



ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA BIMBINGAN BELAJAR VENUS DENGAN MENGGUNAKAN SOFTWARE EIEWS DAN METODE QUANTITATIVE STRATEGY PLANNING MATRIX (QSPM)

Analysis Of Business Development Strategies In Venus Tutoring Using Eviews Software And Quantitative Strategy Planning Matrix (Qspm) Method

Adit Achmad Fauzi

Universitas Indraprasta PGRI Jakarta, Indonesia

*Email: aditachmadfauzi125@gmail.com

*Correspondence: Adit Achmad Fauzi

DOI:

ABSTRAK

Bisnis Bimbingan Belajar telah berkembang sejak lama, bisnis ini menjadi salah satu bisnis yang berkembang menjadi franchise. Sasaran pengguna jasa dari usaha ini cukup beragam mulai dari pendidikan dasar sampai umum. Bimbingan Belajar Venus berdiri sejak tahun 2014 di Kota Depok. Tujuan utama memberikan pembelajaran dan motivasi bagi anak dalam belajar agar lebih semangat dalam belajar dan berprestasi di sekolah. Dalam penelitian ini dilakukan observasi dan wawancara dengan customer sehingga didapatkan 12 faktor internal dan 12 faktor eksternal. Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan software Eviews 10 dimana hasil nilai dari probabilitas C (konstanta) 0,0246 dan x (variable independent) 0,0000. maka, x sebagai variable bebas. berpengaruh signifikan terhadap y sebagai variable terikat. Total nilai dari matriks IFE 3,504 total nilai dari matriks EFE 3,501 dimana untuk tahap pencocokan berada pada kuadran I yakni tumbuh dan kembangkan. Untuk menentukan alternative strategi pemasaran terbaik bagi Bimbingan Belajar Venus dengan menggunakan metode QSPM dengan melihat hasil nilai daya tarik Total Attractiveness Score (TAS) terbesar yang diperoleh dari perkalian bobot dengan Attractiveness Score-AS. Alternative strategi yang paling menarik dan diprioritaskan adalah membuka cabang baru Bimbingan Belajar Venus dan membina hubungan yang baik dengan sekolah. Total Attractive Score sebesar 7,34. alternative strategi lain dengan Peningkatan promosi terutama melalui media sosial Total Attractive Score sebesar 6,60. Dan meningkatkan pelatihan pada tenaga pengajar untuk meningkatkan kualitas Bimbingan belajar sehingga dapat memenuhi permintaan Konsumen Total Attractive Score sebesar 6,58.

Kata kunci: Jasa, Eviews, Matriks, Strategi

ABSTRACT

The Tutoring business has been growing for a long time, this business has become one of the businesses that has developed into a franchise. The target service users of this business are quite diverse ranging from basic to general education. Venus Tutoring was established in 2014 in Depok City. The main goal is to provide learning and motivation for children in learning to be more enthusiastic in learning and achieving in school. In this study, observations and interviews with customers were carried out so that 12 internal factors and 12 external factors were obtained. Based on data processing using evIEWS10 software where the result of the probability C (constant) 0.0246 and x (independent variable) 0.0000. Thus, x as a free variable. Significance affects Y as a dependent variable. The total value of the IFE matrix is 3.504 The total value of the EFE matrix is 3.501 where the matching stage is in quadrant I, which is growing and developing. To determine the best alternative marketing strategy for Venus Tutoring using the QSPM method by looking at the results of the largest Total Attractiveness Score (TAS) attractiveness score obtained from weight multiplication with the Attractiveness Score-US. The most attractive and prioritized alternative strategy is to open a new branch of Venus Tutoring and foster a good relationship with the school. Total Attractive Score of 7.34 . Another alternative strategy with increased promotion, especially through social media, Total Attractive Score of 6.60. And increase training for teaching staff to improve the quality of tutoring so that it can meet Consumer demand Total Attractive Score of 6.58.

