

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penulisan tugas akhir.

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini ialah platform KursusDigital.id yang merupakan salah satu platform bisnis digital *two-sided market* belajar daring vokasi. Bagian gambaran umum objek penelitian ini berisi informasi tentang platform digital belajar di Indonesia dan profil perusahaan KursusDigital.id untuk memberi kesamaan pandangan dan gambaran mengenai objek penelitian yang diteliti.

1.1.1 Platform Digital Belajar Vokasi Daring di Indonesia

Yang termasuk ke dalam platform digital belajar vokasi daring pada penelitian ini ialah platform yang menyediakan produk usaha berupa pembelajaran ilmu vokasi atau *skill/keahlian* dalam bentuk program pembelajaran berbasis digital. Platform belajar vokasi tidak mencakup platform pembelajaran daring yang memiliki konten pembelajaran untuk mendukung pendidikan umum di tahap sekolah dasar, sekolah menengah pertama, sekolah menengah atas, atau yang setingkat (juga diistilahkan sebagai K12).

Apabila melihat pada daftar peringkat terbaik startup Indonesia yang dipublikasikan oleh (Startupranking.com, 2023), beberapa platform yang termasuk ke dalam kategori platform digital belajar vokasi daring ialah sebagai berikut.

1. Skill Academy dari Ruangguru (SkillAcademy.com)
2. Codepolitan (codepolitan.com)
3. BuildWith Angga (buildwithangga.com)
4. Studi Ilmu (studiilmu.com)
5. Universitas 123 (universitas123.com)

6. Vokasi Powered GoUKM Group (vokasi.co.id)

Dan dari observasi pribadi peneliti, terdapat juga beberapa platform populer yang juga termasuk ke dalam kategori platform digital belajar vokasi daring antara lain sebagai berikut.

1. KursusDigital.id
2. Kuncie.com
3. MySkill.id
4. HabisKerja.com
5. Vokasiana.com
6. CodingStudio.com
7. Glints Expert
8. Skilvul.com

Tentunya masih banyak lagi platform yang termasuk ke dalam kategori. KursusDigital.id yang menjadi objek penelitian adalah salah satu platform pada kategori tersebut.

1.1.2 Profil Perusahaan KursusDigital.id

KursusDigital.id merupakan platform belajar daring yang menghubungkan pengajar ilmu vokasi (kejuruan) dengan pembelajar yang ingin mempelajari ilmu vokasi dengan menggunakan sistem pembelajaran berbasis website atau telekonferensi. Kursusdigital.id telah beroperasi sejak tahun 2020 dan secara resmi disahkan sebagai perusahaan bernama PT Kursus Online Indonesia pada 12 November 2021 yang berkedudukan di Bandung dengan nomor pengesahan AHU-002699.AH.01.30.Tahun 2021 (Kursus Digital, 2023). KursusDigital.id beroperasi dalam bentuk website yang beralamat pada <https://kursusdigital.id>.

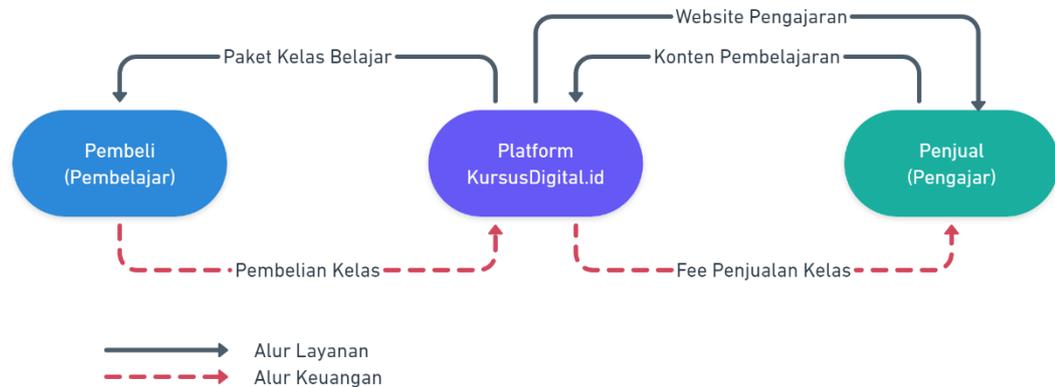


Gambar 1.1 Logo KursusDigital.id

1.1.2.1 Model Bisnis KursusDigital.id

Model bisnis KursusDigital.id terkategoriikan sebagai platform bisnis digital *two-sided-market*. Hal ini berarti platform KursusDigital.id hanya menjadi

jembatan antara dua aktor saja yakni penjual (pengajar) dan pembeli (pembelajar). Bagan model bisnis two-sided-market dari KursusDigital.id dapat dilihat pada Gambar 1.2 di bawah ini.



Gambar 1.2 Model Bisnis KursusDigital.id Sebagai Platform *Two-Sided-Market*

Hubungan antara platform dengan pengajar ialah platform memberikan layanan sistem pengajaran berupa media website dan telekonferensi kepada pengajar dan pengajar memberikan konten pembelajaran kepada platform. Sedangkan hubungan antara platform dengan pembelajara ialah platform memberikan paket kelas belajar kepada pembelajar. Adapun alur keuangan bersumber dari pembelajar kepada platform dengan adanya transaksi pembelian, lalu dilanjutkan dengan pembayaran fee penjualan kelas dari platform ke pengajar.

1.1.2.2 Produk Bisnis KursusDigital.id

Secara umum, produk bisnis KursusDigital.id meliputi dua kategori yakni:

1. paket kelas belajar ilmu vokasi berbasis *video-on-demand* (VOD) pada website, dan
2. kelas belajar ilmu vokasi berbasis telekonferensi menggunakan platform Zoom Meeting.

