

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

CoinFolks adalah perusahaan startup edutech *crypto* pertama di Indonesia yang berkantor pusat di Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. CoinFolks bergerak dibidang edukasi digital, sekaligus menjadi media publikasi dan media riset yang membahas *blockchain* dan aset *cryptocurrency*. CoinFolks hadir untuk memperkenalkan kepada masyarakat Indonesia bahwa *cryptocurrency* bukan hanya alat spekulasi namun secara keseluruhan telah berubah menjadi mikrokosmos ekonomi yang lebih besar.



Gambar 1.1 CoinFolks

Sumber: (CoinFolks, 2023)

CoinFolks menyediakan platform untuk mengedukasi dan memberikan informasi terbaru seputar *blockchain* dan aset *cryptocurrency* kepada para trader atau investor *newbie* hingga profesional. CoinFolks memiliki beberapa platform edukasi digital yaitu website, media sosial Instagram dengan total pengikut lebih dari 5.300, YouTube channel dengan total lebih dari 100 subscriber, dan memiliki lebih dari 43.000 pengikut di media sosial TikTok. Serta memiliki komunitas yang berada di Telegram lebih dari 1.900 member, dan CuanZ lebih dari 10.000 *member*.

Dari beberapa *platform* digital tersebut masing-masing memiliki porsi informasi yang berbeda-beda, website sendiri berisi video pembelajaran, informasi, artikel-artikel terkait perkembangan *blockchain* dan aset *cryptocurrency*, dan riset yang dibuat oleh tim CoinFolks seperti *crypto report* di setiap kuartal tahun. Kemudian untuk beberapa *platform* digital seperti Instagram, Youtube, dan TikTok di isi dengan konten edukasi dan informasi seputar *market outlook*, *blockchain*, aset *cryptocurrency*, sarana *broadcasting event* yang diadakan oleh CoinFolks, serta menjadi wadah kolaborasi antar *platform* edukasi lokal. Lalu komunitas yang terdapat di Telegram dan CuanZ dibuat dengan tujuan untuk menciptakan komunitas yang berkualitas.

CoinFolks juga menawarkan paket edukasi *membership* berbayar yaitu Folks Premium, paket tersebut mencakup:

1. *Video Course*: Puluhan video belajar yang selalu *update* setiap bulan nya seputar *blockchain* dan aset *cryptocurrency*
2. *Grup Premium*: Komunitas eksklusif di discord yang menjadi wadah diskusi para *member*, termasuk didalamnya mendapat rekomendasi *trading* gratis setiap harinya.
3. *Kelas Eksklusif*: *Live class* khusus para *member* setiap minggu.

Business Model Canvas atau BMC CoinFolks dapat dilihat pada Gambar 1.2

Business Model Canvas				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
Media Kripto Komunitas Kripto Komunitas Blockchain Komunitas NFT Komunitas WEB3	Pembuatan konten edukasi Menganalisis pasar untuk memberikan rekomendasi trading Pengelolaan admistrasi pelanggan secara online	Menyediakan video pembelajaran dari konsep-konsep yang mendasar dapat memudahkan calon trader memahami konsep trading. Informasi outlook yang dapat membantu calon trader untuk mengambil keputusan jual/beli	Promosi berupa diskon paket membership di hari spesial (idul fitri, natal, chinese year, valentine, dll)  Channels Akses video pembelajaran melalui website CoinFolks Akses market outlook, rekomendasi trading decision melalui discord	Pria atau wanita, calon trader berusia 17-34 (tahun yang ingin mempelajari tentang konsep dasar kripto.
	<b>Key Resources</b> SDM: Social media specialist, Creative lead, Account Executive, Market research, Market Analyst, Technology team Keuangan: Investor Aset: Kantor, Website, Video pembelajaran, Tools, Equipment Aset intelektual:	Rekomendasi <i>trading decision</i> dari hasil analisis tim, dapat mempermudah calon trader untuk mengambil keputusan jual/beli.		
<b>Cost Structure</b> Biaya tetap: Gaji karyawan, Langganan tools Biaya tidak tetap: Biaya marketing, Operasional		<b>Revenue Streams</b> Langganan Belajar Folks Premium Rp399.000/bulan, 499.000/3 bulan atau 899.000/tahun.		

