

## Ringkasan Eksekutif

German Camp Centre atau GCC merupakan salah satu agen layanan konsultasi pendidikan yang terletak di BSD. Dimulai sejak 2013 lalu hingga saat ini, dengan jumlah karyawan sebanyak 23 orang. GCC membantu menyalurkan siswa/i lulusan SMA untuk dapat melanjutkan pendidikan perkuliahan di Jerman, didukung dengan beberapa fasilitas yang disediakan.

Mereka memiliki target pasar: Para pelajar yang berusia 16-20 tahun, berdomisili di pulau Sumatra, Jawa, Bali, dan Kalimantan. Para pelajar ini juga berasal dari SES A dan SES B dengan pengeluaran menengah keatas, dan sedang ingin melanjutkan studi mereka ke Jerman.

German Camp Centre juga memiliki beberapa kompetitor yang menawarkan layanan kepengurusan studi di Jerman, namun bedanya para kompetitor mereka tidak khusus mengurus studi ke Jerman saja, melainkan para kompetitor mereka mengurus studi lanjutan ke seluruh dunia.

Kompetitor utama dari German Camp Centre adalah: Euro Management, Progres, dan Exzellenz. Diluar kompetitor tersebut, ada juga pesaing tidak langsung (*Indirect Competitor*) seperti kursus bahasa Jerman yaitu *Deustch EinFach*. Kursus bahasa Jerman ini hanya mempersiapkan para siswanya untuk masuk ke Studienkolleg di Jerman dan tidak mengurus registrasi sampai di Jerman.

Pada saat ini German Camp Centre memiliki permasalahan dimana mereka tidak mampu memenuhi target tahunan siswa yaitu 30 orang. Hal tersebut dikarenakan oleh kesalahan penggunaan strategi marketing dan kekurangan di tahap pra-pembelian (*Pre-purchase Stage*) dari German Camp Centre.

Maka dari itu penulis menyarankan German Camp Centre untuk melakukan strategi penetrasi pasar (*Market Penetration*) dengan cara lebih berfokus untuk melakukan promosi di wilayah yang telah ada. Diluar itu penulis juga menyarankan German Camp Centre untuk melakukan perbaikan di tahap pra-pembelian (*Pre-purchase Stage*) dari German Camp Centre dengan solusi-solusi yang ada di bab 4.

Dengan melakukan strategi yang telah penulis sebutkan di bab 4, German Camp Centre akan dapat dengan mudahnya untuk memenuhi target tahunannya yaitu 30 siswa, dikarenakan German Camp Centre telah dikenal oleh target market mereka. Dan diluar itu posisi (*Positioning*) mereka akan tersampaikan dengan baik ke konsumen.



## Executive Summary

German Camp Center or GCC is one of educational services located in BSD, since 2013 until now, with the number of employees 23 people. GCC helps to channel high school academic students to continue their education in Germany and supported by several facilities.

They have a target market: Students aged 16-20 years, domiciled at Sumatra, Java, Bali and Kalimantan Island. The students also come from SES A and SES B with medium until high procurement spend and need to continue their advanced study at Germany.

German Camp Center also has several competitors which offering advanced study to Germany, but the difference is their competitors are not just only offering advanced study to Germany, but their competitors take care of advanced studies to around the world.

The main competitor of German Camp Center it-self are: Euro Management, Progress, Excellent, and Gemma. Beyond that, there is also indirect competitor such as Germany Language Course: *Deustch EinFach*. This German course is only made for prepare the students to enter *Studienkolleg* in Germany and does not arrange registration until Germany.

German Camp Center has a problem where they are unable to achieve the student's each year target (30 people). This is because they using wrong marketing strategies and they have a problems in their Pre-purchase stage.

Therefore we recommend German Camp Center to use market penetration strategies in a clearer way to conduct promotions in existing areas. Beyond that we also recommend German Camp Center to make improvements in the Pre-Purchase Stage which are presented in chapter 4.

By implementing the strategy that we mentioned in chapter 4, German Camp Center will be able to easily meet their annual target each year (30 students), because the German Camp Center has been known by their target market. And beyond that their Positioning will be well conveyed to the consumer.

