

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Bimbingan Belajar dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (Studi Kasus Bimbingan Belajar Wiwaha)”. Penyusunan Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika.

Selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, banyak pihak yang terlibat dan telah memberikan bantuan, arahan dan motivasi kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Ratna L. Nugroho, MM. selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan arahan, nasehat, saran sebagai motivasi kepada penulis selama penyusunan Tugas Akhir.
2. Bapak Prof. Dr. Hiro Tugiman, Drs, Ak, QIA, CRMP dan Bapak Arif Partono Prasetio, MM, selaku dosen penguji proposal penulis yang sangat membantu atas saran dan kritik yang membangun untuk Tugas Akhir ini.
3. Ibu Rr. Rieka Febriyanti Hutami, S.M.B, MM selaku dosen wali yang selalu ada waktu untuk memberikan masukan baik dalam mengenai perkuliahan ataupun skripsi.
4. Seluruh pihak Bimbingan Belajar Wiwaha yang telah memberikan penulis kesempatan untuk melakukan penelitian, mendukung dan memberikan seluruh data yang dibutuhkan oleh penulis
5. Papa dan Mama selaku orang tua tersayang penulis yang selalu mengirim doa, semangat, inspirasi, materi dan memberikan motivasi untuk melakukan yang terbaik dan segala yang telah diberikan dengan tulus tanpa pamrih. Terima kasih telah menjadi orang yang menyayangi penulis dengan segala kekurangan penulis selama ini.
6. Adriza Deniantara untuk kesabaran dalam menemani, memberikan motivasi kepada penulis selama proses pembuatan Tugas Akhir.
7. Sasha Syafira, Elvi Liliany, Maysaptiari, Dien Zakiah dan teman-teman GS yang lain untuk kesediannya membantu, menemani hingga pagi, dan menjadi tempat berkeluh kesah selama proses pembuatan Tugas Akhir.
8. Tria, Wenny, Tresna, Uti, dan teman-teman kontrakan C64 selaku teman seperjuangan Tugas Akhir yang bersedia mendengarkan semua keluhan penulis selama mengerjakan skripsi.

9. Teman-teman Harims yaitu Ica, Muti, Melia, Cinta, Anggen, Andes, Gita, dan Iren atas dukungan dan hiburan yang diberikan selama penulis menyusun Tugas Akhir ini.
10. Teman-teman MBTI G 2010
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan, untuk itu diharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan dan kesempurnaan Tugas Akhir ini. Diharapkan semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Bandung, Kamis 19 Juni 2014



Rizky Khas Restiviana

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	I
HALAMAN PERNYATAAN .....	I
ABSTRAK .....	III
KATA PENGANTAR .....	IV
DAFTAR ISI .....	VI
DAFTAR TABEL .....	VIII
DAFTAR GAMBAR .....	X
DAFTAR FOTO .....	XII
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DA LINGKUP PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	14
2.1.1 Bimbingan Belajar.....	14
2.1.2 Bisnis.....	14
2.1.3 Strategi.....	15
2.1.4 Model Bisnis.....	15
2.1.5 Model Business Canvas.....	15
2.2 Studi Literatur .....	22
2.2.1 Penelitian Terdahulu .....	22
2.2.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	24

2.2.3 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	38

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Variabel Operasional.....	39
3.3 Tahapan Penelitian.....	41
3.4 Populasi dan Sampel.....	43
3.5 Pengumpulan Data.....	45
3.5.1 Data Primer.....	46
3.5.2 Data Sekunder.....	47
3.6 Uji Keabsahan Data.....	47
3.7 Teknik Analisis Data.....	52

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Narasumber.....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Hasil Penelitian Wawancara Business Model Canvas pada Bimbingan Belajar Wiwaha.....	56
4.2.2 Hasil Penelitian dari Kuesioner berdasarkan Analisis SWOT.....	66
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	107
4.4 Gambaran <i>Business Model Canvas</i> Bimbingan Belajar Wiwaha Saat Ini.....	112
4.5 Gambaran Strategi <i>Business Model Canvas</i> Bimbingan Belajar Wiwaha.....	113

### BAB V HASIL KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	117
5.2.1 Saran untuk Bimbingan Belajar Wiwaha.....	118
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	119