Gambar 1.2 BMC CoinFolks

Sumber: (CoinFolks, 2023)

### 1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

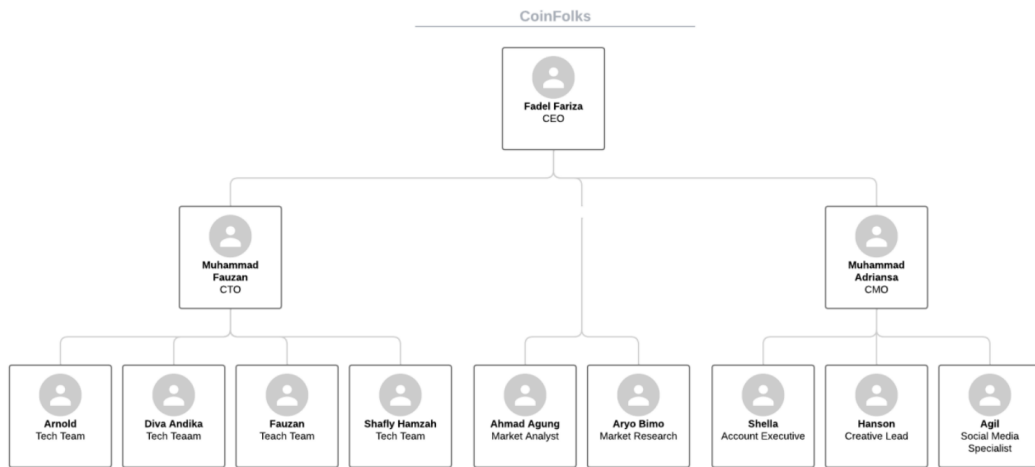
CoinFolks memiliki Visi yaitu “Menedukasi masyarakat indonesia agar lebih bijak dalam berinvestasi dan berdagang di pasar *cryptocurrency*” serta memiliki Misi:

1. Menyediakan informasi dan analisis tentang aset *cryptocurrency* dan *blockchain*.
2. Memberi pendidikan langsung kepada masyarakat tentang *blockchain* dan aset *cryptocurrency*.
3. Menyediakan ekosistem untuk berbagi informasi dan pengetahuan tentang *blockchain*, dan aset *cryptocurrency*.

### 1.1.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu gambaran yang menunjukkan suatu pekerjaan yang harus dilakukan oleh setiap bagian atau anggota. Gambar

struktur organisasi CoinFolks dapat dilihat di pada gambar 1.3



Gambar 1.3 Struktur organisasi CoinFolks

Sumber: (CoinFolks, 2023)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Di era modern saat ini, teknologi telah mengalami kemajuan pesat dengan digitalisasi dan otomatisasi yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Di sektor keuangan, terdapat inovasi dalam instrumen investasi seperti kripto. Investasi memainkan peran penting dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) suatu negara, karena kenaikan investasi akan menyebabkan PDB juga meningkat dan sebaliknya berdasarkan survey Bank Indonesia (2022).

Berdasarkan hasil survey (Torpey, 2023) Investasi aset kripto atau yang lebih dikenal dengan *cryptocurrency* menjadi populer sejak munculnya bitcoin pada tahun 2009 sebagai mata uang digital pertama, diluncurkan oleh seseorang atau sekelompok orang yang menggunakan nama samaran “Satoshi Nakamoto”. Bitcoin menarik perhatian karena teknologi blockchain-nya, yang memungkinkan transaksi terenkripsi tanpa melibatkan pihak ketiga. Setelah itu, *cryptocurrency* berkembang pesat dengan banyak jenis baru yang terus bermunculan. Namun, hal ini menimbulkan perdebatan apakah *cryptocurrency* adalah bentuk investasi yang aman dan berkelanjutan atau hanya fenomena sementara berdar.

Pertumbuhan teknologi dalam dekade terakhir telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, terutama ditandai dengan munculnya ribuan jenis mata uang kripto di ranah virtual. Mata uang kripto merupakan bentuk uang digital

yang digunakan sebagai alat tukar dalam transaksi digital. Pasar juga telah menyaksikan perdagangan ribuan mata uang kripto yang berbeda. Dari segi perubahan harga, mata uang kripto memiliki volatilitas yang tinggi, yang mengindikasikan bahwa nilai aset kripto dapat berubah secara signifikan dalam jangka waktu tertentu. Hal ini membawa risiko tinggi bagi para investor. Investasi dalam mata uang kripto telah menarik minat khususnya dari generasi milenial, karena fluktuasi harga yang tinggi dalam mata uang kripto memberikan peluang untuk meraih keuntungan besar dalam waktu yang relatif singkat. (Ikaputera & Hidayah, 2022)

