

DAFTAR ISI

Lembar judul.....	i
Lembar pengesahan.....	ii
Lembar pernyataan.....	iii
Kata pengantar.....	iv
Daftar isi.....	vi
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xvi
Abstrak.....	xvii
Abstract.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Pertanyaan Peneliatian.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.6. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	10
1.7. Sistematika Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13

2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Industri Jasa Bimbingan Belajar.....	13
2.1.1.1. Profil Usaha Bimbingan Belajar.....	13
2.1.1.2 Aspek-Aspek dalam Lembaga Bimbel.....	15
2.1.1.3 Perkembangan Industri Jasa Bimbel.....	15
2.1.2. Manajemen Strategik.....	17
2.1.3. Analisis Lingkungan Eksternal.....	20
2.1.3.1 <i>Five-Forces Analysis</i>	22
2.1.3.2 <i>Key Success Factors Analysis</i>	25
2.1.4. Analisis Lingkungan Internal.....	26
2.1.4.1 VRIO Framework	29
2.1.5. Formulasi Strategi melalui Analisis SWOT.....	33
2.1.5.1. Matriks Faktor Evaluasi Eksternal (EFE)	34
2.1.5.2 Matriks Faktor Evaluasi Internal (IFE).....	35
2.1.5.3 Matriks Internal-Eksternal (I-E).....	37
2.2. Penelitian Terdahulu.....	39
2.3. Kerangka Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1. Disain Penelitian	48
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	50
3.3. Instrumen Penelitian.....	52
3.4. Metode Analisis Data.....	53

3.5. Profil PT Rumah Belajar O-Friends.....	55
3.5.1. Sejarah Singkat.....	55
3.5.2. Misi PT Rumah Belajar O-Friends.....	56
3.5.3. Program Unggulan FOKUS O-Friends.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Analisis Lingkungan Eksternal.....	60
4.1.1. <i>Five Forces Analysis</i>	60
4.1.2. <i>Key Success Factors Analysis</i>	76
4.1.3. Peluang dan Ancaman PT Rumah Belajar O-Friends.....	79
4.2. Analisis Lingkungan Internal.....	80
4.2.1 Analisis Fungsional PT Rumah Belajar O-Friends.....	80
4.2.2. <i>VRIO Analysis</i>	107
4.2.3. Kekuatan dan Kelemahan PT Rumah Belajar O-Friends.....	114
4.3. Analisis SWOT	115
4.3.1 Matriks EFE.....	115
4.3.2. Matriks IFE.....	116
4.3.3. Matriks I-E	117
4.4. <i>Gap Analysis</i>	117
4.5. Rekomendasi Alternatif Strategi	118
BAB V SIMPULAN.....	120
5.1. Simpulan	120
5.2. Implikasi	122

5.3. Saran.....	122
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	123
5.5. Saran Penelitian Mendatang	124
Daftar Pustaka.....	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Sebaran Bimbel di Indonesia dan Jabodetabek	3
Tabel 1.2. Laporan Laba-Rugi O-Friends dari Tahun ke Tahun	8
Tabel 2.1. Materi Belajar menurut Strata dan Kelas pada Lembaga Bimbel	13
Tabel 2.2. Aspek-aspek dalam Lembaga Bimbel	15
Tabel 2.3. VRIO <i>Framework</i>	32
Tabel 2.4. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal.....	35
Tabel 2.5. Matriks Evaluasi Faktor Internal.....	36
Tabel 2.6. Ringkasan Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1. Daftar Narasumber	51
Tabel 3.2. Daftar Kuisioner	52
Tabel 3.3. Ringkasan Desain Penelitian.....	54
Tabel 3.4. Daftar Unit PT Rumah Belajar O-Friends.....	56
Tabel 3.5. Ringkasan Program O-Friends dalam FLS.....	58
Tabel 4.1. Informasi Bimbingan Belajar di Jakarta Barat.....	63
Tabel 4.2. Kesimpulan Analisis Kekuatan Rivalitas antar Pesaing.....	64
Tabel 4.3. Kesimpulan Analisis Kekuatan Ancaman Pendatang Baru.....	69
Tabel 4.4. Biaya Investasi Lembaga Bimbel menurut Laporan PPUK BI.....	69
Tabel 4.5. Kesimpulan Analisis Kekuatan Ancaman Produk Substitusi.....	73
Tabel 4.6. Ilustrasi Rekap Biaya Operasional Lembaga Bimbel	74

