

## INTISARI

Seiring berjalannya waktu, jumlah penduduk di Indonesia semakin meningkat. Indonesia memasuki peringkat empat dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia, dibawah China, India, dan Amerika Serikat. Tetapi ironisnya, jumlah angka pengangguran di Indonesia terletak pada peringkat ke-3 tertinggi di Asia Tenggara. Tingginya angka pengangguran tersebut tidak dimbangi dengan jumlah lapangan kerja yang memadai. Kenyataan tersebut membuat banyak masyarakat yang berpikir untuk memulai membuka usaha sendiri atau menjadi wirausahawan. Tetapi pada kenyataannya berbisnis itu bukanlah hal yang mudah. Berbisnis itu membutuhkan ilmu dan strategi untuk menghadapi segala bentuk perubahan lingkungan yang sangat dinamis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *The New 7's S model* pada Unit bisnis Sinergi Edukasi/ BOS (*Business Owner School*) dalam menciptakan *market disruption*. Desain penelitian ini dilakukan secara deskriptif. Metode analisis ini dilakukan dengan cara menganalisis strategi *The New 7's S* pada aspek bauran *marketing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen S-1 pada BOS menggunakan strategi ini pada aspek produk, harga, lokasi, promosi, dan *people*. Pada elemen S-2 ini BOS menggunakan "*Compete Strategy*" untuk mengungguli pesaing. Pada elemen S-3 BOS juga melakukan beberapa upaya untuk mengambil posisi pasar. Pada elemen S-4, BOS mengejutkan kompetitornya dengan membentuk sistem layanan *after sales*. Pada elemen S-5, BOS mengubah aturan main dengan mengubah cara promosi dari metode konvensional menjadi sistem referensi. Pada elemen S-6, BOS tidak berniat untuk memberikan sinyal perlawanan terhadap kompetitornya. Pada elemen S-7, BOS menggunakan "*Double Funnel Marketing*" untuk menjalankan strategi secara simultan dan berturut-turut.

Kata Kunci: Strategi *The New 7's S*, *Market Disruption*, Bauran *Marketing*

## **ABSTRACT**

As time goes on, the population in Indonesia is increasing. Indonesia is ranked on fourth with the largest population in the world, below China, India and the United States. But ironically, the number of unemployment figures in Indonesia is ranked the 3rd highest in Southeast Asia. The high unemployment rate is not balanced with adequate employment. This fact makes many people who think to start open their own business or become entrepreneurs. But in reality, doing business is not an easy thing. Doing business requires a science and strategy to deal with all forms of dynamic environmental change.

This study aims to analyze the strategy of The New 7's S model on Sinergi Edukasi Business Unit / BOS (Business Owner School) in creating market disruption. The design of this research was conducted descriptively. This method of analysis is done by analyzing the strategy of The New 7's S on the marketing mix aspect.

The results show that the S-1 element in BOS uses this strategy on product, price, location, promotion, and people aspect. In this S-2 element BOS uses "Compete Strategy" to outperform competitors. In S-3 element BOS also make some efforts to take market position. In the S-4 element, BOS shocked its competitors by establishing an after sales service system. In the S-5 element, BOS changes the rules of the game by changing the way promotions from conventional methods to reference systems. In the S-6 element, BOS does not intend to provide a signal of resistance to its competitors. In the S-7 element, BOS uses "Double Funnel Marketing" to run the strategy simultaneously and successively.

**Keywords:** The New 7's S Strategy, Market Disruption, Marketing Mix