

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia. Hal ini didasarkan pada data Badan Pusat Statistik yang diakses pada laman *GoodStats* menjelaskan Indonesia merupakan negara yang menempati urutan pertama sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, dengan jumlah penduduk muslim mencapai 244,7 juta jiwa dari total populasi 281,3 juta jiwa (Wafa, 2025). Jumlah populasi penduduk yang besar ini mencerminkan adanya kebutuhan yang konsisten dan meningkat terhadap pelayanan wisata halal yang dilaksanakan oleh umat muslim yaitu perjalanan umrah. Definisi umrah secara bahasa berasal dari Bahasa Arab *ziyaarah* yang artinya mengunjungi. Sedangkan dalam makna terminologi ilmu *fikih*, umrah merupakan perjalanan bepergian menuju ke baitullah untuk melaksanakan serangkaian ibadah dengan syarat-syarat yang telah ditentukan (Hikmatullah, 2023).

Data Kementerian Agama Republik Indonesia pada penghujung tahun 2024 mencatat sekitar 1,4 juta warga negara Indonesia yang melakukan ibadah umrah ke Tanah Suci dan mendaftarkan dirinya melalui Sistem Komputerisasi Pengelolaan Terpadu Umrah dan Haji Khusus (SISKOPATUH) serta jumlah jemaah umrah yang berangkat ke Tanah Suci per bulan April 2025 mencapai 648.485 orang (Akhmad, 2025). Meningkatnya angka di setiap tahun, mencerminkan tingginya minat masyarakat Indonesia untuk melaksanakan

ibadah umrah seiring dengan lingkungan yang stabil pasca pandemi, kemudahan akses transportasi, dan transparansi kebijakan Arab Saudi terhadap kuota dan visa umrah. Di Indonesia, penyelenggaraan ibadah umrah telah diatur melalui Undang-Undang No.8 Tahun 2019 yang kemudian diperbarui pada Undang-Undang No.14 Tahun 2025 mengenai ragam mekanisme pemberangkatan umrah.

Perkembangan regulasi serta meningkatnya minat masyarakat terhadap ibadah umrah, telah mendorong terbentuknya dinamika dalam penyelenggaraan perjalanan. Salah satu jalur pemberangkatan yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah melalui Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU). PPIU atau disebut dengan biro travel merupakan badan usaha yang mengatur dan menyelenggarakan pelayanan bersifat jasa bagi individu atau kelompok yang akan melaksanakan perjalanan umrah. Berdasarkan data pada Kementerian Agama Republik Indonesia, hingga April 2025 tercatat 2.592 PPIU yang terdaftar secara resmi, yang diantaranya 651 PPIU terdaftar di wilayah Jawa Barat (S. W. Anggraeni, 2025).

Jumlah PPIU yang terdaftar di provinsi Jawa Barat, berbanding lurus dengan potensi pasar. Hal ini sejalan dengan banyaknya jumlah penduduk yang mayoritas beragama islam, serta kemudahan akses transportasi darat maupun udara yang menjadi faktor pendukung tingginya minat masyarakat terhadap ibadah umrah sekaligus membuka peluang usaha yang luas di bidang pelayanan jasa. Akan tetapi, tingginya jumlah PPIU di Jawa Barat juga berdampak pada tingkat persaingan antar penyelenggara menjadi semakin

tinggi. Para pelaku usaha terus meningkatkan daya saing dengan memberikan pelayanan secara menyeluruh, terpercaya, dan berorientasi kepada keselamatan dan kenyamanan jemaah.

Dalam menghadapi dinamika yang terjadi, pelaku usaha di bidang travel, dituntut untuk tidak hanya memenuhi aspek legalitas dan berdiri sesuai dengan regulasi, tetapi juga dapat merancang model dan strategi bisnis yang inovatif dan adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen dan perkembangan zaman. Dengan demikian, sejalan dengan tuntutan tersebut, terdapat salah satu Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah resmi yang beroperasi di tengah kota Bandung yaitu Kabilah Tour. Pelaku usaha pada bisnis travel ini harus memiliki model perencanaan bisnis yang inovatif dan adaptif. Perencanaan bisnis perlu dirancang untuk menjalankan bisnis kedepannya, mengoptimalkan sumber daya manusia, serta meningkatkan pertumbuhan bisnis untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis.