KursusDigital.id menyediakan paket kelas belajar berbayar dan juga gratis menyesuaikan topik yang telah ditentukan. Total produk kelas belajar yang kini tersedia di KursusDigital per bulan Mei 2023 ialah sebanyak 29 kelas belajar.

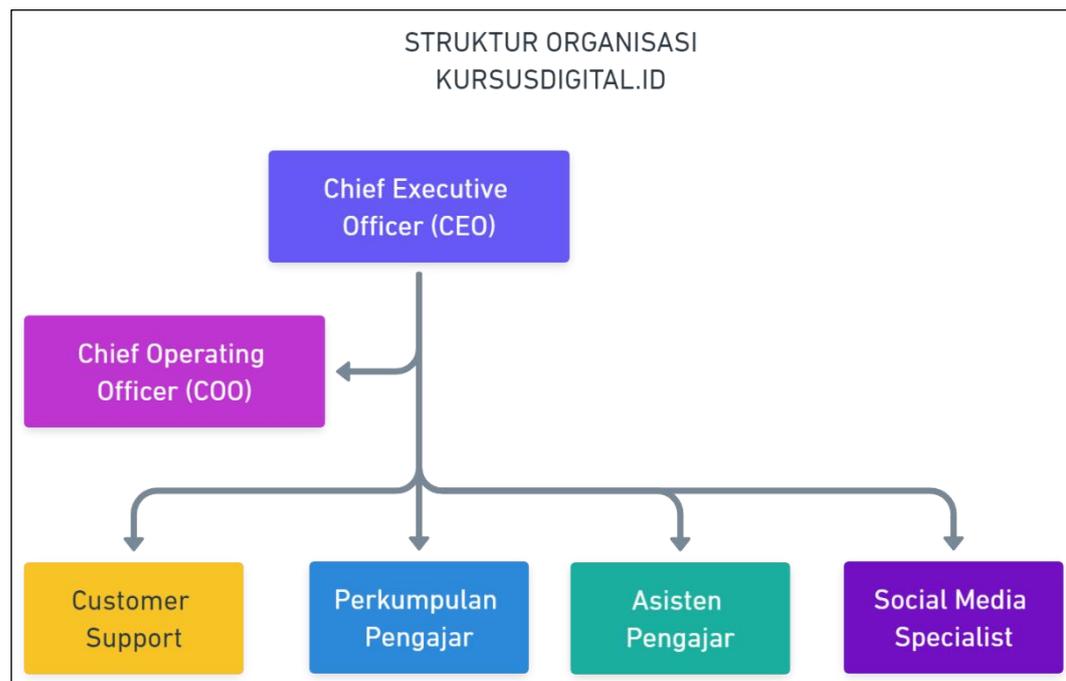


Gambar 1.3 Beberapa Produk Kelas Belajar di Website KursusDigital.id

Sebagai gambaran, contoh produk kelas belajar berbasis *video-on-demand* pada website yang diperjualbelikan di KursusDigital.id antara lain *kelas digital marketing*, belajar website, marketing iklan digital meta ads, desain canva, desain coreldraw, desain photoshop, *programming*, dan lain sebagainya. Sedangkan produk kelas belajar berbasis telekonferensi ialah kelas shopee sebanyak 5 pertemuan dan kelas iklan digital meta ads sebanyak 6 pertemuan teragenda. Seluruh produk KursusDigital.id dipasarkan melalui website.

1.1.2.3 Struktur Organisasi KursusDigital.id

Selaras dengan usianya yang masih muda dan terkategori sebagai usaha rintisan, KursusDigital.id masih memiliki struktur organisasi yang sederhana. Struktur organisasi KursusDigital.id per bulan Mei 2023 terdiri atas CEO, COO, Customer Support, Perkumpulan Pengajar, Asisten Pengajar, dan Social Media Specialist (Kursus Digital, 2023).