DAFTAR PUSTAKA.....	120
---------------------	-----

LAMPIRAN.....	123
---------------	-----

## DAFTAR TABEL

No.	Nama Tabel	Hal.
1.1	Daftar Biaya Kursus Wiwaha.....	3
1.2	Satuan Pendidikan Nonformal.....	5
1.3	Jumlah Pelajar di DKI Jakarta Tahun 2012-2013.....	7
1.4	Jumlah Bimbingan Belajar pada Masing-Masing Kelurahan.....	7
1.5	Daftar Bimbingan Belajar pada jalan Kebagusan Raya dan awal tahun 2014.....	8
1.6	Daftar Harga Bimbingan Belajar Ibu Zainab.....	9
1.7	Daftar Harga Bimbingan Minat Baca dan Belajar Anak AIUEO.....	9
1.8	Daftar Harga Bimbingan Belajar Smart Eductaion Center.....	9
1.9	Daftar Harga Bimbingan Belajar Paramitha Education.....	10
1.10	Daftar Harga Bimbingan Nurul Fikri.....	10
2.1	<i>Business Model Canvas</i> Majalah EPIK.....	26
2.2	<i>Business Model Canvas</i> PT Kartina Tri Satria.....	28
2.3	<i>Business Model Canvas</i> Salon Mobil 21 DUA SATU.....	30
2.4	<i>Business Model Canvas</i> .....	36
3.1	Variabel Operasional.....	40
3.2	Skala Pengukuran.....	41
3.3	Tabel Informan.....	44
3.4	Klasifikasi Kriteria Kecenderungan.....	53
4.1	Tabel Informan.....	55
4.2	Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Customer Segment</i> .....	66
4.3	Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Customer Segment</i> .....	67
4.4	Gambaran Kuesioner Peluang <i>Customer Segment</i> .....	68
4.5	Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Customer Segment</i> .....	69
4.6	Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Value Preposition</i> .....	70
4.7	Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Value Preposition</i> .....	71
4.8	Gambaran Kuesioner Peluang <i>Value Preposition</i> .....	72
4.9	Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Value Preposition</i> .....	73
4.10	Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Channels</i> .....	74
4.11	Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Channels</i> .....	76
4.12	Gambaran Kuesioner Peluang <i>Channels</i> .....	77
4.13	Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Channels</i> .....	78

4.14	Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Customer Relationship</i> .....	79
4.15	Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Customer Relationship</i> .....	80
4.16	Gambaran Kuesioner Peluang <i>Customer Relationship</i> .....	81
4.17	Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Customer Relationship</i> .....	82
4.18	Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Revenue Streams</i> .....	83
4.19	Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Revenue Streams</i> .....	85
4.20	Gambaran Kuesioner Peluang <i>Revenue Streams</i> .....	87
4.21	Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Revenue Streams</i> .....	88
4.22	Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Key Resources</i> .....	89
4.23	Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Key Resources</i> .....	90
4.24	Gambaran Kuesioner Peluang <i>Key Resources</i> .....	91
4.25	Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Key Resources</i> .....	92
4.26	Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Key Activities</i> .....	93
4.27	Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Key Activities</i> .....	94
4.28	Gambaran Kuesioner Peluang <i>Key Activities</i> .....	95
4.29	Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Key Activities</i> .....	96
4.30	Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Key Partnership</i> .....	97
4.31	Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Key Partnership</i> .....	98
4.32	Gambaran Kuesioner Peluang <i>Key Partnership</i> .....	99
4.33	Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Key Partnership</i> .....	100
4.34	Gambaran Kuesioner Kekuatan <i>Cost Structure</i> .....	101
4.35	Gambaran Kuesioner Kelemahan <i>Cost Structure</i> .....	102
4.36	Gambaran Kuesioner Peluang <i>Cost Structure</i> .....	103
4.37	Gambaran Kuesioner Ancaman <i>Cost Structure</i> .....	104

## DAFTAR GAMBAR

No.	Nama Gambar	Hal.
1.1	Logo Bimbingan Belajar Wiwaha.....	1
1.2	Peta Lokasi Bimbingan Belajar Wiwaha.....	2
1.3	Struktur Organisasi Bimbingan Belajar Wiwaha.....	4
1.4	Pemetaan Bimbingan Belajar pada jalan Kebagusan Raya dan sekitar tahun 2014.....	8
1.5	Profit Bimbingan Belajar Wiwaha Tahun 2009-2013.....	11
2.1	Business Canvas Model.....	16
2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian PT KHI.....	29
2.3	Kerangka Pemikiran <i>Trans-Sector Innovation</i> .....	32
2.4	Kerangka Pemikiran <i>New Business Model Through Collaborative Idea Generation</i> .....	33
2.5	Kerangka Pemikiran <i>Canadian Fast Food Industry</i> .....	34
2.6	Kerangka Pemikiran.....	38
3.1	Tahapan-tahapan Penelitian Kualitatif.....	42
3.2	Situasi Sosial ( <i>Social Situation</i> ).....	43
3.3	Macam Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4	Uji Kredibilitas Data.....	48
3.5	Triangulasi Sumber.....	49
3.6	Triangulasi Teknik.....	49
3.7	Triangulasi Waktu.....	50
3.8	Teknik Analisis Data.....	52
3.9	Garis Kontinum Interpretasi Skor.....	53
4.10	Garis Kontinum Kekuatan <i>Customer Segment</i> .....	66
4.11	Garis Kontinum Kelemahan <i>Customer Segment</i> .....	67
4.12	Garis Kontinum Peluang <i>Customer Segment</i> .....	68
4.13	Garis Kontinum Ancaman <i>Customer Segment</i> .....	69
4.14	Garis Kontinum Kekuatan <i>Value Proposition</i> .....	70
4.15	Garis Kontinum Kelemahan <i>Value Proposition</i> .....	71
4.16	Garis Kontinum Peluang <i>Value Proposition</i> .....	72
4.17	Garis Kontinum Ancaman <i>Value Proposition</i> .....	73
4.18	Garis Kontinum Kekuatan <i>Channels</i> .....	75
4.19	Garis Kontinum Kelemahan <i>Channels</i> .....	76
4.20	Garis Kontinum Peluang <i>Channels</i> .....	77