Tabel 4.7. Kesimpulan Analisis Kekuatan Daya Tawar Pemasok.....	74
Tabel 4.8. Kesimpulan Analisis Kekuatan Daya Tawar Pembeli.....	75
Tabel 4.9. Kesimpulan Analisis 5- <i>forces</i>	75
Tabel 4.10. Alasan Pemilihan Bimbel Berdasarkan Hasil Survey kepada 50 Siswa SMA di Jakarta Barat.....	76
Tabel 4.11. Ringkasan Analisis Eksternal Industri Bimbel di Jakarta Barat terhadap Rumah Belajar O-Friends.....	79
Tabel 4.12. Perbandingan Biaya, Metode Pembayaran serta Promosi dan Diskon pada Bimbel di Jakarta Barat untuk Segmen Pasar 12 SMA.....	81
Tabel 4.13. Ringkasan Analisis Fungsional Aspek Pemasaran Rumah Belajar O- Friends.....	87
Tabel 4.14. Penerimaan Siswa Tahunan Unit O-Friends pada Area Operasional Jakarta.....	92
Tabel 4.15. Ringkasan Analisis Fungsional Aspek Teknis Pelaksanaan Rumah Belajar O-Friends.....	104
Tabel 4.16. Laporan Laba-Rugi PT Rumah Belajar O-Friends.....	105
Tabel 4.17. Laba Bersih PT Rumah Belajar O-Friends 2018 berdasarkan Area Operasi	106
Tabel 4.18. Ringkasan Analisis Fungsional Aspek Keuangan PT Rumah Belajar O- Friends	107
Tabel 4.19. Evaluasi Pendekatan VRIO terhadap <i>Tangible Resources</i> pada PT Rumah Belajar O-Friends	109

Tabel 4.20. Evaluasi Pendekatan VRIO terhadap <i>Intangible Resources</i> pada PT Rumah Belajar O-Friends	111
Tabel 4.21. Evaluasi Pendekatan VRIO terhadap <i>Human Resources</i> pada PT Rumah Belajar O-Friends.....	113
Tabel 4.22. Evaluasi Pendekatan VRIO terhadap <i>Organizational Capabilities</i> pada PT Rumah Belajar O-Friends.....	114
Tabel 4.23. Ringkasan Analisis Eksternal Industri Bimbel di Jakarta Barat terhadap PT Rumah Belajar O-Friends.....	114
Tabel 4.24. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) dari Industri Jasa Bimbel terhadap PT Rumah Belajar O-Friends.....	115
Tabel 4.25. Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) dari PT Rumah Belajar O-Friends	116
Tabel 5.1. Kesimpulan Analisis <i>5-forces</i>	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Peserta Ujian SNMPTN dan SBMPTN.....	2
Gambar 1.2. Lokasi Baru Inten yang Berdekatan dengan O-Friends.....	5
Gambar 1.3. Peningkatan Pengguna Bimbel daring Zenius.....	6
Gambar 1.4. Penerimaan Siswa O-Friends dari Tahun ke Tahun.....	7
Gambar 2.1. Struktur Organisasi Lembaga Bimbel.....	15
Gambar 2.2. Perbandingan Harga Bimbel Daring.....	16
Gambar 2.3. <i>Porter's Five Forces</i>	22
Gambar 2.4. Kerangka VRIO menurut Teori RBV.....	29
Gambar 2.5. <i>SWOT Framework</i>	34
Gambar 2.6. Internal-Eksternal Matriks yang Dikembangkan dari <i>General Electric (GE) business screen matrix</i>	38
Gambar 2.7. Kerangka Kerja Penelitian.....	47
Gambar 3.1. Skema metode belajar focus learning strategy O-Friends.....	58
Gambar 4.1. Hasil Survey Mengenai Alasan Siswa SMA Mengikuti Bimbingan Belajar.....	61
Gambar 4.2. Hasil Survey Mengenai Alasan Siswa Memilih Bimbel.....	64
Gambar 4.3. Daftar Lokasi Unit Brain Academy x Ruangguru.....	66
Gambar 4.4. Ringkasan Hasil Survey Mengenai Peran Bimbel dalam Seleksi Masuk PTN	70