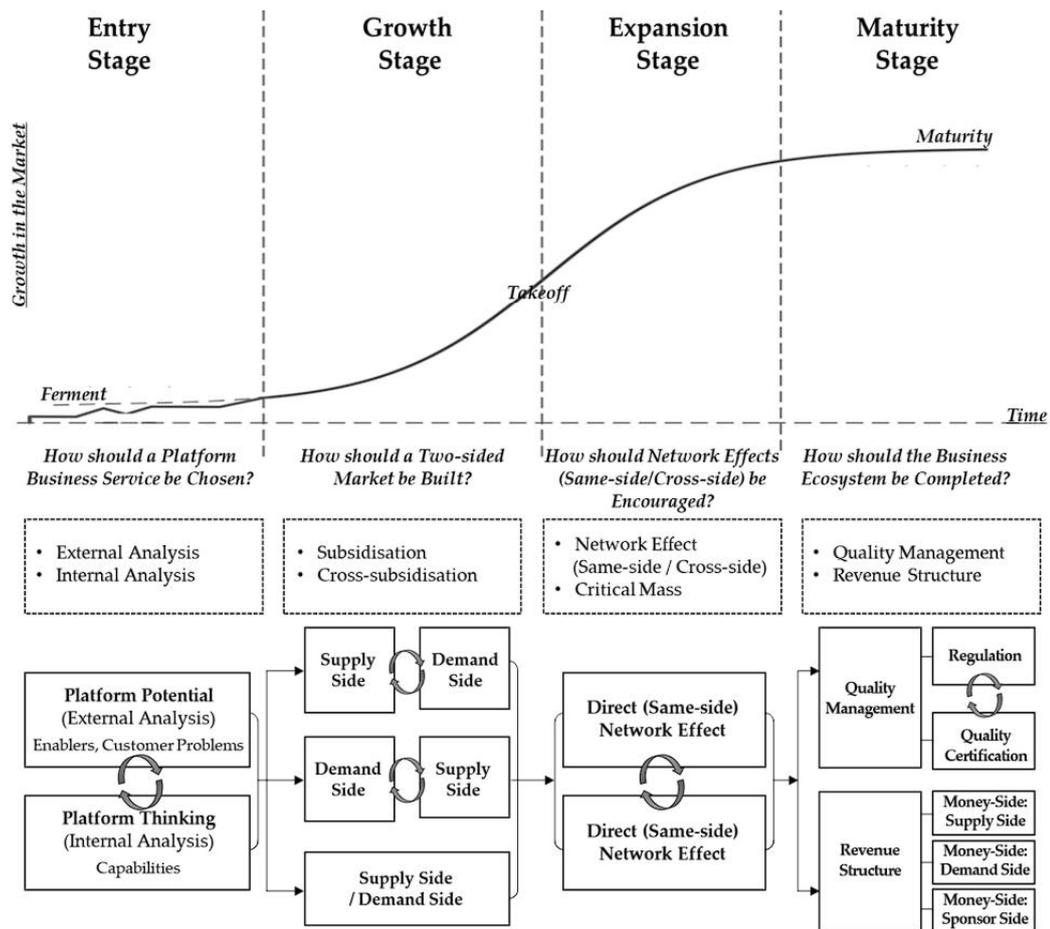
Gambar 1.4 Struktur Organisasi Perusahaan KursusDigital.Id

1.1.2.4 Visi dan Posisi KursusDigital.id Dalam Ekosistem Bisnis

Visi KursusDigital.id sebagaimana tercantum dalam beranda website ialah “Menjadi Platform Digital Belajar Skill Pilihan Utama Masyarakat”. Dari visi tersebut dapat dicerna bahwa KursusDigital.id ingin menjadi pendorong dalam ekosistem bisnis platform digital belajar vokasi di Indonesia di masa mendatang. Kondisi pada pertengahan tahun 2023, KursusDigital.id masih belum dapat melewati capaian platform kompetitornya dalam hal jumlah pengguna. Adapun per bulan Mei 2023, KursusDigital.id memiliki jumlah pengguna sekitar 70 ribu pengguna.

1.1.3 Kondisi Perkembangan Platform KursusDigital.id

KursusDigital.id jika diteliti kondisi perkembangan platform menggunakan pemodelan empat tahapan perkembangan/pertumbuhan platform, berada dalam masa peralihan antara *Growth Stage* dan *Expansion Stage* (Kim & Yoo, 2019). Pada masa ini, KursusDigital.id memiliki perkembangan platform yang stabil atau statis, namun belum mencapai proses *take off* untuk mencapai *network effect* yang baik.



Gambar 1.5 Empat Tahap Perkembangan Platform

Sumber: (Kim & Yoo, 2019)

Dikarenakan tahap *growth stage* mempertanyakan “*how should a two-sided market be build?*” yang hal tersebut telah terjadi dan terpetakan pada platform KursusDigital.id, maka platform memiliki tantangan untuk melakukan tahap ekspansi dengan mengembangkan dan memastikan terjadinya *network effect* dan *critical mass* terjadi pada platform. Untuk itu, proses pengembangan platform selanjutnya ialah proses pengembangan *expansion stage*.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Dunia pendidikan telah mengalami transformasi yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi digital. Adanya perkembangan pesat internet dan perangkat digital mendorong platform digital pendidikan atau *educational technology (edtech)* menjadi wadah penting bagi dunia pendidikan untuk

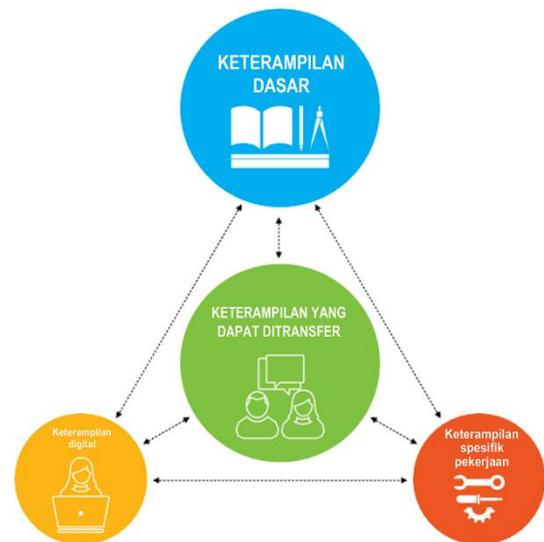
menyediakan layanan yang menunjang sumber dan proses pembelajaran. Platform digital menyediakan lingkungan interaksi secara langsung antara pelanggan dengan penyedia jasa yang dijumpai oleh platform. Batasan yang ada pada platform non-digital saat ini dapat dipecahkan dengan adanya platform digital yang memiliki akses yang mudah lewat jejaring internet. Sehingga saat ini platform digital menjadi mudah untuk berkembang dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas. (Vakeel, Malthouse, & Yang, 2021)

Dunia pendidikan Indonesia di masa mendatang, sebagaimana Unicef menyorotinya dalam publikasi *Skill for The Future* (UNICEF dan Oxford Policy Management, 2019) dan (Nambiar, Karki, Rahardiani, Putri, & Singh, 2019), akan membutuhkan empat rangkaian keterampilan meliputi:

- (1) keterampilan dasar,
- (2) keterampilan yang dapat ditransfer,
- (3) keterampilan spesifik pekerjaan atau keterampilan teknis, dan
- (4) dan keterampilan digital.

