

BAB 4

KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

4.1 Kesimpulan

1. Karakteristik persaingan usaha jasa bimbingan belajar berdasarkan *Threat of new entrant* tergolong tinggi. Pendetang baru dapat mempertimbangkan untuk membuka tempat dengan modal besar atau kecil. Namun, hambatan utama bagi pendatang baru adalah *skill* yang dimiliki untuk menjadi pengajar. Sedangkan untuk *Threat of substitute platform* bimbingan belajar *online* cukup menjadi tantangan yang kuat bagi jasa bimbingan belajar yang ada. Dalam *Bargaining power of supplier* (tenaga kerja) pada bimbingan belajar termasuk rendah karena setiap tahun terjadi peningkatan lulusan mahasiswa di bidang pendidikan. Namun, *Bargaining power of buyer* cukup tinggi karena mereka dapat mencari informasi terkait harga, kualitas, dan *track record* yang banyak tersebar pada internet yang dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen. *Rivalry among competitor* dikatakan tinggi terlihat dari berbagai jasa bimbingan belajar yang ada di masyarakat. Program yang ditawarkan dari berbagai bimbingan belajar pun tidak berbeda jauh dari satu dengan yang lainnya.
2. Strategi bimbingan belajar *online* menggunakan pendekatan *Best-cost provider strategy* dengan memberikan fitur menarik yang diberikan kepada konsumen serta menawarkan harga yang terjangkau. Sedangkan pada bimbingan belajar lembaga dan privat menggunakan *Focused*

differentiation strategy, karena masing-masing menawarkan berbagai fasilitas yang dapat menarik konsumen dan konsumen rela untuk mengeluarkan harga yang lebih untuk menggunakannya.

3. Rancangan strategi yang tepat bagi jasa bimbingan belajar privat adalah *Focused differentiation strategy* sebagaimana yang sudah diaplikasikan ke Obusway sebagai unit analisis dalam studi kasus ini. Fokus menjaga kualitas, memberikan bimbingan secara privat dan fokus untuk mengenalkan jasanya di masyarakat luas untuk memperkuat *brand image*. Sejalan dengan hal tersebut, bimbingan belajar privat perlu menyesuaikan tim ajar dengan banyaknya permintaan dari pasar.

4.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa rekomendasi, yaitu:

- a. bagi jasa bimbingan belajar privat termasuk Obusway:
 - Mempertimbangkan faktor lingkungan internal dan eksternal yang sudah dijabarkan peneliti.
 - Memiliki keunikan tersendiri atas cara pengajaran kepada murid didik serta selalu mengasah kemampuan dalam menghadapi persoalan mata pelajaran.
 - Dalam melakukan perekrutan tenaga ajar, perlu melakukan pelatihan dari segi metode pembelajaran dan ilmu psikologis kepada tenaga kerja/ tim ajar agar dapat memahami karakter dari setiap murid didik.

- Memperbaiki *website* agar lebih menarik dan mencoba memiliki fitur ketersediaan kelas dan jadwal untuk memudahkan calon murid didik yang ingin mendaftar bimbingan.
- b. Bagi jasa bimbingan belajar lembaga:
- Memiliki aplikasi dengan fitur pengadaan *try out*, perkumpulan soal-soal dan rumus, metode pembayaran, dan jadwal bimbingan.
 - Memiliki metode bimbingan melalui 2, yaitu *offline* dan *online* serta dalam penentuan harga dibagi menjadi beberapa program, seperti mulai dari harga terendah dengan menawarkan beberapa kali pertemuan sampai harga tertinggi.
- c. Bagi jasa bimbingan belajar *online*:
- Memiliki berbagai fitur dan fitur yang ditampilkan dapat dengan mudah dipahami dan digunakan oleh konsumen
 - Dalam menampilkan video pembelajaran dapat dijelaskan dengan bahasa informal dan video yang menarik

4.3 Implikasi

Berdasarkan rekomendasi yang sudah dijabarkan diatas, jika diterapkan akan memberikan dampak seperti:

- a. Bagi bimbingan belajar privat termasuk Obusway:
- Dapat menjadi pertimbangan dan persiapan bagi yang ingin terjun pada bimbingan belajar privat.
 - Dapat menjadi perbedaan dari pada pesaing dan dapat menarik konsumen.