Volatilitasnya yang tinggi dan fluktuasi harga yang signifikan dalam waktu yang singkat. *Cryptocurrency* juga berisiko keamanan dan privasi, pengaturan peraturan, nilai, serta penipuan atau kegiatan kriminal. Seperti yang terjadi pada belakangan ini kasus dari kejatuhan kripto LUNA karena fundamentalnya yang lemah. LUNA mengalami kejatuhan disebabkan oleh tautannya dengan *stablecoin* algoritmik, Terra USD (UST), yang dioperasikan melalui kode komputer. Proses pencetakan atau pembakaran LUNA/UST dilakukan untuk menjaga keseimbangan harga. Ketika UST turun di bawah \$1, pemegang akan menjual atau membakarnya seharga \$1 Luna, menghasilkan keuntungan kecil. Namun, jika UST naik di atas \$1, dorongan sebaliknya terjadi, dan lebih banyak UST dijual dalam kepanikan, mencetak lebih banyak Luna dan meningkatkan pasokan Luna yang beredar. Ini menyebabkan inflasi pasokan yang menyebabkan LUNA *crash* pada 2022 lalu. (Mihmii, 2022)

Kemudian terkait skandal *FRAUD* atau kriminalitas yang dilakukan oleh *exchange* terbesar ke-3 di dunia yaitu FTX yang mengalami kebangkrutan dalam satu malam, dikarenakan *Balance sheet* dari Alameda Research bocor ke publik yang dirilis oleh salah satu media kripto yang bernama CoinDesk. Setelah di investigasi yang telah dilakukan oleh regulator Amerika Serikat ternyata FTX menyalahgunakan dana milik konsumen yang berdampak buruk bagi lebih dari satu juta pengguna, dikarenakan Sebagian besar dari pengguna ini adalah investor kecil yang menggunakan tabungan mereka untuk berinvestasi di bursa kripto tersebut. (Katersky, 2023)

Lalu kemunculan Asix Token yang dibuat oleh selebritis Indonesia yang banyak menuai kontroversi, diawali dengan *twett* dari bappeti mengatakan asix token dilarang untuk diperdagangkan karena tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Kemudian promosi berlebihan pada saat Initial Coin Offering (ICO) yang dilakukan oleh sang selebritis yang membuat para investor menjadi FOMO yang berdampak pada kerugian finansial. Selain Asix Token juga terdapat I-Coin dan BotXCoin yang dibuat oleh artis atau selebritis Indonesia yang merugikan investor retail di Indonesia. (Hikam, 2022)

Dari sekian banyak jenis koin digital yang *listing* di bursa *cryptocurrency* terdapat jenis *cryptocurrency* yang bernama *meme coin*. *Meme coin* yang seringkali dibuat sebagai lelucon atau parodi dari *cryptocurrency* yang lebih terkenal seperti Bitcoin dan Ethereum. *Meme coin* didasarkan pada gambar, kata-kata, atau peristiwa yang menyebar melalui internet secara cepat, seperti *meme* internet. Mereka dapat dibuat oleh siapa saja dan sering kali tidak memiliki fitur atau fungsi yang jelas, tetapi didukung oleh komunitas yang kuat dan aktif di media sosial. *Meme coin* memiliki tingkat risiko yang sangat tinggi dan cenderung sangat volatil (Pickard, 2022).

Karena mereka sering kali tidak memiliki fitur atau fungsi yang jelas, harganya dapat sangat fluktuatif dan sulit untuk diprediksi. Selain itu, pasar *meme coin* seringkali dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial dan keberuntungan, seperti promosi dari selebriti atau popularitas di media sosial. Oleh karena itu membeli *meme coin* seperti Dogecoin bisa sangat berisiko karena nilai pasar *meme coin* sangat bergantung pada faktor-faktor seperti popularitas dan *hype* di media sosial, bukan pada nilai fundamental. Maka dari itu, investor perlu berhati-hati dan mempertimbangkan risiko dengan matang sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam *meme coin* (Roseberg, 2023)

Melihat banyaknya risiko yang ada pada bursa *cryptocurrency*. Edukasi tentang investasi kripto sangat penting bagi masyarakat karena pasar kripto masih relatif baru dan berbeda dengan pasar tradisional seperti saham dan obligasi. Investor yang tidak memahami karakteristik pasar kripto dan risiko yang terkait dengan investasi di pasar ini dapat mengalami kerugian finansial yang signifikan.

Selain itu edukasi tentang investasi kripto dapat membantu masyarakat menghindari penipuan dan skema investasi yang meragukan. Karena pasar kripto masih belum diatur dengan baik oleh pemerintah dan regulasi yang ada belum sepenuhnya jelas, ada risiko bahwa investor dapat menjadi korban penipuan atau manipulasi harga yang tidak sah. (Reiff, 2021)

Edukasi tentang investasi kripto juga dapat membantu masyarakat memahami bagaimana teknologi *blockchain* bekerja dan bagaimana investasi kripto dapat menjadi alternatif bagi mereka yang ingin berinvestasi di luar pasar tradisional. Dengan pemahaman yang baik tentang investasi kripto, masyarakat dapat membuat keputusan investasi yang lebih cerdas dan berpotensi memberikan hasil yang lebih baik. Edukasi tentang investasi kripto sangat penting bagi masyarakat untuk membantu mereka memahami karakteristik dan risiko pasar kripto, menghindari penipuan dan skema investasi yang meragukan, serta membuat keputusan investasi yang lebih cerdas dan berpotensi memberikan hasil yang lebih baik. (Mihmii, 2022)