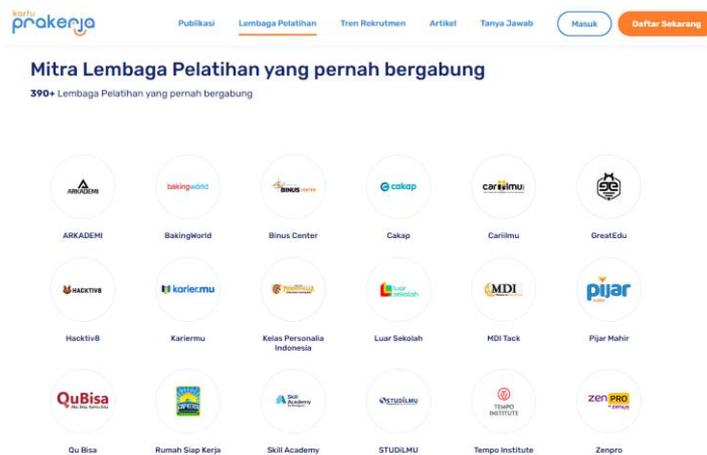
Dua dari empat poin yakni pada poin

tiga dan empat menggarisbawahi pentingnya ilmu vokasi. Selanjutnya Unicef juga menambahkan dalam laporan *Situational Analysis on Digital Learning Landscape in Indonesia* (UNICEF Indonesia, 2021) terdapat tiga pilar yang akan menunjang proses pembelajaran digital di Indonesia yakni (1) platform dan konten digital; (2) internet, perangkat, dan infrastruktur; (3) dan skill digital. Dengan begitu, memang kebutuhan pengembangan keterampilan atau yang juga disebut sebagai ilmu vokasi merupakan salah satu kebutuhan masyarakat. Apalagi di lapangan, Indonesia memiliki jumlah angkatan kerja yang cukup besar yakni 146,62 juta jiwa pada Februari 2023 (Badan Pusat Statistik, 2023) menandakan besarnya jumlah jiwa yang akan membutuhkan pendidikan vokasi.



Gambar 1.6 Empat Rangkaian Kebutuhan Keterampilan di Masa Mendatang
Sumber: (UNICEF dan Oxford Policy Management, 2019)

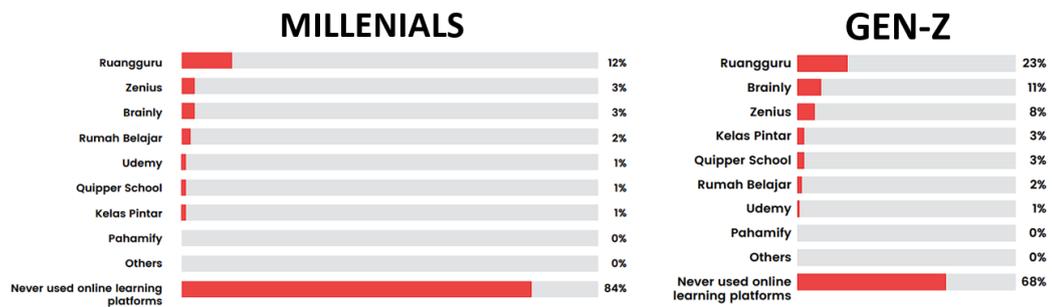
Dalam proses pembelajaran keterampilan/vokasi, saat ini program pembelajaran menggunakan platform belajar daring menjadi salah satu solusi dan primadona di masyarakat. Hal yang menjadi pendorong penggunaan platform belajar daring mudah dan cepat diterapkan dalam proses pembelajaran vokasi oleh masyarakat ialah ketertarikan generasi dan juga faktor pengaruh pandemi covid-19. IDN Research Institute dalam publikasi Indonesia Millennial dan Gen Z Report 2022 menyebutkan bahwa 1 dari 3 generasi millennial dan generasi Z tertarik dengan platform pembelajaran online (IDN Research Institute, 2022). Faktor pengaruh pandemi covid-19 memunculkan program-program pemerintah yang secara langsung memperkenalkan metode belajar daring untuk pembelajaran vokasi kepada masyarakat dengan adanya program Kartu Prakerja dan Digital Talent Scholarship. Program Kartu Prakerja sendiri telah mendorong penetrasi pengenalan platform belajar daring karena jumlah peserta program ini mencapai 17,08 juta peserta hingga gelombang 47 (Mustajab, 2023).



Gambar 1.7 Kartu Prakerja Mendorong Pengenalan Pembelajaran Daring
(Sumber: <https://www.prakerja.go.id>)

Dengan segmen konsumen yang sama, yakni angkatan kerja dan calon angkatan kerja Indonesia, dalam ekosistem platform bisnis digital vokasi terjadi persaingan diantara platform-platform yang ada dan masih eksis menjalankan usahanya pasca pandemi covid-19. Ruangguru (beserta produk turunannya SkillAcademy) masih menempati urutan pertama dari jumlah pengguna karena keberhasilannya dalam memanfaatkan program Kartu Prakerja dengan

penerimaan pengguna sebesar 4 juta lebih pengguna pada platform SkillAcademy (IDN Research Institute, 2022). Meski demikian, selesainya pandemi covid-19 merubah ekosistem dan persaingan bisnis seperti dicabutnya Program Kartu Prakerja sebagai program bantuan semi-bansos (Redaksi DDTCNews, 2023).