Gambar 4.5. Ringkasan Hasil Survey Mengenai Urgensi Komponen pada Bimbel Konvensional.....	70
Gambar 4.6. Hasil Survey kepada 50 Siswa Mengenai Urgensi Nilai Emosional dalam Memilih Bimbel.....	77
Gambar 4.7. Hasil Survey kepada 50 Siswa Mengenai Urgensi Nilai Kondisional dalam Memilih Bimbel.....	77
Gambar 4.8. Hasil Survey kepada 50 Siswa Mengenai Preferensi Lokasi Siswa dalam Memilih Bimbel	78
Gambar 4.9. Hasil Survey kepada 299 Siswa O-Friends Mengenai Motivasi Memilih Rumah Belajar O-Friends	80
Gambar 4.10. Hasil Survey kepada 299 Siswa O-Friends Mengenai Harga Bimbel di Rumah Belajar O-Friend	83
Gambar 4.11. Hasil Survey kepada 299 Siswa O-Friends Mengenai darimana Pertama Kali Mendengar tentang O-Friends	86
Gambar 4.12. Hasil Survey kepada 299 Siswa O-Friends Mengenai Kepuasan Pelayanan di Rumah Belajar O-Friends.....	94
Gambar 4.13. Hasil Survey kepada 299 Siswa O-Friends Mengenai Alasan Siswa Memilih Bimbel.....	94
Gambar 4.14. Ringkasan Hasil Survey Mengenai Sistem Seleksi Pengajar O-Friends	96
Gambar 4.15. Hasil Survey kepada 38 Pengajar O-Friends Mengenai Sistem Evaluasi Menggunakan Angket Siswa.....	98

Gambar 4.16. Ringkasan Hasil Survey Mengenai Penghargaan atas Prestasi kepada Pengajar O-Friends.....	98
Gambar 4.17. Hasil Survey kepada 38 Pengajar O-Friends Mengenai Pentingnya Penghargaan terhadap Prestasi Pengajar.....	99
Gambar 4.18. Hasil Survey kepada 38 Pengajar O-Friends Mengenai Motivasi Mengajar di O-Friends.....	100
Gambar 4.19. Hasil Survey kepada 38 Pengajar O-Friends Mengenai Prospek Karir Jangka Panjang.....	100
Gambar 4.20. Hasil Survey kepada 38 Pengajar O-Friends Mengenai Hal yang Tidak Disenangi dari O-Friends.....	100
Gambar 4.21. Hasil Survey kepada 38 Pengajar O-Friends Mengenai Pembagian Tugas Kerja di O-Friends	103
Gambar 4.22. Hasil Survey kepada 38 Guru/Pengajar O-Friends Mengenai Alasan Senang Mengajar di O-Friends.....	103
Gambar 4.23. Posisi PT Rumah Belajar O-Friends dalam Martiks I-E berdasarkan nilai EFE dan IFE.....	117

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I: Data Siswa PT Rumah Belajar O-Friends Tahun 2015-2019.....	127
Lampiran II: Laporan Laba-Rugi PT Rumah Belajar O-Friends Tahun 2015-2018	130
Lampiran III: Kuisioner 1 Kepada Siswa SMA di Jakarta Barat	133
Lampiran IV: Kuisioner 2 Kepada Siswa PT Rumah Belajar O-Friends	136
Lampiran V: Kuisioner 3 Kepada Pengajar PT Rumah Belajar O-Friends.....	139
Lampiran VI: Transkrip Wawancara.....	142