Oleh karena itu dibutuhkan platform edukasi seperti startup di bidang investasi *cryptocurrency*. Di Indonesia sendiri bisnis startup sudah sangat banyak, Menurut Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia (MIKTI) dalam buku *Mapping & Database Startup Indonesia 2021* Melaporkan sudah terdapat 1.190 perusahaan rintisan (startup) di Indonesia (Ghina, Sinaryanti, 2021). Dari jumlah tersebut 32,7% diantaranya ialah tergolong kedalam bidang usaha general. Kemudian sebanyak 16,48% startup bergerak dalam bidang *content creator*. Lalu 14,59% bergerak di bidang *e-commerce*, sedangkan yang bergerak di bidang *fintech* sebanyak 8,52%. Selain itu Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia (MIKTI) juga menunjukkan sebanyak 51,39% startup berbadan usaha perseroan terbatas (PT), 7,13% startup berbadan usaha *commanditaire vennootschap* (CV) sementara 29,1% startup belum memiliki badan usaha, dan sisanya sebesar 12,38% lainnya masih belum diketahui. (Hernady, 2021)

Perusahaan rintisan (Startup) di Indonesia sudah tercatat kedalam 10 negara dengan jumlah startup terbanyak di dunia pada tahun 2022.

Tabel 1.1 Top 10 Negara Dengan Jumlah Startup Terbanyak

No	Negara	Startup
1	Amerika	74.429
2	India	15.153
3	Inggris	6.644
4	Kanada	3.634
5	Australia	2.581
6	Indonesia	2.438
7	Jerman	2.354
8	Prancis	1.589
9	Spanyol	1.426
10	Brazil	1.170

Sumber: (Ranking, 2022)

Seperti yang terlihat pada Tabel 1.2.1 berdasarkan data pada *Startup ranking* tercatat ada 2.349 startup di dalam negeri. Jumlah ini menempatkan indonesia di urutan keenam terbanyak di dunia dan tentunya jumlah tersebut akan terus bertambah setiap tahunnya. Amerika serikat (AS) menempati posisi pertama dengan jumlah terbanyak yaitu 74.356 startup, posisi kedua ditempati india dengan 15.114 startup, britania raya menduduki posisi ketiga dengan total 6.641 startup, berikutnya kanada menempati posisi keempat dengan jumlah 3.625 startup, australia dengan 2.576 startup menduduki posisi kelima. Urutan di bawah indonesia ditempati oleh jerman yang memiliki 2.349 startup. Kemudian sebanyak 1.588 startup negara perancis menduduki posisi kedelapan, urutan kesembilan ditempati spanyol dengan 1.425 startup, dan brazil dengan 1.171 startup menempati urutan kesepuluh. (Ranking, 2022)

Startup hadir sebagai perusahaan yang membawa berbagai inovasi baru melalui produk maupun jasa, serta membawa solusi dari masalah yang ada di



masyarakat dan tentunya juga membawa dampak positif. Keberadaan startup berperan penting bagi perekonomian suatu negara termasuk Indonesia dan memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru. (Ghina & Jaenudin, Validasi Model Bisnis Pengembangan Produk Baru Usaha, 2022)

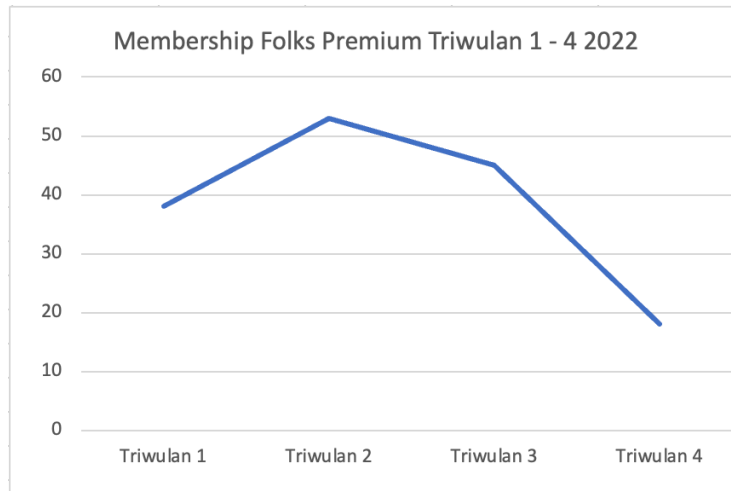
Perkembangan startup yang terjadi belakangan ini berperan penting pada perkembangan dunia Pendidikan. Hal ini ditandai dengan munculnya startup edutech di Indonesia yang sudah cukup banyak. Startup edutech (*Education Technology*) memiliki beberapa jenis diantaranya *E-Learning* yang menyajikan materi pembelajaran secara online, *Learning Management System* (LMS) menyediakan dan membantu merencanakan kegiatan pembelajaran, dan *Software as a Services* (SaaS) sebagai aplikasi *on-demand* yang membantu institusi pendidikan melakukan transformasi dengan mendigitalisasi proses bisnis yang ada didalamnya. Perkembangan startup edutech di Indonesia sendiri sudah terlihat dari tahun 2015, tentunya perkembangan ini diiringi dengan meratanya teknologi informasi di seluruh Indonesia (Eka, 2020)