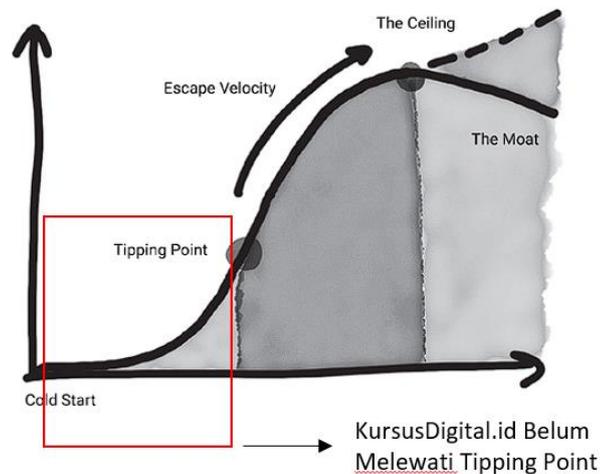


Gambar 1.8 Penggunaan Platform Belajar Daring oleh Millennial dan Gen-Z
Sumber: (IDN Research Institute, 2022)

KursusDigital yang menjadi objek penelitian merupakan salah satu contoh platform yang mengambil bagian dalam persaingan mendapatkan pangsa pasar kebutuhan pengembangan skill alias pembelajaran vokasi. KursusDigital baru mulai beroperasi pada akhir 2020 dan disahkan sebagai PT Kursus Online Indonesia pada November 2021. Meski merupakan platform baru, KursusDigital.id memiliki visi besar yakni “Menjadi Platform Digital Belajar Skill Pilihan Utama Masyarakat”. KursusDigital.id merupakan platform digital belajar vokasi dengan model *two-sided-market* yang menjembatani antara pengajar dan pembelajar.

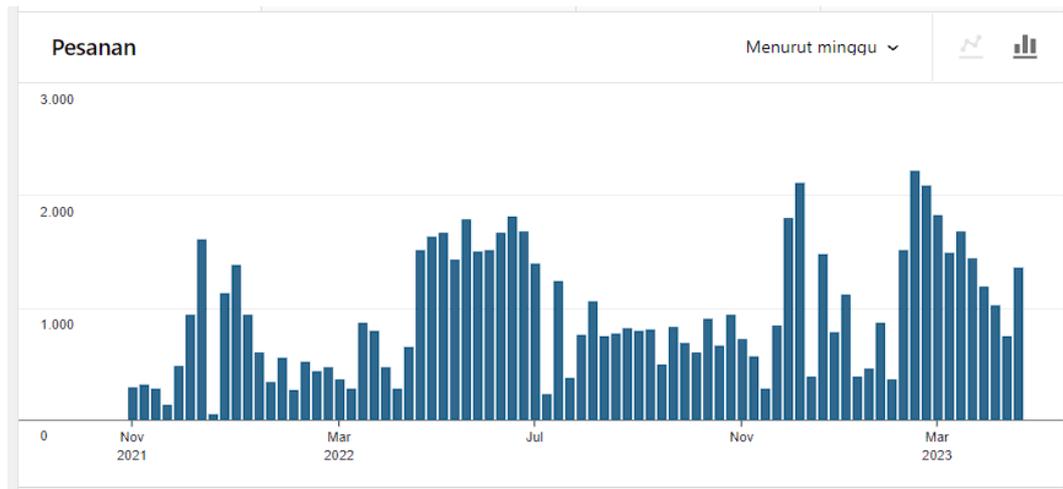
Dalam masa awal proses pengembangan, bisnis platform seringkali menghadapi tantangan *cold start problem* dan *critical mass problem*. *Cold start problem* merupakan tantangan dalam memulai platform ketika belum memiliki cukup banyak pengguna. Dalam kondisi ini, pengguna platform akan cenderung merasa tidak terlalu terlibat dalam interaksi dengan pengguna lainnya. *The Cold Start Problem* digambarkan oleh (Chen, 2021) sebagai empat tahapan yang harus dilalui hingga platform mencapai titik *The Moat* yang mengacu pada keunggulan kompetitif dan keamanan. Sedangkan *critical mass problem* merupakan tantangan pada platform untuk menarik pengguna baru dalam jumlah kritis untuk menciptakan *network effect* yang kuat dan menjaga pertumbuhan serta

keberlangsungan platform. Dalam banyak artikel, titik kritis pada *critical mass problem* digambarkan sebagai titik sebelum terjadinya pertumbuhan eksponensial dari platform, yang jika ditelaah akan selaras dengan tahap *tipping point*. KursusDigital.id sebagai platform baru tidak terkecuali dari dua tantangan ini.



