

ABSTRAK

Mutiah Rodhiatun Mardiyah: Model Pengembangan bisnis dengan pendekatan *Business Model Canvas* pada Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) Kabilah Tour.

Tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap ibadah umrah turut mendorong pertumbuhan jumlah Penyelenggara perjalanan ibadah umrah (PPIU), termasuk di wilayah Jawa Barat yang mencatat ratusan PPIU terdaftar secara resmi. Kondisi ini menimbulkan tingkat persaingan usaha yang semakin ketat sehingga pelaku usaha travel umrah perlu merancang model bisnis yang inovatif dan adaptif sesuai dengan perkembangan zaman. Kabilah Tour sebagai salah satu PPIU yang beroperasi di Kota Cimahi dihadapkan dengan tantangan tersebut, sehingga diperlukan rumusan strategi pengembangan yang relevan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi bisnis yang saat ini dijalankan oleh Kabilah Tour, menjabarkan model bisnis Kabilah Tour berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas*, dan merekomendasikan strategi untuk meningkatkan kualitas dan layanan perusahaan. Secara teoritis, penelitian menggunakan teori *Business Model Canvas* (Osterwalder & Pigneur, 2010) sebagai teori utama untuk memetakan sembilan elemen kunci model bisnis, didukung oleh strategi pengembangan bisnis untuk menganalisis upaya peningkatan daya saing perusahaan.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif metode studi kasus dengan tujuan memahami secara mendalam pengalaman dan dinamika model bisnis yang dijalankan oleh Kabilah Tour. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada enam informan dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi Kabilah Tour terus mengalami pertumbuhan melalui ekosistem Kabilah Group yang terdiri dari Kabilah Tour, Koperasi Kabilah Insan Mandiri, dan Sahabat Umrah. Pemetaan sembilan elemen *Business Model Canvas* menunjukkan bahwa seluruh elemen telah berjalan beriringan dan saling berkaitan dalam menciptakan nilai bagi jemaah, dengan kepemilikan hak paten Smart Audio dan komitmen pembimbingan ibadah sebagai keunggulan *value propositions*. Rekomendasi strategi pengembangan yang dihasilkan meliputi perluasan segmen generasi muda, program reuni alumni secara periodik, realisasi program *Youth Umrah*, dan kemitraan dengan *influencer* islami. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat relevansi pendekatan *Business Model Canvas* sebagai kerangka analisis model bisnis pada sektor wisata religi. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan strategi pengembangan bagi Kabilah Tour, serta memberikan gambaran upaya meningkatkan kualitas layanan yang berorientasi pada kepercayaan dan kenyamanan jemaah.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*; Pengembangan Bisnis; Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah; Kabilah Tour.