Di Indonesia sendiri model bisnis startup edutech cukup bervariasi beberapa diantaranya ialah Zenius, dan Quipper yang menghadirkan konten edukasi dalam bentuk video. Bahaso, dan Squire yang fokus dengan pendidikan Bahasa asing, baik menggunakan video chat maupun aplikasi mobile. Kemudian HarukaEdu, Kelase, dan KelasKita yang menghadirkan *platform e-learning*. Lalu Quintal dan AIMSIS yang membantu pengelolaan kegiatan belajar mengajar di sekolah dengan *software* khusus. Serta Sukawu dan PrivaQ yang membantu pelajar menghubungkan dengan guru les atau tempat kursus berkualitas. Selain itu ada juga startup Ruangguru yang berusaha menggabungkan berbagai layanan yang telah disebutkan di atas dalam sebuah platform (Inspirasi, 2018)

Mayoritas model bisnis startup edutech di Indonesia ialah sebagai penyedia jasa bimbingan *online*. Sementara itu edukasi tidak hanya dibidang pendidikan, contohnya ialah edukasi di bidang investasi. Tren investasi *cryptocurrency* di Indonesia sedang bertumbuh pesat. Berdasarkan data terakhir dari Badan Pengawas Perdagangan Komoditi (Bappebti), jumlah investor aset *cryptocurrency* di Indonesia pada Februari 2022 mencapai 12,4 juta investor. Minat masyarakat akan

terus tumbuh mengingat masih tingginya sentimen positif. Mengutip dari data Chain Analysis (2021) Indonesia menempati posisi kelima di Kawasan Asia Tenggara setelah Vietnam, Thailand, Filipina, dan Malaysia terkait adopsi *cryptocurrency*. Data tersebut membuktikan bahwa Indonesia sudah menempatkan *cryptocurrency* sebagai komoditas yang mainstream. Tidak hanya keterbukaan ekosistem di dalam negeri, sentimen positif dunia pun sedikit banyak berpengaruh terhadap investasi *cryptocurrency* (investor.id, 2022). Melihat minat masyarakat Indonesia yang tinggi terkait investasi di aset *cryptocurrency* masih banyak sekali masyarakat Indonesia yang belum mengetahui bagaimana cara serta strategi untuk mendapatkan keuntungan melalui investasi. Banyak investor gagal mendapatkan keuntungan yang seharusnya didapatkan dari berinvestasi, walaupun tidak ada yang dapat memastikan bahwa investasi akan selalu menguntungkan. Hal ini mungkin terjadi karena kurangnya pengetahuan dan informasi yang tepat terkait investasi serta kurang waspadanya investor akan investasi ilegal. Oleh karena itu edukasi di bidang investasi sangatlah penting.

CoinFolks merupakan salah satu startup edutech yang menerapkan konsep *E-Learning* sebagai platform yang digunakan untuk mengedukasi. CoinFolks memiliki layanan produk yang bernama Folks Premium layanan tersebut mencakup penyedia *E-Learning Video*, grup diskusi yang berada di Discord, dan *live class* namun produk dari CoinFolks tersebut masih harus divalidasi karena berdasarkan data langganan periode Januari-Desember 2022 penjualan produk layanan Folks Premium mengalami penurunan pada triwulan 3-4. Gambar penurunan pada triwulan 3-4 dapat dilihat pada gambar 1.4



Sumber: (CoinFolks, 2023)

Dengan ketatnya persaingan bisnis startup saat ini tentunya para pelaku bisnis startup harus terus mengembangkan bisnis model yang dimilikinya. Dengan terus memperhatikan masalah-masalah yang ada pada situasi masyarakat tentunya hal tersebut dapat menjadi peluang bisnis yang dijalankan. Untuk dapat merealisasikan ide bisnis para pelaku bisnis tentunya juga harus melakukan *survey* terkait apa yang sedang dibutuhkan masyarakat secara nyata, hal tersebut perlu dilakukan untuk memastikan bahwa produk maupun layanan yang ditawarkan nantinya dapat memasuki pasar konsumen (Waspada, Salim, & Krisnawati, 2023). (Osterwalder & Pigneur, 2010) salah satu cara melakukan validasi model bisnis ialah dengan menggunakan *testing business ideas* atau pengujian ide bisnis. Model bisnis didasarkan dari masalah dan kebutuhan kemudian perusahaan yang akan menjadi solusi dari segala permasalahan tersebut.