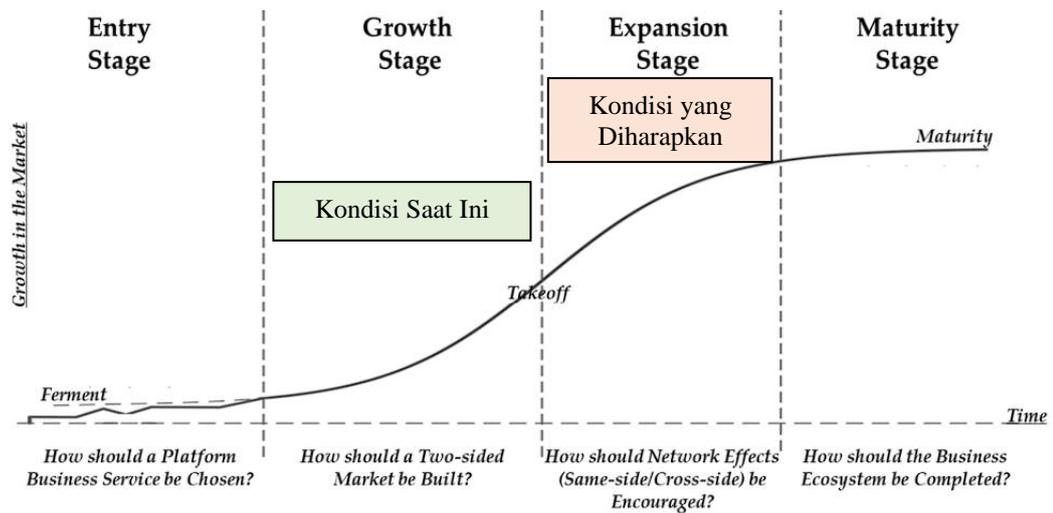
Gambar 1.9 Platform KursusDigital.id Mengalami Masalah *Cold Start*
Sumber: (Chen, 2021) Dengan Pengubahan

Keberhasilan menghadapi *cold start problem* dan *critical mass problem* ialah berhasilnya suatu platform meraih tahap *tipping point* atau titik kritis yang memiliki ciri terjadinya percepatan atau perkembangan eksponensial yang juga menjadi ciri keberhasilan *network effect* di suatu platform (Chen, 2021). KursusDigital.id sampai saat ini masih belum melewati *tipping point*. Dalam grafik pertumbuhan jumlah pesanan pada Gambar 1.10, dapat dilihat bahwa kenaikan jumlah pengguna dan penerimaan bisnis KursusDigital.id masih statis bahkan cenderung fluktuatif tanpa disertai percepatan atau kenaikan eksponensial.



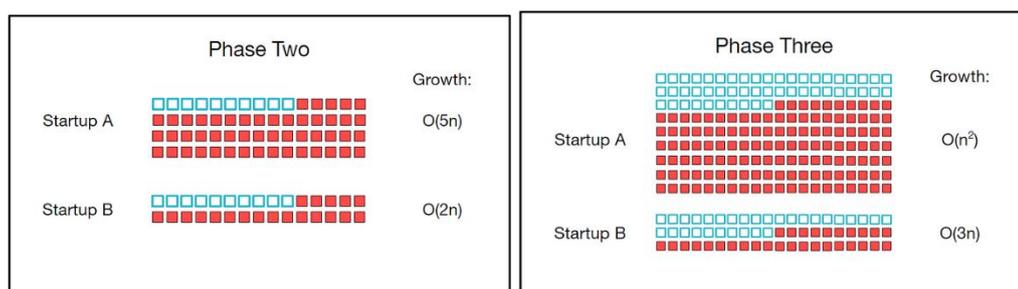
Gambar 1.10 Grafik Penerimaan Pesanan KursusDigital.id Dari November 2021 hingga April 2023
Sumber: Arsip KursusDigital.id

Jika melihat statistik pada gambar di atas, memang kondisi platform berada pada tahap pertumbuhan yang cukup baik. Namun kondisi tersebut masih belum cukup jika melihat kondisi yang diharapkan yakni terjadinya proses *take off* hingga terjadinya *network effect* dan *critical mass* berupa pertumbuhan secara eksponensial. (Kim & Yoo, 2019)



Gambar 1.11 Harapan Kondisi Pertumbuhan Platform KursusDigital.id
Sumber: (Kim & Yoo, 2019) Disertai Pengubahan

Kondisi *critical mass problem* pada KursusDigital.id ialah belum tercapainya titik pengguna minimum yang dapat mempertahankan pertumbuhan secara mandiri (*self-sustaining*) dan menciptakan nilai bagi pengguna (Bartels & Schmitt, 2022). Jumlah pengguna KursusDigital.id saat ini per Mei 2023 ialah sekitar 80 ribu pengguna. Berdasarkan *preliminary research*/riset awal sebagaimana Lampiran 1, jika dilakukan *benchmarking*/pembandingan dengan platform kompetitor dengan model bisnis serupa yakni BuildWithAngga.com yang juga lahir pada November 2020, platform tersebut saat ini telah meraih jumlah pengguna sekitar 900ribu.



Gambar 1.12 Gambaran Terlewatinya Fase Critical Mass Oleh Startup
Sumber: <https://medium.com/immutable>

Dalam persaingan bisnis, KursusDigital.id menempati persaingan yang ketat di pasar dengan banyaknya platform yang menawarkan layanan serupa. Pengelola perusahaan merasa adanya persaingan yang ketat dengan beberapa platform non-prakerja seperti BuildWithAngga.com (900 ribu pengguna), MySkill.id (1,4 juta pengguna), HabisKerja.com (40 ribu pengguna), CodePolitan.com, Kunci.com (1 juta pengguna), Skilvul.com (24 ribu pengguna), dan Glints Expert. KursusDigital.id perlu mencari cara untuk memberikan nilai tambah yang berbeda dengan pesaing hingga memiliki parit pertahanan keunggulan kompetitif.

Sedangkan dari segi interaksi pengguna, riset awal sebagaimana Lampiran 1 memperlihatkan KursusDigital.id juga mengalami masalah retensi pelanggan yang mengindikasikan kurang mampunya platform menjaga interaksi pengguna. Hal ini dapat dilihat dari data internal platform bahwa hanya 6.283 yang aktif berinteraksi dengan platform dari total 81.579 atau hanya sekitar 7,7% pengguna.