Keywords: *Services, EvIEWS, Matrix, Strategy*

PENDAHULUAN

Pada prinsipnya setiap siswa memiliki hak memperoleh peluang untuk mencapai kinerja akademik yang memuaskan. Namun, dalam realita sehari-hari, setiap siswa memiliki berbagai perbedaan baik dalam hal kemampuan intelektual bakat, minat, kemauan, perhatian, partisipasi, latar belakang keluarga, sikap dan kebiasaan belajar yang terkadang sangat mencolok antara siswa satu dengan yang lainnya.

Menurut (El Fiah & Purbaya, 2016) Bimbingan Belajar adalah bimbingan dalam hal menemukan cara belajar yang tepat, dalam memilih program studi yang sesuai, dan dalam mengatasi kesukaran-kesukaran yang timbul berkaitan dengan tuntunan-tuntunan belajar di suatu institusi pendidikan. Sehingga Pendidikan itu ialah sebuah upaya untuk mengembangkan kecakapan individu, baik secara sikap maupun perilaku dalam bermasyarakat Pendidikan juga bisa dijalani melalui 2 hal yakni pendidikan formal dan non formal (Jumiatmoko et al., n.d.). Pendidikan formal ialah pendidikan yang bisa didapat dengan mengikuti kegiatan atau program pendidikan yang terstruktur serta terencana oleh badan pemerintahan misalnya melalui sekolah atau universitas. Pendidikan non formal ialah pendidikan yang bisa didapat melalui aktivitas kehidupan sehari-hari yang tidak terikat oleh lembaga bentukan pemerintahan, misalnya belajar melalui pengalaman, belajar sendiri melalui buku bacaan serta belajar melalui Lembaga Bimbingan Belajar (Saktisyahputra, 2018).

Bisnis Bimbingan Belajar telah berkembang sejak lama, bisnis ini menjadi salah satu bisnis yang berkembang menjadi franchise. Sasaran pengguna jasa dari usaha ini cukup beragam mulai dari pendidikan dasar sampai umum (Munir & Ma'sum, 2022). Menurut (El Fiah & Purbaya, 2016) Bimbingan Belajar adalah suatu bantuan yang diberikan pada siswa untuk mengatasi masalah-masalah dalam belajar sehingga mendapat hasil yang baik. Dalam hal ini Bimbingan Belajar Venus adalah suatu lembaga yang memberikan pembelajaran tambahan yang diberikan kepada anak maupun orang dewasa .untuk menambah intensitas belajar anak (Priyanto, 2016) (Sholeha et al., 2018).

Bimbingan Belajar Venus berdiri sejak tahun 2014 di Kota Depok. Bimbingan Belajar ini bergerak dalam bidang jasa pendidikan non formal dimana tujuan utama memberikan pembelajaran dan motivasi bagi anak dalam belajar agar lebih semangat dalam belajar dan berprestasi dalam sekolah (Wisudawati & Sulistyowati, 2022) (Dayat, 2019). Berikut data anak Bimbingan Belajar Venus Tahun 2019/2020:

Tabel 1.1
Data siswa Bimbingan Belajar Venus
Tahun ajaran 2019/2020

No	Kelas	Jumlah Anak
1	Paud dan TK	30
2	Sekolah Dasar Kelas 1	15
3	Sekolah Dasar Kelas 2	18
4	Sekolah Dasar kelas 3	18

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa kapasitas kelas untuk tahun ajaran 2019/2020 sudah memenuhi kapasitas dengan total 135 siswa yang ada pada Bimbingan Belajar Venus. Dengan melihat minat dan potensi yang besar maka Bimbingan Belajar Venus menargetkan untuk memperluas pangsa pasar dengan meningkatkan target (jumlah siswa) yang lebih besar.

Menurut (Mahfud & Mulyani, 2017) untuk memperoleh SDM yang berkualitas dan memiliki daya saing, perlu didukung oleh suatu sistem pendidikan dan pelatihan nasional yang dikembangkan berdasar pada kebutuhan pasar kerja dan dinamika percepatan perubahan yang terjadi pada dunia usaha dan dunia industri. Dalam menentukan strategi pengembangan usaha di Bimbingan Belajar Venus menggunakan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Mujiastuti et al., 2019).

