingan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Misalnya, menyediakan kesempatan magang atau kerja bagi lulusan kursus EDUTEEX.

4. Strategi *Threats* - *Weaknesses*

- 1) Memantau dan mempelajari tren teknologi terkini secara aktif untuk mengantisipasi perubahan tren teknologi yang dapat mempengaruhi bisnis Anda.
- 2) Mengembangkan inovasi produk dan layanan yang mampu mengatasi tantangan yang dihadapi edtech lainnya, seperti menciptakan solusi aksesibilitas yang lebih baik atau mengoptimalkan penggunaan konektivitas internet yang terbatas

4.4 Estimasi Penjualan Tahunan

EDUTEEX menargetkan penjualan pada tahun pertama, minimal sebanyak 3343 unit yang terdiri dari 26 produk yang terbagi menjadi 4 kategori yaitu *basic online course*, *premium online course*, *language course*, dan sertifikasi kompetensi. EDUTEEX akan menggunakan konsep kuartal dalam melakukan estimasi penjualan.

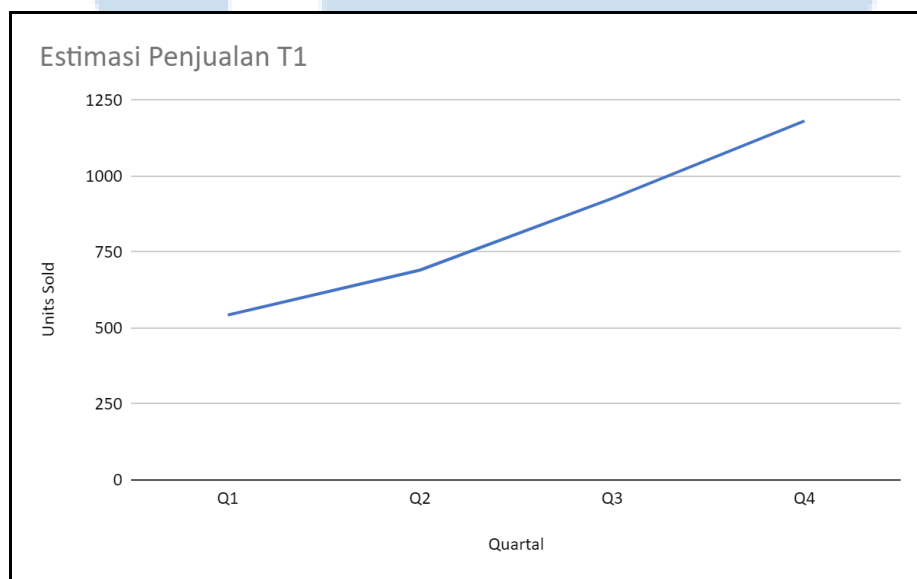
Untuk kuartal pertama, EDUTEEX menargetkan penjualan produk sebanyak 250 unit untuk *basic online course*, 11 unit untuk *premium online course*, 34 unit untuk *language course*, 25 unit untuk sertifikasi bahasa inggris, dan 223 unit untuk sertifikasi profesi. Kuartal pertama, akan menjadi tahap pengenalan EDUTEEX ke masyarakat dan lebih menyebarkan *brand awareness* EDUTEEX kepada masyarakat.

Masuk ke kuartal kedua, EDUTEEX menargetkan penjualan produk sebanyak 320 unit untuk *basic online course*, 15 unit untuk *premium online course*, 41 unit untuk *language course*, 30 unit untuk sertifikasi bahasa inggris, dan 285 unit untuk sertifikasi profesi. EDUTEEX menargetkan kenaikan penjualan sebanyak rata-rata 27% untuk setiap kategori dari kuartal pertama. Dengan asumsi bahwa produk EDUTEEX sudah mulai dikenal oleh masyarakat.

Pada kuartal ketiga, EDUTEEX menargetkan penjualan produk yang lebih tinggi lagi sebanyak 31% dari penjualan kuartal kedua. Yaitu sebanyak 450 unit untuk *basic online course*, 21 unit untuk *premium online course*, 51 unit untuk *language course*, 37 unit untuk sertifikasi bahasa inggris, dan 368 unit untuk

sertifikasi profesi. Pada kuartal ini, EDUTEEX berasumsi bahwa masyarakat sudah lebih mengenal EDUTEEX. Dan EDUTEEX berharap dapat menggunakan pemasaran dengan konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa EDUTEEX dengan harapan dari konten tersebut, dapat mendorong masyarakat untuk menjadi lebih tertarik dan menjadi konsumen EDUTEEX.

Pada kuartal terakhir, kami menargetkan kenaikan penjualan dari kuartal sebelumnya sebanyak 35%. Pada kuartal ini, EDUTEEX berfokus kepada mencapai target untuk tahun pertama. Dimana, secara rinci kenaikan yang diharapkan adalah sebanyak 555 unit untuk basic online course, 34 unit untuk premium online course, 69 unit untuk language course, 46 unit untuk sertifikasi bahasa inggris, dan 478 unit untuk sertifikasi profesi.



Gambar 4. 3. Estimasi Penjualan EDUTEEX T1
Sumber: EDUTEEX, 2023

Tim EDUTEEX menggambarkan pada gambar diatas bahwa estimasi penjualan tahun pertama diharapkan terus meningkat dari kuartal-kuartal sebelumnya. Dan tim EDUTEEX berharap bahwa akan terus terjadi peningkatan penjualan produk setiap tahunnya.