Peneliti akan memandang kondisi dan tantangan-tantangan tersebut sebagai satu kesatuan dengan adanya tantangan *cold start problem*, *critical mass problem*, persaingan bisnis, bahkan masalah retensi yang terjadi pada platform KursusDigital.id. Peneliti mengharapkan alat solusi yang digunakan dapat mensolusikan masalah tersebut dalam satu rangkaian dan alur penelitian. Peneliti memandang perhatian terhadap pembangunan *network effect* merupakan solusi yang tepat untuk menguraikan tantangan tersebut dikarenakan *network effect* memiliki pengaruh yang besar hingga menyebabkan banyak munculnya perusahaan “*winner-take-all*” pada model bisnis platform digital (Currier & the NFX Team, 2019). *Network effect* yang baik pada suatu platform dapat membuat pengguna platform bertambah, pertumbuhan platform terjadi secara eksponensial, memiliki parit pertahanan keunggulan kompetitif (Hagiu & Rothman, 2016), dan mampu mengelola interaksi pengguna dengan baik. Dengan adanya *network effect* yang kuat, platform KursusDigital.id memiliki peluang lebih besar untuk menjadi pemain utama dalam industri belajar vokasi daring dengan harapan terjadi penambahan pengguna, pertumbuhan yang cepat, dan menciptakan hambatan untuk masuk ke dalam persaingan bisnis. Hal ini sejalan dengan visi KursusDigital.id yang ingin menjadi pilihan utama oleh masyarakat dalam opsi pemilihan platform digital belajar vokasi daring. Dari sisi ini, peneliti tidak menafikkan bahwa mungkin saja terdapat metode pensolusian lain yang bisa mengatasi masalah yang sama. Namun dengan pertimbangan sumber daya yang ada, faktor efisiensi, dan adanya dukungan penelitian terdahulu terkait dengan model bisnis platform, maka peneliti sangat condong kepada pensolusian dengan pengembangan *network effect*.

Proses penelitian akan dihadapkan pada masalah langkah-langkah pengembangan *network effect* berdasarkan *NfX Construction Guide* yang terdiri atas pemetaan kondisi empat aspek layanan ekosistem digital, proses analisis strategi *network effect*, dan proses pengembangan desain siklus *direct* dan *indirect network effect* bagi platform KursusDigital.id. (Bartels & Schmitt, 2022)

Dalam banyak penelitian dan publikasi terdahulu, dipaparkan kesuksesan platform erat kaitannya dengan kesuksesan *network effect* bekerja pada platform

tersebut. (Chen, 2021) menggambarkan banyak platform berhasil meraih sukses mendapatkan pengguna yang besar karena mereka berhasil mengembangkan *network effect* pada platform mereka: Credit Cards, Wikipedia, Tinder, Zoom, Clubhouse, LinkedIn, Instagram, Coupons, Reddit, Uber, Dropbox, Curvy, Paypal, eBay, Usenet, Airbnb, dll. Menariknya, terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Ojala & Lyytinen, 2022) meneliti tentang 16 tahun pertumbuhan platform gaming G-Cluster, yang melakukan strategi *indirect network effect* terkait arsitektur platform nyatanya berhasil membawa platform berhasil menguasai banyak pasar (*multiple markets*). Banyaknya publikasi mengenai *network effect* dan kaitannya dengan model bisnis platform merupakan salah satu penyebab istilah *network effect* muncul dalam pencarian alat pensolusian masalah model bisnis platform.

Berdasarkan uraian di atas, maka dirasa perlu bagi peneliti untuk meneliti pengembangan *network effect* dengan melakukan pemodelan dan pengembangan *network effect* bagi KursusDigital.id guna dapat menyelesaikan masalah yang ada. Riset awal sebagaimana Lampiran 2 menunjukkan berdasarkan penelitian terdahulu terdapat beberapa alternatif alat untuk melakukan pengembangan *network effect* antara lain (1) dengan melakukan tahapan pengembangan desain siklus *network effect* sebagaimana yang dilakukan oleh (Bartels & Schmitt, 2022); (2) melakukan analisis studi kasus dan perbandingan sebagaimana yang dilakukan oleh (Zhou & Wan, 2022), (Granfeldt & Nyqvist, 2019), (Ojala & Lyytinen, 2022), dan (Duchateau, 2017); (3) melakukan analisis strategi berdasarkan literatur sebagaimana yang dilakukan oleh (Boudreau, Miric, & Jeppesen, 2020) dan (Palomaki, 2020), atau melakukan pengembangan desain platform sebagaimana terdapat pada *Platform Innovation Kit* mulai versi 3.0 (Platform Innovation Kit, 2018). Peneliti memandang kerangka kerja yang saat ini paling cocok digunakan ialah *NfX Construction Guide* platform (Bartels & Schmitt, 2022), yang akan memberi keluaran berupa strategi *marketing*, *onboarding*, dan *retention* pendorong *network effect* dan desain siklus *network effect*. Kerangka kerja ini memiliki dimensi keluaran yang lebih banyak dibanding dengan alat lainnya, meliputi *marketing*, *onboarding*, dan *retention*, serta adanya

penggambaran desain siklus pada akhir proses. *NfX Construction Guide* juga memiliki tahapan formulasi strategi yang didapatkan dari sumber data internal platform sehingga hasil yang didapat lebih objektif dibandingkan dengan melakukan formulasi berdasarkan platform serupa yang belum tentu memiliki kesamaan kondisi.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Analisis Dan Pengembangan Desain Siklus *Network Effect* Pada Platform Digital *Two-Sided Market* Belajar Vokasi Daring Menggunakan *Nfx Construction Guide* (Studi Kasus Platform KursusDigital.id)”**.