- Para tenaga kerja dapat menyesuaikan metode pengajaran dan metode pendekatan untuk setiap murid didik yang dibimbing dengan tujuan selama proses bimbingan berjalan dengan baik.
 - Memudahkan dalam melakukan pendataan calon murid didik yang akan daftar dan dalam memperbaiki *website* untuk memberikan kesan menarik bagi para konsumen.
- b. Bagi jasa bimbingan belajar lembaga:
- Dapat memudahkan murid didik selama proses bimbingan belajar serta pengajar yang terlibat
 - Dapat dijadikan alternatif bagi murid didik dalam hal bimbingan dan penentuan harga dibagi menjadi beberapa program dengan tujuan dapat menjangkau konsumen yang hanya ingin mengikuti bimbingan dalam pertemuan beberapa kali.
- c. Bagi jasa bimbingan belajar *online*:
- Konsumen memiliki rasa puas akan berbagai fitur dan konsumen dapat dengan mudah tertarik
 - Konsumen yang menggunakannya akan lebih paham atas pelajaran yang diajarkan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. d. (2004). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta .
- Bastian, A. (2015). Analisis Strategi Bisnis dan Perancangan Strategis Sistem Informasi pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus : Universitas Majalengka). *Infotech Journal*, 55-61.
- Chaterine, R. N. (2020, Juni 17). *Cerita Ortu Panggil Guru Privat demi Bantu Anak Belajar dari Rumah*. Retrieved April 13, 2021, from detikNews: <https://news.detik.com/berita/d-5057053/cerita-ortu-panggil-guru-privat-demi-bantu-anak-belajar-dari-rumah>
- CNNIndonesia. (2019, November 11). *Bimbel Konvensional di Tengah 'Gempuran' Bimbel Online*. Retrieved April 13, 2021, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20191107205214-185-446514/bimbel-konvensional-di-tengah-gempuran-bimbel-online>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management*. New Jersey: Pearson Education inc.
- Deviyana, N. (2016, Agustus 04). *Perluakah Lest Tambahan untuk Anak?* Retrieved April 12, 2021, from medcom.com: https://www.medcom.id/rona/keluarga/dN6Ommrb-perluakah-les-tambahan-untuk-anak?__cf_chl_jschl_tk__=9c2692c452f9c79f2aea3ad453cddb91005b81bc-1618219485-0-AdUF0hq64w5yGX2FECwfDy_LFwrQV5SUzO3i3V56wT65W7IvcXNoV-NSOGhTd5ptCSsnVDWqi6pnaa4I3ApIeFQD3L_6hrynz2FFR5gziZmqboOsJvFrSSPe4eG5nceDRg-L5xY0sn8jovJ0g-rqutNs8AaXwMrgQWKS34ZMBCmWNqUxitnMIq07RdAivEvDOZvxGL2C7TDtY2MFEAjtAXz-by5yJDdgTFAlej-LAX5X4Q5q3ZYA8bS4KErL9d5oITxE_t7ftsIaVU71qabGNywIVE2_v0PRXmUdbfDuC4c48ouZ3mmWtMQASqI2RGIjY1bZ8HSqSwB0b5fj06LpOAOOnmoZFhvhdAzslEHTHKNWMHulFBK1OWsCnf77LVeXFUNcR

