

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA BISNIS BIMBINGAN BELAJAR TATAP MUKA: STUDI PADA PT RUANG RAYA INDONESIA (RUANGGURU)

Lenni Patima Harahap

22/501497/PEK/28750

Bimbingan belajar merupakan serangkaian kegiatan pendidikan yang terjadi di luar institusi pendidikan formal dan dimaksudkan untuk meningkatkan prestasi akademik siswa di institusi pendidikan formal. Semakin banyak orang yang menyadari bahwa pentingnya mendapatkan bantuan belajar tambahan. Peluang ini dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk membuka lembaga bimbingan belajar. Ruangguru semakin mendalami konsep *blended learning* yang biasa disebut dengan pusat bimbingan belajar tatap muka (Ruangguru Learning Center) dengan produknya bernama Brain Academy yang telah mencapai ratusan titik di Indonesia yang tersebar dari Aceh hingga Papua. Melakukan ekspansi dari tiap tahun ke tahun untuk memperluas bisnis dan juga cabangnya di berbagai daerah Indonesia. Hal ini dikarenakan banyaknya kebutuhan dan minat pada pembelajaran tatap muka.

Penelitian menggunakan *monomethod*, spesifikasinya adalah naratif interpretatif kualitatif yang didukung deskriptif kuantitatif ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor eksternal dan internal perusahaan, mengidentifikasi kondisi persaingan dan menganalisis strategi bersaing yang tepat dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada bisnis bimbingan belajar tatap muka. Hasil analisis lingkungan eksternal menunjukkan faktor peluang utama yaitu peningkatan jumlah cabang dengan melakukan ekspansi di berbagai daerah di Indonesia. Skor Matriks EFE mengindikasikan respon perusahaan baik terhadap peluang dan ancaman. Sementara dari sisi internal, kekuatan terbesar adalah memiliki *platform* pembelajaran *online* dengan layanan dan fasilitas terlengkap dibandingkan dengan kompetitor. Skor Matriks IFE menunjukkan bahwa posisi internal perusahaan adalah kuat. Posisi perusahaan pada Matriks IE menunjukkan bahwa perusahaan berada pada tahap strategi jaga dan pertahanan dengan strategi intensif yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Melalui Matriks SWOT diperoleh 5 strategi alternatif dan penentuan prioritas utama strategi QSPM adalah menambah cabang baru di kota-kota besar atau daerah yang memiliki potensial tinggi untuk pertumbuhan pendidikan.

Kata Kunci: bimbingan belajar, ekspansi, pendidikan, strategi bersaing

ABSTRACT

ANALYSIS OF COMPETITIVE STRATEGIES IN THE FACE-TO-FACE TUTORING BUSINESS: A STUDY AT PT RUANG RAYA INDONESIA (RUANGGURU)

Lenni Patima Harahap

22/501497/PEK/28750

Tutoring is a series of educational activities outside formal educational institutions intended to improve student academic achievement in formal educational institutions. More and more people are realizing the importance of getting additional study help. This opportunity is exploited by business people to open tutoring institutions. Ruangguru is increasingly exploring the concept of blended learning, usually called a face-to-face tutoring center (Ruangguru Learning Center) with its product Brain Academy, which has reached hundreds of points in Indonesia spread from Aceh to Papua. It is expanding from year to year to expand its business and branches in various regions in Indonesia. This is because there is a large need and interest in face-to-face learning.

This research uses a monomethod, the specification is a qualitative interpretive narrative supported by quantitative descriptive. The aim is to identify external and internal company factors, identify competitive conditions, and analyze appropriate competitive strategies to increase competitive advantage in the face-to-face tutoring business. The results of the external environmental analysis show that the main opportunity factor is increasing the number of branches by expanding in various regions in Indonesia. The EFE Matrix score indicates a company's response to both opportunities and threats. Meanwhile, from the internal side, the biggest strength is having an online learning platform with the most complete services and facilities compared to competitors. The IFE Matrix score shows that the company's internal position is strong. The company's position in the IE Matrix shows that the company is at the guard and defense strategy stage with intensive strategies, namely market penetration, market development, and product development. Through the SWOT Matrix, 5 alternative strategies were obtained and the main priority for the QSPM strategy was to add new branches in big cities or areas that have high potential for educational growth.

Keywords: *tutoring, expansion, education, competitive strategy*