4.21	Garis Kontinum Ancaman <i>Channels</i> .....	78
4.22	Garis Kontinum Kekuatan <i>Customer Relationship</i> .....	79
4.23	Garis Kontinum Kelemahan <i>Customer Relationship</i> .....	80
4.24	Garis Kontinum Peluang <i>Channels</i> .....	81
4.25	Garis Kontinum Ancaman <i>Customer Relationship</i> .....	82
4.26	Garis Kontinum Kekuatan <i>Revenue Streams</i> .....	84
4.27	Garis Kontinum Kelemahan <i>Revenue Streams</i> .....	86
4.28	Garis Kontinum Peluang <i>Revenue Streams</i> .....	87
4.29	Garis Kontinum Ancaman <i>Revenue Streams</i> .....	88
4.30	Garis Kontinum Kekuatan <i>Key Resources</i> .....	89
4.31	Garis Kontinum Kelemahan <i>Key Resources</i> .....	90
4.32	Garis Kontinum Peluang <i>Key Resources</i> .....	91
4.33	Garis Kontinum Ancaman <i>Key Resources</i> .....	92
4.34	Garis Kontinum Kekuatan <i>Key Activities</i> .....	93
4.35	Garis Kontinum Kelemahan <i>Key Activities</i> .....	94
4.36	Garis Kontinum Peluang <i>Key Resources</i> .....	95
4.37	Garis Kontinum Ancaman <i>Key Activities</i> .....	96
4.38	Garis Kontinum Kekuatan <i>Key Partnership</i> .....	97
4.39	Garis Kontinum Kelemahan <i>Key Partnership</i> .....	98
4.40	Garis Kontinum Peluang <i>Key Partnership</i> .....	99
4.41	Garis Kontinum Ancaman <i>Key Partnership</i> .....	100
4.42	Garis Kontinum Kekuatan <i>Cost Structure</i> .....	101
4.43	Garis Kontinum Kelemahan <i>Cost Structure</i> .....	102
4.44	Garis Kontinum Peluang <i>Cost Structure</i> .....	103
4.45	Garis Kontinum Ancaman <i>Cost Structure</i> .....	104
4.46	Garis Kontinum Kekuatan ( <i>strength</i> ) pada sembilan <i>building blocks</i> .....	105
4.47	Garis Kontinum Kelemahan ( <i>weakness</i> ) pada sembilan <i>building blocks</i> .....	105
4.48	Garis Kontinum Peluang ( <i>opportunity</i> ) pada sembilan <i>building blocks</i> .....	106
4.49	Garis Kontinum Ancaman ( <i>threat</i> ) pada sembilan <i>building blocks</i> .....	106



## DAFTAR FOTO

<b>No.</b>	<b>Nama Foto</b>	<b>Hal.</b>
4.1	Dua Murid Kelas Reguler di Bimbingan Belajar Wiwaha.....	56
4.2	Poster di Bimbingan Belajar Wiwaha.....	58
4.3	Ruang Tunggu di Bimbingan Belajar Wiwaha.....	58
4.4	Spanduk Bimbingan Belajar Wiwaha.....	59
4.5	Jalan-jalan Bersama Murid Bimbingan Belajar Wiwaha.....	60
4.6	Etalase Makanan.....	61
4.7	Salah Satu Ruangan Belajar di Bimbingan Belajar Wiwaha.....	62
4.8	Aktivitas Belajar Mengajar di Bimbingan Belajar Wiwaha.....	64
4.9	Sejumlah Buku dari Supplier Bimbingan Belajar Wiwaha.....	64