

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis tour and travel ibadah haji dan umroh di Indonesia memiliki peminat oleh para pihak swasta. Tercatat dalam data yang dimiliki oleh HIMPUGH (Himpunan Penyelenggara Umroh dan Haji Khusus) terdapat peningkatan peminat penyelenggara umroh dari tahun 2009-2014. Dengan adanya peningkatan penyelenggara itu, tentunya membuat para penyelenggara bersaing satu sama yang lainnya untuk memperoleh banyak jamaah. Strategi-strategi pun disusun oleh setiap penyelenggara untuk mengembangkan bisnisnya agar bisa terus berjalan di tengah ketatnya persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara pengembangan bisnis jasa Umroh dan Haji dengan pendekatan business model canvas.

Indonesia sendiri memiliki kuota sebesar 200.000 jamaah per tahunnya. Kuota yang tersedia bagi jamaah Indonesia itu tentunya dikeluarkan oleh pemerintah Arab Saudi yang lalu disalurkan kepada biro Travel yang ada di Indonesia. Adapun beberapa jamaah harus menunggu atau waiting list karena adanya penetapan pengurangan kuota dari pemerintah Arab Saudi, menyangkut keadaan di tanah suci tersebut berkaitan tentang sarana dan prasarana penunjang jamaah Haji.

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sequential exploratory* atau urutan penemuan. Metode penelitian kombinasi yang menggabungkan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif secara berurutan, di mana pada tahap pertama penelitian menggunakan metode kualitatif dan pada tahap ke dua menggunakan metode kuantitatif. Business Model Canvas adalah sebuah template berupa grafik visual berbentuk tabel yang berisi sembilan blok bangunan yang digunakan untuk menciptakan bisnis inovatif. Kesembilan blok tersebut mencakup empat bidang utama dalam suatu bisnis, yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan kelangsungan financial

Kata Kunci: Pengembangan bisnis, Business Model Canvas.