

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Lingkup Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Strategi.....	13
2.2 Analisis Lingkungan Eksternal	14
2.2.1 Analisis PESTEL	14
2.2.2 Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	16
2.3 Analisis Lingkungan Internal	20
2.3.1 Analisis VRIO	20
2.4 Formulasi Strategi	21
2.5 Konsep Keunggulan Bersaing (<i>Competitive Advantage</i>).....	22
2.6 Kajian Penelitian Terdahulu	24
2.7 Kerangka Penelitian	27

BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Metode Pengumpulan Data	28
3.3 Instrumen Penelitian	29
3.4 Metode Analisis Data	30
3.4.1 Matriks External Factor Evaluation (EFE)	31
3.4.2 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE).....	32
3.4.3 Matriks Internal-External (IE Matrix).....	33
3.4.4 Matriks SWOT	35
3.5 Profil PT Ruangguru	39
3.5.1 Visi, Misi dan Nilai-Nilai Perusahaan	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Analisis Faktor Lingkungan	44
4.1.1 Analisis Lingkungan Eksternal	44
4.1.1.1 Analisis PESTEL.....	44
4.1.1.2 Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	54
4.1.2 Analisis Lingkungan Internal.....	60
4.1.2.1 Analisis <i>Value, Rarity, Imitability, dan Organization</i> (VRIO) ...	61
4.2 Matriks External Factor Evaluation (EFE).....	68
4.2.1 Peluang (<i>Opportunities</i>).....	69
4.2.2 Ancaman (<i>Threats</i>).....	71
4.2.3 Hasil Perhitungan Matriks EFE	74
4.3 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE).....	75
4.3.1 Kekuatan (<i>Strengths</i>).....	75
4.3.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>)	78
4.3.3 Hasil dari Matrik IFE	80
4.4 Matriks Internal – External (IE Matrix)	81
4.5 Matriks <i>Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats</i> (SWOT)	82
4.6 <i>Quantitative Strategic Planning</i> (QSPM)	85
BAB V SIMPULAN	87
5.1 Simpulan.....	87

5.2	Implikasi	88
5.3	Keterbatasan	88
5.4	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 5 Bimbingan Belajar di Indonesia	4
Tabel 1.2 Jumlah Cabang dan Siswa Bimbel Ruangguru 2019-2023.....	7
Tabel 3.1 Matriks SWOT.....	37
Tabel 4.1 Penilaian Persaingan dari Industri yang Sama.....	55
Tabel 4.2 Penilaian Ancaman Pendatang Baru	57
Tabel 4.3 Penilaian Ancaman Produk Substitusi	58
Tabel 4.4 Penilaian Daya Tawar Pemasok.....	59
Tabel 4.5 Penilaian Daya Tawar Konsumen.....	60
Tabel 4.6 Perbandingan Fasilitas yang Diberikan Ruangguru kepada <i>Customer</i> . 62	
Tabel 4.7 Analisis VRIO terhadap Strategi Bersaing Ruangguru dalam Persaingan Bisnis Bimbingan Belajar Tatap Muka	67
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Matriks EFE	74
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Matriks IFE	80
Tabel 4.10 Perumusan Strategi Alternatif pada Matriks SWOT.....	83
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan QSPM.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Lembaga Bimbingan Belajar yang Terdaftar di Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Analisis PESTEL.....	14
Gambar 2.2 Five Forces Framework.....	16
Gambar 2.3 Strategi Generik Michael E. Porter	23
Gambar 2.4 Kerangka Penelitian	27
Gambar 3.1 Matriks Internal-Eksternal.....	34
Gambar 3.2 Logo Perusahaan Ruangguru	39
Gambar 3.3 Budaya Ruangguru	42
Gambar 4.1 Harga yang Ditawarkan Tiap Daerah.....	47
Gambar 4.2 Diskon Harga dan Metode Pembayaran Bimbel Ruangguru	48
Gambar 4.3 Analisis Pasar yang Dilakukan Ruangguru	52
Gambar 4.4 Izin LKP yang Sudah Terbit di Bimbel Ruangguru	53
Gambar 4.5 Hasil Matriks Internal-Eksternal	82
Gambar 4.6 Strategi Keunggulan Bersaing.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	92
Lampiran 2. Pertanyaan Penelitian Matriks EFE dan Matriks IFE.....	94
Lampiran 3. Pertanyaan Penelitian Matriks QSPM	101
Lampiran 4. Hasil Perhitungan Matriks QSPM	105