Dalam kaitannya dengan perkembangan penelitian *network effect*, dalam publikasinya (Bartels & Schmitt, 2022) menyebut bahwa penelitian mengenai rangka kerja pengembangan *network effect* masih sangat sedikit. Penelitian ini juga merupakan penelitian implementasi praktis pertama dari kerangka kerja *NfX Construction Guide* sehingga akan menjadi salah satu kebaruan penelitian. Besar harapan peneliti, dengan dilakukannya penelitian tersebut peneliti dapat membantu penyelesaian masalah platform KursusDigital.id, turut andil dalam memberikan gambaran penerapan pengembangan *network effect* pada kasus dan objek baru yakni objek platform digital belajar vokasi daring.

1.3 Perumusan Masalah

Platform KursusDigital.id mengalami fenomena dan tantangan *cold start problem*, *critical mass problem*, persaingan bisnis, dan masalah retensi. Dengan dipilihnya fokus penelitian terhadap proses pengembangan *network effect* untuk dapat menjawab fenomena dan tantangan tersebut, maka penelitian akan dihadapkan masalah cara pengembangan *network effect* yang dilakukan berdasarkan metode yang digunakan. Penggunaan kerangka kerja/metode *NfX Construction Guide* (Bartels & Schmitt, 2022) yang dirasa tepat untuk menjadi pedoman analisis dalam pengembangan desain siklus *network effect* yang akan dilakukan, maka penelitian dihadapkan pada masalah perumusan kondisi aspek layanan ekosistem digital; analisis strategi *marketing*, *onboarding*, dan *retention*;

perancangan desain siklus *direct network effect*, dan perancangan desain siklus *indirect network effect*.

Dengan demikian, maka pertanyaan penelitian yang menjadi acuan penelitian ini ialah sebagai berikut.

1. Bagaimana menjawab kondisi empat aspek layanan ekosistem digital meliputi *asset broker*, *type of asset*, *asset providers*, dan *asset consumers* yang berjalan pada platform KursusDigital.id?
2. Bagaimana menganalisis strategi *marketing*, *onboarding*, dan *retention* pada platform KursusDigital.id yang disajikan ke dalam *NfX-Box*?
3. Bagaimana menghasilkan desain siklus *direct network effect* untuk mendapatkan nilai-nilai dari strategi yang dipilih pada *NfX-Box* bagi *asset providers* dan *asset consumers* platform KursusDigital.id?
4. Bagaimana menghasilkan desain siklus *indirect network effect* untuk melihat dampak pertumbuhan di sisi *asset providers* pada peningkatan pertumbuhan di sisi *asset consumers* dan sebaliknya pada platform KursusDigital.id?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dari penelitian ini adalah:

1. Menjawab kondisi empat aspek layanan ekosistem digital meliputi *asset broker*, *type of asset*, *asset providers*, dan *asset consumers* yang berjalan pada platform KursusDigital.id.
2. Menganalisis strategi *marketing*, *onboarding*, dan *retention* pada platform KursusDigital.id yang disajikan ke dalam *NfX-Box*.
3. Menghasilkan desain siklus *direct network effect* untuk mendapatkan nilai-nilai dari strategi yang dipilih pada *NfX-Box* bagi *asset providers* dan *asset consumers* platform KursusDigital.id.
4. Menghasilkan desain siklus *indirect network effect* untuk melihat dampak pertumbuhan di sisi *asset providers* pada peningkatan pertumbuhan di sisi *asset consumers* dan sebaliknya pada platform KursusDigital.id.

1.5 Manfaat Penelitian

A. Aspek Teoritis

Manfaat penelitian ini pada aspek teoritis ialah:

1. Memperkaya kajian ilmu manajemen khususnya dalam pemahaman model platform bisnis digital, strategi platform, dan platform digital belajar vokasi daring.
2. Memperkaya kajian ilmu manajemen dalam topik penelitian mengenai *network effect* yang masih sedikit diteliti dan diterbitkan oleh publikasi dalam negeri.
3. Menjadi referensi literatur dalam mengimplementasikan kerangka kerja pengembangan desain siklus *network effect* menggunakan *NfX Construction Guide*.
4. Menjadi referensi literatur pada penelitian mengenai pengembangan desain siklus dan strategi *network effect* yang akan datang.

B. Aspek Praktis

Manfaat penelitian ini pada aspek praktis ialah:

1. Mendorong peneliti untuk memperdalam pemahaman ilmu manajemen terutama pada bidang kajian strategi platform dan pengembangan desain siklus *network effect*.
2. Menjadi keluaran berharga bagi perusahaan terkait untuk mengetahui strategi *marketing*, *onboarding*, dan *retention* yang berpengaruh terhadap *network effect* platform.
3. Menjadi keluaran berharga bagi perusahaan terkait untuk mengetahui desain siklus *direct* dan *indirect network effect* hasil penelitian.
4. Menjadi acuan bagi perusahaan platform digital lain dalam pengembangan desain siklus dan strategi *network effect* untuk perkembangan bisnis.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memberi gambaran yang jelas tentang penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi daftar bab dan materi yang akan dibahas. Sistematika dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang diangkatnya topik penulisan tesis, pokok permasalahan berupa perumusan masalah, tujuan dan manfaat yang diharapkan dari penulisan tesis, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan seluruh landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, yaitu teori dan penelitian terdahulu mengenai topik penelitian, kerangka pemikiran, serta hipotesis atau dugaan sementara penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini ditegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan secara sistematis penelitian dan pembahasan sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam subjudul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.