Alexander Osterwalder dan Pigneur memperkenalkan salah satu model perencanaan bisnis dalam bukunya yang berjudul "*Business Model Generation*" (Osterwalder & Pigneur, 2010). Disebut dengan *Business Model Canvas* (BMC), merupakan sebuah kerangka model bisnis yang dituangkan dalam selembar kanvas untuk mempermudah pelaku usaha merencanakan, menyelenggarakan, serta mengembangkan sebuah bisnis. Kanvas tersebut terdiri dari dua bagian besar yaitu matriks kanan dan matriks kiri. Matriks kanan menggambarkan aspek eksternal dari luar perusahaan, dan matriks kiri menggambarkan aspek internal dari perusahaan (Manurung, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu telah menggunakan *Business Model Canvas* sebagai suatu alat merancang dan mengembangkan bisnis dalam berbagai sektor. Penelitian tentang Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Gula Merah Desa Dermasari, Kecamatan Susukan, Kabupaten Banjarnegara) yang disusun oleh (Fajarmiati, 2024), menyatakan bahwa perlu adanya pengembangan bisnis dalam beberapa aspek seperti perluasan konsumen selain konsumen lokal (*Customer segments*), melakukan mitra dengan layanan penjualan online (*Channels*), meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap hasil produksi (*Customer Relationship*), serta memaksimalkan sumber daya manusia sebagai petani nira kelapa (*Key resources*). Selain itu, penelitian yang disusun oleh (Pertiwi, 2018) mengenai Strategi Pengembangan Usaha Travel Haji dan Umrah Menggunakan *Business Model Canvas* (Studi Kasus: PT. Adzikra), menyatakan bahwa terdapat beberapa aspek yang dapat dikembangkan dengan pemetaan 9 blok elemen bisnis kanvas seperti pada blok *value propositions*, *customer segments*, dan aspek yang dapat memberikan inovasi berkelanjutan.

Perkembangan yang terjadi menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian yang menggunakan *Business Model Canvas* masih dalam sektor secara umum seperti UMKM, teknologi, maupun pariwisata. Secara khusus, belum banyak penelitian yang mengangkat topik penerapan *Business Model Canvas* pada sektor wisata religi, khususnya travel sebagai biro perjalanan. Meskipun terdapat penelitian yang dilakukan pada sektor travel umrah, penelitian ini dilakukan di tahun yang lampau, berbeda dengan penelitian yang

akan dilakukan di era transformasi digital yang mengubah lanskap industri travel. Dengan begitu, terdapat ruang yang cukup luas untuk melakukan kajian mendalam yang lebih fokus pada penerapan model bisnis di ranah wisata religi khususnya travel.

Berdasarkan pemetaan, penelitian ini berupaya memposisikan diri pada celah penelitian yang belum banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. *Business Model Canvas* banyak dikaji pada sektor UMKM, kuliner, maupun destinasi wisata secara umum, sedangkan pada penelitian ini mengambil fokus yang lebih spesifik pada destinasi wisata religi, khususnya Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU). Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah Kabilah Tour, sebuah PPIU yang beroperasi dengan keunikan tersendiri karena mengembangkan produk Smart Audio yang bersertifikat resmi.

Posisi penelitian ini terletak pada upaya pendekatan analisis *Business Model Canvas* untuk mendapatkan temuan yang dihasilkan serta rekomendasi sebagai bentuk strategi pengembangan perusahaan dalam pengelolaan biro perjalanan umrah. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan sebuah model bisnis pengembangan travel umrah yang mampu beradaptasi sesuai dengan perkembangan zaman dan dinamika regulasi, serta menjawab dan memenuhi kebutuhan jemaah di era generasi masa kini.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Model Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan *Bussiness Model Canvas* Pada Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) Kabilah Tour”. Dalam hal ini, penelitian akan berfokus

kepada analisis model bisnis secara menyeluruh dan perumusan strategi yang tepat berdasarkan hasil analisis. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai elemen-elemen yang terdapat pada *Business Model Canvas* dan strategi pengembangan yang sesuai, diharapkan penelitian ini tidak hanya berkontribusi dalam membuka jalan pada keberlanjutan usaha travel ditengah persaingan industri yang ketat, tetapi juga pada bidang keilmuan dalam rangka memperkaya literatur dalam kajian akademik.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, agar lebih jelas dan terarah maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana kondisi bisnis yang saat ini dijalankan oleh Kabilah Tour?
2. Bagaimana model bisnis yang dijalankan oleh Kabilah Tour berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas*?
3. Bagaimana gambaran rekomendasi hasil analisa dengan *Business Model Canvas* untuk meningkatkan kualitas dan layanan pada Kabilah Tour?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yaitu:

1. Menganalisis kondisi bisnis yang saat ini dijalankan oleh Kabilah Tour.
2. Menjabarkan model bisnis yang dijalankan oleh Kabilah Tour berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas*.
3. Merekomendasikan hasil analisa strategi pengembangan dengan pendekatan *Business Model Canvas* untuk meningkatkan kualitas dan layanan pada Kabilah Tour.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara Akademis
 - a. Memberikan kontribusi dalam meningkatkan literatur ilmiah dalam bidang studi terkait.
 - b. Mengembangkan teori bisnis dengan kerangka *Business Model Canvas* pada konteks bisnis wisata religi, khususnya travel umrah.
 - c. Hasil penelitian dapat menjadi contoh penerapan metode penelitian yang dapat menjadi panduan untuk peneliti di masa mendatang.
2. Secara Praktis
 - a. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang kondisi nyata dunia bisnis.
 - b. Dapat menjadi model dasar bagi perusahaan travel lain dalam menggunakan BMC sebagai alat perumusan strategi bisnis.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoritis

a. Strategi Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis merupakan salah satu hal yang diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan bisnis perusahaan dibandingkan dengan para pesaing untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pengembangan dapat diartikan sebagai peningkatan kemampuan dalam melaksanakan suatu aktivitas secara spesifik.

Beberapa ahli mengemukakan pendapatnya mengenai strategi pengembangan usaha (Marjani et al., 2024) Menurut Brown dan Petrello mengemukakan pengembangan usaha adalah usaha suatu perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat. Ketika kebutuhan masyarakat meningkat, maka perkembangan perusahaan juga akan meningkat untuk memenuhi kebutuhan tersebut disamping memperoleh laba. Selanjutnya menurut Afifudin (2010) pengembangan usaha artinya menjadikan pelaku ekonomi meningkatkan produktivitasnya untuk bersaing dan beradaptasi terhadap pasar. Sedangkan Suratno (2013) mengemukakan bahwa pengembangan usaha merupakan peningkatan yang dilakukan untuk menjadikan usaha lebih baik dari yang sebelumnya dengan memenuhi kebutuhan pasar.

Dari berbagai pendapat, dapat diartikan bahwa pengembangan bisnis merupakan usaha yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan dan meningkatkan keuntungan. Adapun pengembangan yang akan dilakukan saat ini dari Kabilah Tour, adanya peninjauan dari pengembangan bisnis 9 elemen pada *Business Model Canvas*.

b. *Business Model Canvas*

Sebuah kerangka yang digunakan dalam merancang, mengidentifikasi, dan memvisualisasikan model bisnis secara menyeluruh yang disebut dengan *Business Model Canvas* diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dan Pigneur dalam bukunya yang berjudul “*Business*

Model Generation” (Osterwalder & Pigneur, 2010). Ia menjelaskan bahwa konsep *Business Model Canvas* dirancang untuk menjadi alat sederhana dan mudah dipahami, sehingga dapat digunakan oleh berbagai jenis perusahaan, mulai dari *start up* sampai dengan perusahaan besar (Manurung, 2021).

Model bisnis ini secara keseluruhan memiliki sembilan elemen kunci yang membentuk kerangka kerja secara komprehensif. Sembilan elemen kunci ini dibagi kedalam dua bagian besar yaitu matriks kanan dan matriks kiri. Matriks kanan menggambarkan target segmen konsumen (*Customer segments*), manfaat produk yang ditawarkan (*Value propositions*), saluran yang menjadi titik temu konsumen (*Channels*), hubungan dengan konsumen (*Customer Relationship*), dan sumber pendapatan (*Revenue streams*). Selanjutnya, pada matriks kiri meliputi aktivitas utama (*Key activities*), sumber data utama (*Key resources*), rekan inti (*Key partners*), dan struktur biaya (*Cost structure*) (Manurung, 2021).