Terkait fenomena yang sudah dipaparkan dalam paragraf-paragraf sebelumnya peneliti mengutip beberapa hasil penelitian, seperti hasil penelitian (Putra, Praptono, & Sagita, 2022) yang menyatakan pada hasil penelitiannya bahwa Kopisku menerapkan 9 elemen blok metode Business Model Canvas (9) dalam melaksanakan strategi yang menguntungkan untuk meningkatkan pelanggan. Lalu penelitian selanjutnya adalah Penelitian yang dilakukan oleh (Rua, Torrent, Salsas, & Sauri, 2022) menunjukkan bahwa mempertimbangkan pengonsepan dan pengenalan business model canvas merupakan langkah yang diterapkan dala

penelitiannya agak mengetahui hasil yang tepat bagi model bisnis pada case study Vision 2040. Penelitian (Welsch, Durr, & Thiesse, 2019) pada hasil penelitiannya validasi dari perusahaan internal terhadap business model canvas merupakan strategi dalam meningkatkan penggunaan aplikasi yang mengarah kepada keuntungan.

Oleh karena itu *testing business ideas* digunakan untuk mempermudah perusahaan sebagai pemetaan nilai yang dimiliki agar dapat mengurangi resiko dan dapat menyesuaikan kebutuhan konsumen yang dituju.

### **1.3 Perumusan Masalah**

CoinFolks menjadi salah satu perusahaan startup *edutech* pertama di Indonesia di bidang blockchain dan aset kripto yang menerapkan konsep e-Learning. CoinFolks adalah merek yang dikembangkan oleh PT. REKAN ARTHA TEKNOLOGI dengan bisnis inti mereka adalah penyedia layanan informasi dan edukasi terkait dengan blockchain dan aset kripto (CoinFolks, 2023)

CoinFolks sendiri memiliki paket keanggotaan berbayar yang disebut Folks Premium. Keanggotaan Folks Premium ini mencakup tiga layanan sekaligus. Layanan pertama berupa video e-learning, dan berita terkait kripto dan aset blockchain. Yang kedua adalah grup premium, yang merupakan forum diskusi untuk para anggota, termasuk rekomendasi investasi dan trading setiap hari. Yang ketiga adalah kelas langsung yang diadakan setiap minggu, dengan materi diskusi berdasarkan permintaan dari para anggota.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Chief Executive Officer (CEO) CoinFolks (2023), memberikan edukasi tentang kripto dan aset blockchain melalui platform digital dapat memudahkan para trader atau investor, karena mayoritas generasi Z menggunakan internet sebagai pilihan media pembelajaran dan sumber informasi.

Dalam praktiknya, CoinFolks menggunakan platform digital untuk mengelola anggota Folks Premium. Namun, produk layanan yang ditawarkan oleh CoinFolks masih perlu divalidasi oleh konsumen dan calon konsumen. Hal ini dikarenakan terdapat jumlah anggota yang lebih besar yang tidak melanjutkan

langganan Folks Premium daripada jumlah anggota yang melanjutkan langganan mereka. Tabel perbandingan antara anggota yang melanjutkan langganan dan yang tidak melanjutkan langganan untuk periode Juni - November 2022.