Menurut (Mujahid et al., 2018) Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) secara objektif mampu menunjukkan strategi mana yang terbaik dari berbagai alternative. Identifikasi dari faktor internal dan external yang telah dirumuskan menghasilkan matrik IE yang dapat diperiksa secara berurutan dan bersamaan dengan Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats (SWOT) , serta tidak ada batas untuk jumlah strategi untuk dapat dievaluasi secara bersamaan. Hal ini dilakukan guna menetapkan strategi terbaik diantara strategi-strategi yang telah dirumuskan sebelumnya (Lusinta et al., 2019) (Hernawan & Musafa, 2020) (Hindarwati et al., 2016).

Menurut (Tambunan et al., 2019) QSPM menggunakan analisis input dari hasil pencocokan secara objektif menentukan strategi yang hendak dijalankan menggunakan Matriks EFE (External Factor Evaluation), dan Matriks IFE (Internal Factor Evaluation). Hasil skor dari EFE dan IFE akan membentuk Matriks IE (Internal-Eksternal). Selanjutnya hasil analisis EFE dan IFE serta strategi yang telah didapatkan dari Matriks IE akan disusun untuk membuat beberapa alternatif strategi dengan

menggunakan Matriks Strengths-WeaknessesOpportunities-Threats (SWOT) (Prayudi & Yulistria, 2020).

Berdasarkan data kapasitas Bimbingan Belajar Venus saat ini sudah terpenuhi penulis tertarik untuk mengambil tema marketing strategy dengan judul **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Bimbingan Belajar Venus Dengan Menggunakan Software Eviews Dan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)”**.

METODE

Penelitian dilakukan di Bimbingan Belajar Venus dimulai pada 22 Maret 2021 sampai dengan 22 Juni 2021. Dalam penelitian ini ada beberapa masalah yang dikaji dan diteliti yaitu pelayanan, fasilitas dan sumber daya manusia agar dapat mengetahui kekuatan internal atau eksternal.

Dalam penelitian ini Bimbingan Belajar Venus mencoba menganalisa dalam mencari strategi yang terbaik dalam pengembangan usaha yang akan dilakukan Bimbingan Belajar Venus (Richard et al., 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini dapat dianalisis menggunakan software evIEWS dengan regresi linear untuk mencari pengaruh (signifikansi dan besaran pengaruh) antara variable Y dan variable X dimana variable dependent Y (pengembangan) dan variable independent X (fasilitas, pelayanan dan kemampuan sumber daya manusia) (Hidayat & Sadewa, 2020).

Berikut adalah hasil pengolahan data dengan menggunakan software Eviews10 :

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 06/26/21 Time: 21:45
Sample: 1 100
Included observations: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.343708	0.150614	2.28204	0.0246
X	0.079968	0.003618	22.10082	0.0000
R-squared	0.8329	Mean dependent var		3.6200
Adjusted R-squared	0.8312	S.D. dependent var		0.6479
S.E. of regression	0.2662	Akaike info criterion		0.2107
Sum squared resid	6.9450	Schwarz criterion		0.2628
Log likelihood	-8.5366	Hannan-Quinn criter.		0.2318
F-statistic	488.4462	Durbin-Watson stat		1.9256
Prob(F-statistic)	0.0000			

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear dengan menggunakan *software evIEWS10* dapat diketahui:

1. Nilai dari probabilitas C (konstanta) 0,0246 dan X (*Variable independent*) 0,0000. maka, X sebagai *variable* bebas. berpengaruh signifikansi terhadap Y sebagai *variable* terikat. dimana dalam nilai probabilitas kurang dari 0,05 ($< 0,05$).

2. Hasil dari *coefficient* bernilai positif (+) dimana bernilai $C = 0.343708$ dan $X = 0.079968$. maka searah pengaruh X terhadap Y.