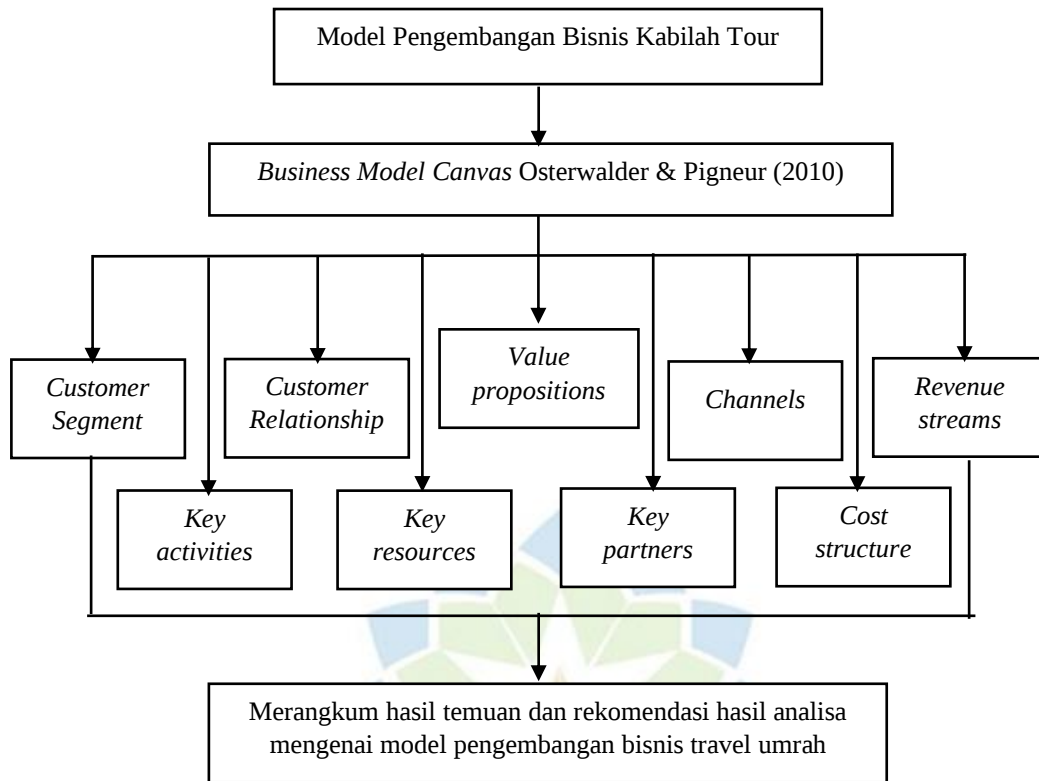
2. Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini, kerangka berpikir berangkat dari kondisi persaingan industri travel yang semakin ketat ditengah perkembangan zaman sehingga pentingnya strategi pengembangan bisnis, dengan tujuan penelitian guna menciptakan strategi pengembangan bisnis baru dengan teori pendekatan *Business Model Canvas* pada Kabilah Tour. Penelitian

dilakukan dengan menganalisis masalah dan kondisi bisnis yang saat ini sedang dijalankan dengan mengkaji teori dan mengumpulkan data.

Data penelitian dikumpulkan berdasarkan metode kualitatif, dengan proses observasi, wawancara staf serta dokumentasi untuk mendapatkan hasil temuan yang diuraikan dalam bentuk model bisnis yang disusun menggunakan *Business Model Canvas*, serta pembahasan temuan berdasarkan analisis terhadap strategi pengembangan Kabilah Tour. Selanjutnya, penelitian ditutup dengan penarikan kesimpulan, merangkum temuan dari analisis dan memperkuat strategi pengembangan yang direkomendasikan, serta menawarkan pandangan terkait potensi pengembangan bisnis pada sektor bisnis travel umrah.





Bagan 1. 1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual, penelitian disusun untuk memberikan gambaran mengenai alur berpikir penelitian dalam menganalisis model pengembangan bisnis pada Kabilah Tour sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah. Identifikasi model bisnis dilakukan diawal oleh peneliti yang kemudian dianalisis dengan pendekatan *Business Model Canvas* yang dikembangkan oleh (Osterwalder & Pigneur, 2010). Analisis dilakukan kepada sembilan elemen untuk mendapatkan pemahaman secara menyeluruh, dengan hasil yang dirangkum menjadi sebuah rekomendasi dengan tidak mengubah model bisnis yang ada, tetapi memberikan usulan sebagai bahan pertimbangan.