Tabel 1.2 Data langganan periode bulan juni - november 2022

No	Nama	Start Date	End Date	Lama langganan	Keterangan
1	Iffat Tanra	02 Juni 2022	15 Agustus 2022	2 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
2	MUH. AWALUDDIN	03 Juni 2022	03 Juli 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
3	Nadya muntaza	04 Juni 2022	04 Juli 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
4	Ramdan Nugraha	05 Juni 2022	05 Juli 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
5	Rasyid Mohammed	06 Juni 2022	06 Juli 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
6	Beni Ibrahim	17 Juni 2022	17 Oktober 2022	3 Bulan + Free 1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
7	Milzham Angga	22 Juni 2022	22 September 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
8	Hindri Alamsyah	24 Juni 2022	24 September 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Start Date</b>	<b>End Date</b>	<b>Lama langganan</b>	<b>Keterangan</b>
9	Malcolm deswanta	30 Juni 2022	30 September 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
10	Hadira Ahmad Habibie	30 Jun 2022	30 September 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
11	Reinaldy Alvian	01 Juli 2022	01 Oktober 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
12	Naufal Muayyad	03 Juli 2022	03 Oktober 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
13	Satrya Wicaksana	08 Juli 2022	08 Januari 2023	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
14	Joshua Tanuwidjaja	11 Juli 2022	11 Oktober 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
15	Agum Gemelar	15 Juli 2022	15 Oktober 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
16	bur Beauty	20 Juli 2022	20 Oktober 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
17	Ricky Dwi Susanto	21 Juli 2022	21 Oktober 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
18	Muhammad Ridho	23 Juli 2022	23 Oktober 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Start Date</b>	<b>End Date</b>	<b>Lama langganan</b>	<b>Keterangan</b>
19	Richard Salim	25 Juli 2022	25 Oktober 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
20	Muhammad Izharuddin Ramadhan	30 Juli 2022	30 Oktober 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
21	Dimas Darmawan	31 Juli 2022	31 November 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
22	Edward Pangidoan	31 Juli 2022	31 Oktober 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
23	Achmad Naufal Risky	31 Juli 2022	31 November 2022	1 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
24	Adisty	20 Agustus 2022	20 November 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
25	Adhimas Wardana	24 Agustus 2022	24 November 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
26	Fluffy Tails	22 Agustus 2022	22 November 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
27	Alan Maulana	22 Agustus 2022	22 Desember 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
28	Aditya Kingkin	23 Agustus 2022	23 November 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan



<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Start Date</b>	<b>End Date</b>	<b>Lama langganan</b>	<b>Keterangan</b>
29	Abdul Ghani	25 Agustus 2022	25 November 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
30	Afif Nugroho	27 Agustus 2022	27 November 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
31	Dedy Imam Faisal	27 Agustus 2022	27 November 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
32	abiyyu erlangga antaya	25 Agustus 2022	25 November 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
33	Ygi Fajr Pbrian	26 Agustus 2022	30 November 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
34	Paulin Al Imady	01 September 2022	01 Februari 2022	5 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
35	Salman Ariq	09 September 2022	09 Desember 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
36	Shidor sidix	30 September 2022	30 Desember 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
37	Daden Abdul Rahman	30 September 2022	30 Desember 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
38	Malcolm deswanta	30 September 2022	30 Desember 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Start Date</b>	<b>End Date</b>	<b>Lama langganan</b>	<b>Keterangan</b>
39	Ahmad Isnan	30 September 2022	30 Desember 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
40	Iffat Tanra	30 September 2022	30 Desember 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
41	Muhammad Syamil Falahuddin	30 September 2022	30 Desember 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
42	Kris	30 September 2022	30 Desember 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
43	Toni Romansyah	30 September 2022	30 Desember 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
44	Alank	30 September 2022	30 Desember 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
45	Unic Boy	30 September 2022	30 Desember 2022	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
46	Winsen Wijaya	21 Oktober 2022	21 Januari 2023	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
47	Naufal al akram	26 Oktober 2022	26 Oktober 2023	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
48	Wakhid Riyanto	11 November 2022	11 Februari 2023	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
49	Rivan Naufal Novandri	11 November 2022	11 Februari 2023	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Start Date</b>	<b>End Date</b>	<b>Lama langganan</b>	<b>Keterangan</b>
50	Bhagas Ar	11 November 2022	11 Februari 2023	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
51	Agus Gunawan	11 November 2022	11 Februari 2023	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
52	Fahrudin	11 November 2022	11 Februari 2023	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
53	Hellen Consinta	11 November 2022	11 Februari 2023	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
54	Spontan Id	11 November 2022	11 Februari 2023	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
55	Malik J	11 November 2022	11 Februari 2023	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
56	Edrin Saputra	11 November 2022	11 Februari 2023	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan
57	Ava Crypto	25 November 2022	25 Februari 2023	3 Bulan	Tidak melanjutkan langganan

Sumber: (data yang diolah, 2023)

Tabel 1.3 Data langganan periode bulan juni - desember yang melanjutkan hingga bulan april 2023

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Start Date</b>	<b>End Date</b>	<b>Lama langganan</b>	<b>Keterangan</b>
1	Dyah Ratna	09 Agustus 2022	23 April 2023	8 Bulan	Melanjutkan langganan
2	Andri Kurniawan	23 Agustus 2022	23 April 2023	8 Bulan	Melanjutkan langganan
3	Abe wu	03 September 2022	23 April 2023	7 Bulan	Melanjutkan langganan
4	Pasya Wiratama	30 September 2022	24 April 2023	7 Bulan	Melanjutkan langganan
5	Fathan Al Kautsar	30 September 2022	25 April 2023	7 Bulan	Melanjutkan langganan

Sumber: (data yang diolah, 2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa ada 57 anggota yang tidak melanjutkan langganan dalam periode 6 bulan dari Juni hingga Desember. Selain itu, hanya ada 5 anggota yang melanjutkan langganan hingga April 2023. Hal ini menunjukkan bahwa CoinFolks perlu meningkatkan kualitas layanan mereka dan memperhatikan validasi dari konsumen dan calon konsumen untuk mengurangi jumlah anggota yang tidak melanjutkan langganan.

