

ABSTRAK

Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) merupakan bagian dari satuan Pendidikan Luar Sekolah atau Nonformal (PNF). Seiring berjalannya waktu, bimbel semakin berkembang dan terbagi menjadi bimbel untuk K12 dan non K12 yang dapat berbentuk lembaga pelatihan. Yogyakarta yang memiliki julukan sebagai kota belajar memiliki pasar yang sangat luas baik pada segmen K12 maupun non K12 yang umumnya terdiri dari mahasiswa. Program yang dimiliki sangat bervariasi, mulai dari pelengkap materi belajar di sekolah, persiapan ujian sekolah dan masuk universitas, persiapan tes kedinasan, hingga persiapan masuk ke dunia kerja. Para pelaku bimbel yang umumnya fokus pada segmen K12 mulai melihat segmen K12 sebagai target pasar yang menarik. Penelitian ini membantu para pelaku usaha bimbel dalam memutuskan apakah perlu untuk masuk ke segmen mahasiswa dan program apa yang sebaiknya dikembangkan pada segmen tersebut. Penelitian ini dilakukan dalam bentuk wawancara dengan pelaku bisnis dan survei pasar yang dilakukan kepada mahasiswa Strata-1 di Yogyakarta. Hasil dari wawancara dipetakan menggunakan *framework The Grid* untuk melihat dampak strategi perusahaan secara keseluruhan. Dari hasil survei dapat diketahui potensi pasar dan keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dan menentukan *entry strategy* yang sebaiknya diambil. Hasil penelitian wawancara menunjukkan semua pelaku usaha bimbel tertarik untuk masuk ke segmen yang baru. Masuk ke segmen mahasiswa dapat membuat potensi *retention* dan *recurring revenue* semakin tinggi, namun perlu melakukan perubahan organisasi yang cukup signifikan. *Start up* dapat dijadikan sebagai *entry strategy* yang lebih baik karena memiliki periode persiapan layanan yang relatif singkat dan memiliki NPV yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan melakukan afiliasi. Di samping itu, karakteristik lembaga pendidikan nonformal memang memiliki kebutuhan modal yang relatif rendah, proporsi dari biaya operasional khususnya SDM akan lebih dominan dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan skala bisnis perusahaan.

Kata kunci: Bimbingan Belajar, *The Grid Framework*, *Bimbel K12*, *Revenue Stream*, *Attractiveness Test*, *Entry Strategy*

ABSTRACT

The Course and Training Institute is part of the Non-Formal Education unit. Over time, tutoring centers have evolved and divided into K12 and non-K12 segments which form of training institutes. Yogyakarta, known as the city of educations, has a broad market for both K12 and non-K12 segments which mainly consist of university students. The programs offered vary widely, from supplementary school materials, school and university entrance exam preparation, civil service exam preparation, to job market preparation. Tutoring center companies, who generally focus on the K12 segment, are starting to see the university's student segment as an attractive target market. This research helps the companies decide whether to enter the university student segment and what programs to develop in that segment. The study was conducted through interviews with tutoring companies and market surveys of university students in Yogyakarta. The interview results are mapped using The Grid framework to assess the overall impact of company strategies. The survey results reveal the market potential and profits that companies can achieve and help determine the best entry strategy. The interview findings indicate that all the companies are interested in entering the new segment. Entering the university student segment can increase retention and recurring revenue potential, but significant organizational changes are needed. Start-Up is a better entry strategy because it has a relatively short service preparation period and a higher NPV compared to forming affiliations. Additionally, the characteristics of non-formal educational institutions require relatively low capital, with operational costs, particularly human resources, being more dominant and adjustable according to the company's needs and business scale.

Keywords: Tutoring Centers, The Grid Framework, Bimbel K12, Revenue Stream, Attractiveness Test, Entry Strategy