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih untuk dilakukan penelitian adalah travel umrah yaitu Kabilah Tour yang berlokasi di Ruko Town Place, Jl. Sentra Raya Tengah No.12, Baros, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat 40521. Pemilihan lokasi didasarkan pada sebuah perusahaan yang memiliki aktivitas bisnis secara aktif dan komponen yang dapat dianalisis langsung menggunakan *Business Model Canvas*. Selain itu, dalam konteks perjalanan ibadah haji dan umrah dengan kondisi industri yang memiliki tingkat persaingan cukup tinggi, menuntut perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan produk atau jasa untuk tetap dapat bersaing.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini berangkat dari paradigma konstruktivisme yang memandang bahwa realitas sosial merupakan sesuatu yang dibentuk melalui pengalaman dan interaksi para pelaku di dalamnya. Paradigma konstruktivisme digunakan untuk menjelaskan bahwa model bisnis yang dijalankan oleh Kabilah Tour saat ini bukan merupakan realita yang bersifat tunggal dan objektif, tetapi dibentuk melalui hasil pengembangan dan pengalaman sehari-hari.

Selanjutnya, penelitian menggunakan pendekatan studi kasus dilakukan agar berfokus kepada satu objek secara spesifik yaitu Kabilah Tour, dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman mengenai model pengembangan bisnis yang diterapkan. Pendekatan ini dapat membuat

peneliti untuk melakukan analisis mendalam secara menyeluruh dari aspek internal maupun eksternal sehingga penerapan *Business Model Canvas* dapat dianalisis sesuai dengan kondisi nyata yang ada di lapangan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menganalisis, menggambarkan, serta memahami secara mendalam model pengembangan bisnis Kabilah Tour berdasarkan *Business Model Canvas*. Melalui metode penelitian kualitatif deskriptif, peneliti dapat menggali informasi mengenai penerapan sembilan elemen pada *Business Model Canvas*, kemudian mendeskripsikan hasil temuan dan dianalisis untuk selanjutnya dirumuskan strategi yang sesuai dalam konteks bisnis travel, karena metode ini merupakan proses mengeksplorasi dan memahami makna perilaku individu atau kelompok, menggambarkan masalah sosial atau kemanusiaan (Sugiyono, 2022).

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenisdata yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data kualitatif deskriptif dan tidak dapat diukur dengan angka. Sumber data utama dapat diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dokumentasi. Selain itu, data dalam bentuk lain dapat diperoleh melalui gambar, rekaman, dan video (Ratnaningtyas et al., 2022).

b. Sumber Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu:

1) Sumber Data Primer

Data primer adalah data atau keterangan yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber pertamanya yang bersifat *up to date*. Dalam penelitian ini, data akan diperoleh melalui teknik wawancara yang akan dilakukan kepada narasumber terkait yaitu kepala perusahaan dan karyawan serta konsumen dari Kabilah Tour.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder sebagai penunjang dari sumber utama akan diperoleh buku, jurnal, atau studi literatur sebelumnya yang relevan dengan topik yang sedang diteliti.

5. Informan atau Unit Analisis

Pemilihan informan dilakukan kepada pihak yang berkaitan dengan Kabilah Tour yaitu kepala perusahaan, bidang manajemen pemasaran, serta beberapa karyawan. Mereka yang memiliki wawasan serta pemahaman mendalam mengenai permasalahan yang akan diteliti yaitu pada bidang bisnis dan pengembangan.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu penentuan sampel informan dengan pertimbangan tertentu seperti mereka yang memiliki pengetahuan dan informasi mendalam, aktif terlibat dalam kegiatan yang diteliti, memiliki waktu yang cukup untuk memberikan informasi, serta tidak memiliki hubungan yang terlalu dekat dengan peneliti

sehingga hasilnya dapat lebih objektif dan informatif serta data yang diperoleh sesuai dengan fakta serta dapat dipertanggungjawabkan (Sugiyono, 2022). Berikut ini alasan dasar pemilihan informan:

Tabel 1. 1 Pemilihan Informan

No.	Informan	Dasar Pemilihan	Kode
1	<i>Founder</i>	Pemilik kewenangan tertinggi dalam perusahaan serta memahami seluruh elemen dalam perusahaan.	INF01
2	Direktur Operasional	Memiliki tanggung jawab langsung terhadap implementasi operasional harian dan koordinasi lapangan.	INF02
3	<i>Customer Service Officer</i>	Memiliki informasi mengenai kebutuhan dan pola komunikasi perusahaan	INF03
4	Staf Keuangan	Memiliki pengetahuan mengenai alur pembiayaan masuk dan keluar perusahaan.	INF04
5	Jemaah I	Penerima layanan yang dapat memberikan perspektif eksternal.	INF05
6	Jemaah II	Penerima layanan yang dapat memberikan perspektif eksternal.	INF06

Sumber: diolah peneliti, 2026

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung di Kabilah Tour untuk mengetahui aktivitas bisnis dan operasional yang dilakukan. Observasi akan dilakukan secara bertahap dengan langkah observasi awal untuk membuat gambaran serta observasi lanjutan untuk mendalami tujuan penelitian yang berkaitan dengan *Business Model Canvas*. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh data yang sesuai dan memastikan informasi yang diperoleh sesuai dengan keadaan nyata di lapangan.

b. Wawancara

Tahap wawancara dilakukan dengan metode semiterstruktur kepada informan yang dipilih. Informan tersebut meliputi *owner*, staf bidang manajemen operasional, staf administrasi, staf marketing, serta jemaah umrah untuk memberikan perspektif pengguna layanan. Wawancara akan dilakukan dengan memperhatikan pedoman wawancara yang telah dibuat oleh peneliti, dengan tetap memberikan ruang pengembangan informasi sesuai dengan peran dan tugas informan.

c. Dokumentasi

Hasil penelitian berupa dokumentasi menjadikan sebuah pelengkap dari observasi dan wawancara. Dokumentasi ini meliputi profil dan struktur perusahaan, dokumen layanan, arsip kegiatan, dokumen internal yang relevan dengan penelitian, serta foto dan video untuk memperkuat hasil

penelitian. Dokumentasi yang dihasilkan akan digunakan untuk memperkuat keabsahan data dan mendukung tujuan penelitian.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pada proses penelitian, dilakukan pengujian keabsahan data dengan teknik triangulasi sebagai uji kredibilitas dengan dua teknik yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknis (Sugiyono, 2022). Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber. Dalam hal ini, peneliti memilih informan yang sesuai dengan kriteria untuk membagikan informasi yang sesuai dengan topik penelitian.

Adapun pada triangulasi teknik, peneliti menggunakan berbagai macam teknik seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan kombinasi teknik yang dilakukan, peneliti dapat meningkatkan keabsahan informasi dan meminimalisir kesalahan dalam penelitian.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan mengikuti pola yang dijelaskan menurut Miles and Huberman dalam (Sugiyono, 2022) yang terdiri dari 4 tahapan, yaitu:

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan proses yang sistematis untuk mengumpulkan informasi yang relevan dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada tahap awal, peneliti akan mengumpulkan seluruh informasi yang sangat banyak, kompleks dan

rumit sehingga setelah data dikumpulkan, maka dilakukan proses data lanjutan.

b. Reduksi Data

Data yang diperoleh peneliti ketika di lapangan, dikumpulkan dan dicatat secara teliti dan rinci kemudian dilakukan analisis data lanjutan melalui reduksi data. Reduksi data merupakan proses menyeleksi data yang sudah diperoleh kemudian diorganisasikan agar terlihat lebih jelas perbandingan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang kemudian dapat disajikan dengan baik. Mereduksi data artinya merangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting.

c. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data berupa teks uraian, tabel, maupun grafik. Dalam penyajian data ini, peneliti akan menyajikan data dari hasil penelitian yang dilakukan di Kabilah Tour terkait penerapan *Business Model Canvas* dan pengembangan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan layanan dan menarik konsumen.

d. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir setelah mengumpulkan dan menyajikan data adalah penarikan kesimpulan. Pada tahap awal, kesimpulan masih bersifat sementara dan dapat berubah mengalami perkembangan. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-

bukti yang kuat dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Ketika ada bukti kuat yang mendukung sebagai verifikasi dari simpulan yang dibuat, maka kesimpulan akhir dapat ditarik. Kesimpulan tersebut dapat diverifikasi dan merujuk pada tujuan yang telah dirumuskan sejak awal dalam penelitian.