Oleh karena itu, validasi model bisnis diperlukan menurut hasil wawancara dengan (CoinFolks, 2023), peneliti menggunakan Business Model Canvas (BMC) dan kartu uji untuk melakukan validasi dari konsumen dan calon konsumen. Kemudian, penelitian pasar akan dilakukan dengan menentukan asumsi dalam sembilan blok Business Model Canvas (BMC) terkait model bisnis yang ada. Selanjutnya, uji akan dilakukan pada asumsi-asumsi berisiko dalam model bisnis untuk memahami apa yang menjadi prioritas dan perlu diuji (Osterwalder & Pigneur, 2020). Kartu uji untuk hipotesis ini akan divalidasi untuk menentukan bahwa model bisnis yang diimplementasikan oleh CoinFolks saat ini telah divalidasi sesuai dengan keinginan dan tuntutan pasar. Jadi, dari deskripsi di atas, penulis akan melakukan penelitian untuk tesis dengan judul "VALIDASI MODEL BISNIS DI BIDANG STARTUP EDUTECH KRIPTO STUDI KASUS: COINFOLKS

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan dari perumusan masalah yang sudah dijelaskan, mengemukakan pertanyaan penelitian yang terdapat pada peneliti ini yakni:

1. Bagaimana model bisnis kanvas CoinFolks?
2. Apa saja hipotesis yang paling berisiko dari model bisnis CoinFolks?
3. Bagaimana metode uji coba dari hipotesis berisiko model bisnis CoinFolks?
4. Bagaimana tindak lanjut yang dilakukan CoinFolks dalam pengembangan produk atau layanannya?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang diatas, pada penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Mengetahui model bisnis kanvas CoinFolks
2. Mengetahui hipotesis paling beresiko dari model bisnis CoinFolks
3. Mengetahui metode uji coba dari hipotesis berisiko pada bisnis model CoinFolks
4. Mengetahui tindak lanjut yang dapat dilakukan CoinFolks dalam pengembangan produk atau layanan

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Akademis**

Adapun penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara langsung kepada pihak-pihak yang berkepentingan, dalam hal ini dapat dilihat dari dua aspek berikut:

a. Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan dan informasi terkait variabel yang masih belum banyak dibahas terkait validasi ide bisnis atau asumsi yang ingin dikerahkan secara nyata oleh pelaku usaha khususnya startup *edutech*. Tahapan dan hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan panduan dalam melakukan validasi model bisnis sebagai sebuah studi kasus yang dapat dijadikan bahan mengajar dibidang kewirausahaan.

b. Penelitian Selanjutnya

Temuan pada kartu uji untuk eksperimen yang dilakukan dalam menguji asumsi-asumsi penelitian ini dapat dijadikan panduan dalam metode validasi untuk penelitian yang sama. Temuan yang didapatkan diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya, dan penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan pengetahuan yang berkaitan dengan bidang tersebut.

### **1.6.2 Praktis**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan untuk dapat dimanfaatkan pelaku startup *edutech* sebagai bahan evaluasi CoinFolks dan sejenis di bidang startup untuk menerapkannya dalam merintis bisnis baru maupun dalam mengembangkan produk agar dapat menyusun strategi usaha yang lebih efektif dan efisien. Serta dapat dijadikan bahan pertimbangan pelaku startup dalam mengembangkan maupun mempertahankan bisnis nya.

## **1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan penjelasan secara umum, singkat dan padat serta menggambarkan dengan benar isi dari penelitian. Bab ini mencakup: gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, pertanyaan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori dari umum hingga Khusus, disertai dengan penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran, dan diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menielaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab dari masalah penelican. Bab ini meliputi terkait: Jenis Penelitian. Operasionalisasi Variabel, Pengumpulan Data,dan Analisis Data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasill dari penelitian dan pembahasan dijabarkan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian serta ditampilkan dalam sub judal sendiri. Bab ini terdiri dari dua bagian: pertama menyajikan hasil

penelitian, dan kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian yang didapatkan. Setiap bagian pembahasan lebih baik dimulai dari hasil analisis data. kemudian di interpretasikan dan berikutnya dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan, pada bagian pembahasan lebih baik dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau dari landasan teori yang relevan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan menjelaskan dalam bentuk jawaban dari pertanyaan penelitian, serta dijadikan saran yang terkait dengan manfaat penelitian.