3. Seberapa besar pengaruh X terhadap Y dapat di susun menggunakan persamaan regresi berikut :

$$Y = \alpha + \beta (X)$$

$$Y = 0,343708 + 0,079968 X$$

$$Y = 0,423676 X$$

Artinya apabila X di naikkan 1 point maka nilai Y akan bertambah 0,423676.

4. Nilai R^2 sebesar 0.8329, artinya seluruh *variable* bebas X dapat mempengaruhi *variable* terikat Y sebesar 83,2% (0.8329). sedangkan sisanya sebesar 16,8% dipengaruhi oleh *variable* lain.

a. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)

Berdasarkan hasil dari *Strenghts* (kekuatan):

- 1) Memiliki lokasi yang strategis dengan nilai = 0,344.
- 2) Jasa Bimbingan Belajar yang berkualitas dengan nilai = 0,249.
- 3) *Costumer Service* dan pengajar yang terampil dengan nilai = 0,243.
- 4) Program belajar sesuai kurikulum sekolah dengan nilai = 0,340.
- 5) Jaminan siswa berprestasi dengan nilai = 0,328.
- 6) Harga yang terjangkau dengan nilai = 0,344

Berdasarkan nilai Weakness (kelemahan):

- 1) Keterbatasan ruang kelas dengan nilai = 0,246
- 2) Promosi tidak maksimal dengan nilai = 0,328.
- 3) Kurangnya alat pendukung pembelajaran dengan nilai = 0,324.
- 4) Adanya perbedaan materi dengan nilai = 0,270
- 5) Tugas rangkap tenaga pengajar dengan nilai = 0,328.
- 6) Kurangnya tenaga terampil dengan nilai = 0,160 Dapat dilihat bahwa hasil perhitungan total skor pada matriks IFE adalah sebesar $0,344 + 0,249 + 0,243 + 0,340 + 0,328 + 0,344 + 0,246 + 0,328 + 0,324 + 0,270 + 0,328 + 0,160 = 3.504$.

b. Matriks EFE (Eksternall Factor Evaluation)

Berdasarkan hasil dari *Opportunities* (peluang):

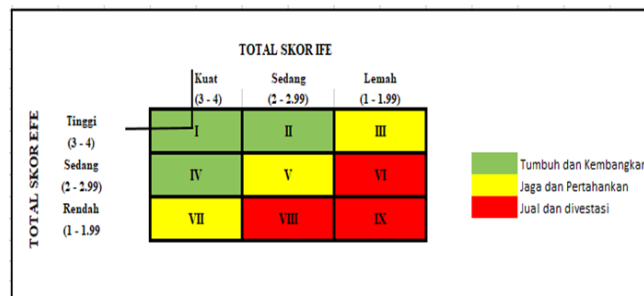
- 1) Antusias masyarakat akan Bimbingan Belajar dengan nilai = 0,340.
- 2) Wilayah cakupan Bimbingan Belajar masih luas dengan nilai = 0,252.
- 3) Harga yang bersaing serta jaminan kualitas yang baik dengan nilai = 0,249.
- 4) Banyak orang tua mencari Bimbingan Belajar yang baik mutunya dengan nilai = 0,258.
- 5) Adanya pangsa pasar yang potensial dengan nilai = 0,336.
- 6) Kepercayaan konsumen terhadap Bimbingan Belajar Venus dengan nilai = 0,352.

Berdasarkan nilai Weakness (kelemahan):

- 1) Persaingan tinggi dengan nilai = 0,249.
- 2) Kondisi ekonomi dengan nilai = 0,340.
- 3) Guru sekolah membuka jam tambahan dengan nilai = 0,240.
- 4) *Image* masyarakat akan Bimbingan Belajar tidak menjanjikan prestasi dengan nilai = 0,316.
- 5) Orang tua semakin sensitif terhadap harga dengan nilai = 0,249.
- 6) Modul belajar yang tidak sesuai dengan nilai = 0,320

Dapat dilihat bahwa hasil perhitungan total skor pada matriks IFE adalah sebesar $0,340 + 0,252 + 0,249 + 0,258 + 0,336 + 0,352 + 0,249 + 0,340 + 0,240 + 0,316 + 0,249 + 0,320 = 3.501$.