LbXC0xKMbtEp6eXDup9ch5UXrVL1P_rkLHe94rIkbsrGSpGdm3b64etq
aFhw

- Gideon, S. (2018, Juli). PERAN MEDIA BIMBINGAN BELAJAR ONLINE “RUANGGURU” DALAM PEMBELAJARAN IPA BAGI SISWA SMP DAN SMA MASA KINI: SEBUAH PENGANTAR. *JDP*, 11, 167-182.
- Hafiz, Abdul. (2016, Oktober 8). *Kenapa Siswa Masih Les Tambahan? Antara Trend dan Kebutuhan*. Retrieved April 12, 2021, from [tribunnews.com: https://palembang.tribunnews.com/2016/10/08/kenapa-siswa-masih-les-tambahan-antara-trend-dan-kebutuhan](https://palembang.tribunnews.com/2016/10/08/kenapa-siswa-masih-les-tambahan-antara-trend-dan-kebutuhan)
- Hunger, T. L., & David. (2008). *Strategic Management and Business Policy*. New Jersey: Prentice Hall Internasional.
- Idris, M. (2020). *Dianggap Mendisrupsi Bisnis Guru Bimbel, Ini Respon Pendiri Ruangguru* Artikel ini telah tayang di *Kompas.com* dengan judul "Dianggap Mendisrupsi Bisnis Guru Bimbel, Ini Respon Pendiri Ruangguru", *Klik untuk baca: https://money.kompas.com/read/2020/04/26/1*. Retrieved from [kompas.com: https://money.kompas.com/read/2020/04/26/172157326/dianggap-mendisrupsi-bisnis-guru-bimbel-ini-respon-pendiri-ruangguru?page=all](https://money.kompas.com/read/2020/04/26/172157326/dianggap-mendisrupsi-bisnis-guru-bimbel-ini-respon-pendiri-ruangguru?page=all)
- Isti. (2016, Februari 9). *Memilih Bimbel; Keraguan Orangtua Pada Pendidikan Sekolah?* Retrieved April 12, 2021, from [kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/nengo/54f5d07ca33311b5528b45b9/memilih-bimbel-keraguan-orang-tua-pada-pendidikan-sekolah](https://www.kompasiana.com/nengo/54f5d07ca33311b5528b45b9/memilih-bimbel-keraguan-orang-tua-pada-pendidikan-sekolah)
- Jauch, L. R., & Glueck, W. F. (1998). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan* (Edisi ketiga ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: Pearson Education.
- Lidwina, A. (2020, September 18). *Aplikasi Apa yang Makin Sering Digunakan Anak Muda ASEAN selama Pandemi?* Retrieved April 20, 2021, from katadata.co.id:

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/18/aplikasi-apa-yang-makin-sering-digunakan-anak-muda-asean-selama-pandemi#>
- Mamikos.com. (2021, Januari 21). *Membandingkan Jumlah Pendaftar SBMPTN Dari Tahun ke Tahun Hingga 2021*. Retrieved from mamikos.com: <https://mamikos.com/info/membandingkan-jumlah-pendaftar-sbmptn-dari-tahun-ke-tahun/>
- Mullins, J. W. (2012). *Marketing Management : A Strategic Decision - Making Approach*. Newyork: McGraw-Hill.
- NusaCaraka. (n.d.). *Berbagai macam bimbingan belajar yang tersedia untuk siswa*. Retrieved April 19, 2021, from Nusa Caraka: <https://nusacaraka.com/2019/01/23/macam-macam-bimbingan-belajar/>
- Pearce II, J. A., & Richard B. Robinson, J. (1997). *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian* (Pertama ed.). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Permatasari , D. E., Hamid, D., & Wilopo. (2015). PENENTUAN STRATEGI BISNIS MANAJEMEN HOTEL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN (Studi Kasus di Quds Royal Hotel Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1-8.
- Porter, E. M. (1985). *Competitive Advantage-Creating and Sustaining SuperiorPerformance*. New York: Free Press.
- Qona'ah, S. (2021). Strategi Bisnis Startup Social Enterprise Wahyoo Dalam Menghadapi Situasi Pandemi Covid-19. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 21, 1-9.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT teknik membelah kasus bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- RuangGuru. (n.d.). *Tentang Ruangguru*. Retrieved April 16, 2021, from ruangguru: <https://www.ruangguru.com/about-us>
- Safrudin, H. (2014). Pengaruh Pelayanan Bimbingan Belajar terhadap Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, 63.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : a skill-building approach* (seventh Edition ed.). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.

- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksar.
- Syaipudin, L. (2021, Januari 22). *Bimbel Ganseha Oeration Tulungagung Diperingatkan Satgas Covid-19*. Retrieved from faktualnews.com: <https://faktualnews.co/2021/01/22/bimbel-ganesha-operation-tulungagung-diperingatkan-satgas-covid-19/251574/>
- Thompson, A., John E, G., Margaret A, P., & A, S. J. (2016). *Crafting and Executing Strategy*. New York: Mc Graw Hill Education.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy, Ghoxali, Imam.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wardani, A. S. (2020, November 12). *Aplikasi Edutech Zenius Kini Layani Lebih dari 15 Juta Pengguna di Seluruh Indonesia*. Retrieved April 16, 2021, from Liputan6: <https://m.liputan6.com/tekno/read/4406037/aplikasi-edutech-zenius-kini-layani-lebih-dari-15-juta-pengguna-di-seluruh-indonesia>
- Zaenudin, A. (2019, Febuari 15). *Bimbel Seolah Wajib bagi Calon Mahasiswa, Tak Cukupkah Sekolah?* Retrieved April 12, 2021, from tirto.id: <https://tirto.id/bimbel-seolah-wajib-bagi-calon-mahasiswa-tak-cukupkah-sekolah-dgbX>