c. Tahap pencocokan (Matching Stage)



Skor yang didapatkan pada matriks IFE adalah 3.504 , dan skor yang didapatkan pada matriks EFE adalah 3.501, sehingga dapat dilihat pada Tahap pencocokan (Matching Stage) yang tersaji pada gambar diatas menunjukkan bahwa posisi Bimbingan Belajar Venus berada pada sel I. Hal ini menunjukkan bahwa Bimbingan Belajar Venus berada pada posisi tumbuh dan kembangkan. Strategi yang dapat digunakan pada posisi tumbuh dan kembangkan antara lain dengan pengembangan jasa, pengembangan sarana dan prasarana (membuka cabang baru), pengembangan sumber daya manusia, dan pengembangan promosi (Rusdi, 2019).

d. Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)).

Berdasarkan hasil perhitungan dengan metode QSPM di atas didapatkan nilai daya tarik *Total Attractiveness Score* (TAS) strategi 1 sampai strategi 8 diperoleh dari perkalian bobot dengan *Attractiveness Score-AS*. Sehingga hasil TAS untuk strategi 1 = 6,00. strategi 2 = 5,33. strategi 3 = 5,58. strategi 4 = 6,17. strategi 5 = 6,58. Strategi 6 = 7,34. strategi 7 = 6,60. strategi 8 = 6,36.

Alternative strategi yang paling menarik dan diprioritaskan untuk diterapkan oleh Bimbingan Belajar Venus dalam Strategi pengembangan usahanya adalah membuka cabang baru Bimbingan Belajar Venus dan membina hubungan yang baik dengan sekolah. dengan *Total Attractive Score* sebesar 7,34 . *alternative* strategi lain dengan Peningkatan promosi terutama melalui media sosial dengan *Total Attractive Score* sebesar 6,60. Dan meningkatkan pelatihan pada tenaga pengajar untuk meningkatkan kualitas Bimbingan belajar sehingga dapat memenuhi permintaan Konsumen dengan *Total Attractive Score* sebesar 6,58.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di lakukan, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Dalam pengujian regresi linear dengan menggunakan *software evIEWS10* dapat diketahui bahwa nilai dari probabilitas C (konstanta) 0,0246 dan X (*variable independent*) 0,0000. Maka, X (*variable independent*) sebagai *variable* bebas berpengaruh signifikansi terhadap Y sebagai *variable* terikat. dimana dalam nilai probabilitas kurang dari 0,05 (< 0,05). Sedangkan nilai R-

Squared sebesar 0,832892 artinya dimana seluruh *variable* X (pelayanan, fasilitas dan sumber daya manusia) dapat mempengaruhi *variable* terikat Y (pengembangan usaha) sebesar 83,2%.

2. Berdasarkan hasil perhitungan dengan metode QSPM di atas didapatkan nilai daya tarik *Total Attractiveness Score* (TAS) strategi 1 sampai strategi 8 diperoleh dari perkalian bobot dengan *Attractiveness Score-AS*. Sehingga hasil TAS untuk strategi 1 = 6,00. strategi 2 = 5,33. strategi 3 = 5,58. strategi 4 = 6,17. strategi 5 = 6,58. Strategi 6 = 7,34. strategi 7 = 6,60. strategi 8 = 6,36
3. *Alternative* strategi yang paling menarik dan diprioritaskan untuk diterapkan oleh Bimbingan Belajar Venus dalam strategi pengembangan usahanya adalah membuka cabang baru Bimbingan Belajar Venus dan membina hubungan yang baik dengan sekolah. dengan *Total Attractive Score* sebesar 7,34. *alternative* strategi lain dengan Peningkatan promosi terutama melalui media sosial dengan *Total Attractive Score* sebesar 6,60. Dan meningkatkan pelatihan pada tenaga pengajar untuk meningkatkan kualitas Bimbingan belajar sehingga dapat memenuhi permintaan Konsumen dengan *Total Attractive Score* sebesar 6,58

SARAN

Adapun saran yang ingin disampaikan melalui penelitian ini yaitu:

1. Perlu adanya peningkatan promosi serta membina hubungan yang baik dengan sekolah dalam memperkenalkan jasa Bimbingan Belajar Venus secara lebih luas kepada konsumen. Dan diharapkan agar Bimbingan Belajar Venus terus berinovasi dalam metode pembelajaran agar mampu bersaing dengan *competitor* lain.
2. Perlu adanya pengembangan dalam sumber daya manusia dengan melakukan pelatihan agar tenaga pengajar dapat meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan optimal sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen apabila terdapat keluhan dari berbagai konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 218–299.
- El Fiah, R., & Purbaya, A. P. (2016). Penerapan Bimbingan Belajar dalam Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik di SMP Negeri 12 Kota Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2015/2016. *KONSELI: Jurnal Bimbingan Dan Konseling (E-Journal)*, 3(2), 171–184.
- Hernawan, Y., & Musafa, S. W. K. D. (2020). Pengembangan strategi bisnis menggunakan analisis SWOT di perkebunan kopi palasari kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR*, 3, 14–28.
- Hidayat, A., & Sadewa, P. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Eviews Terhadap Sikap Belajar dan Kemampuan Pemecahan Masalah Statistik. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 4(1), 321–328.
- Hindarwati, E. N., Yuniarty, Y., & Farah, Y. (2016). Analisis Strategi Bisnis Pada PT Datacomm Diangraha. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 2(3), 89–98.
- Jumiatmoko, S. P., Filza, S., Na'imatuljannah, M., Alma, M. F., Aminah, S., Amalia, V., & Syahputri, Z. (n.d.). *Makalah Otak Pendidikan Dan Nutrisi Neurosains Anak Usia Dini*.
- Lusinta, A. D. A., Titin, T., & Azizah, L. N. (2019). Analisis Segmenting, Targeting Dan Positioning Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Global Pada Ukm Kacang Mede € ¤ebawang Mas€ ¤
-

- Surabaya. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 4(2), 907–920.
- Mahfud, T., & Mulyani, Y. (2017). Aplikasi Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)(Studi Kasus: Strategi Peningkatan Mutu Lulusan Program Studi Tata Boga). *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1(1), 66–76.
- Mujahid, A., Isharyani, M. E., & Widada, D. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrik (QSPM) Studi Kasus: Borneo Project. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 7(2), 111–118.
- Mujiastuti, R., Latifah, R., & Hendra, H. (2019). Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada UMKM Fashion di Kelurahan Penggilingan Berbasis Teknologi. *Jurnal Ilmiah Fifo*, 11(1), 52–64.
- Munir, M., & Ma'sum, T. (2022). Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 22–41.
- Prayudi, D., & Yulistria, R. (2020). Penggunaan matriks SWOT dan metode QSPM pada strategi pemasaran jasa wedding organizer: Studi kasus pada UMKM Gosimplifywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 224–240.
- Priyanto, W. (2016). Penerapan Multimedia Interaktif Berbasis Inkuiri Terbimbing Dalam Pembelajaran IPS Siswa Kelas IV Sekolah Dasar. *Mimbar Sekolah Dasar*, 3(2), 120–135.
- Richard, R., Goh, T. S., & Margery, E. (2018). Pengaruh Analisa Swot Dan Segmentasi Pasar Terhadap Pencapaian Target Penjualan Di PT. Seltech Utama Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genteng UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88.
- Saktisyahputra, S. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Siswa (Studi Kasus pada Bimbingan Belajar Bintang Solusi Mandiri Cabang Pinang, Jakarta). *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 2(2), 89–97.
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahass sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15–25.
- Tambunan, W., Amelia, T., & Priyana, F. P. (2019). Perencanaan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Manis Bakery. *Vol*, 5, 23–34.
- Wisudawati, A. W., & Sulistyowati, E. (2022). *Metodologi pembelajaran IPA*. Bumi Aksara.