

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Platform Digital Belajar Vokasi Daring di Indonesia	1
1.1.2 Profil Perusahaan KursusDigital.id	2
1.1.3 Kondisi Perkembangan Platform KursusDigital.id	5
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	6
1.3 Perumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	19
2.1.1 Manajemen Strategis	19
2.1.2 Model Bisnis Platform.....	20

2.1.3	Perbedaan Model Bisnis Platform dengan Bisnis <i>Pipeline</i>	21
2.1.4	Platform Digital	22
2.1.5	Karakteristik dan Model Platform <i>Two-Sided Market</i>	22
2.1.6	Pilar Pembelajaran Daring.....	24
2.1.7	<i>Network Effect</i>	25
2.1.8	Dampak <i>Network Effect</i> Terhadap Platform	29
2.1.9	<i>The Cold Start Problem</i>	30
2.1.10	<i>Critical Mass Problem</i>	32
2.1.11	<i>NfX (Network Effect) Construction Guide</i>	34
2.1.12	<i>Strategy Formulation Framework</i>	38
2.1.13	Kanvas <i>Network Effect</i>	43
2.1.14	<i>Flywheel Virtuous Cycle (Amazon Flywheel/Bezonomics)</i>	45
2.1.15	Penelitian Terdahulu.....	46
2.2	Kerangka Pemikiran	56
BAB III METODE PENELITIAN.....		58
3.1	Jenis Penelitian	58
3.2	Operasionalisasi Variabel	60
3.3	Tahapan Penelitian	64
3.4	Situasi Sosial.....	65
3.4.1	Tempat.....	65
3.4.2	Pelaku	65
3.4.3	Aktivitas	65
3.4.4	Narasumber	66
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	68

3.5.1	Pengumpulan Data dan Sumber Data Pada Langkah NfX Construction Guide	69
3.5.2	Detil Pengumpulan Data	72
3.6	Uji Validitas.....	77
3.6.1	Triangulasi.....	78
3.6.2	<i>Member Checking</i>	79
3.7	Teknik Analisis Data	79
3.7.1	Analisis Lingkungan Eksternal	80
3.7.2	Analisis Lingkungan Internal	81
3.7.3	Analisis Profil Persaingan	83
3.7.4	Analisis <i>SWOT</i>	84
3.7.5	Analisis Pemeringkatan Strategi	84
3.7.6	<i>NfX Box</i>	86
3.7.7	<i>Network Effect Virtuous Cycle by NfX Construction Guide</i> ... 86	
3.7.8	<i>Network Effect Stimulation Canvas</i>	87
3.7.9	<i>Network Properties and NFX Canvas</i>	88
3.7.10	Analisis <i>Flywheel Virtuous Cycle (Amazon Flywheel/Bezonomics)</i>	89
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		91
4.1	Karakteristik Narasumber.....	91
4.2	Hasil Penelitian.....	96
4.2.1	Menjawab <i>Empat Starter Question NfX Construction Guide</i> 96	
4.2.2	Melakukan Formulasi Strategi <i>Marketing, Onboarding, dan Retention</i>	100
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	109
4.3.1	Kondisi Aspek Layanan Ekosistem Digital.....	109

4.3.2 Hasil Penentuan Strategi <i>Marketing, Onboarding, dan Retention Platform</i> KursusDigital.id	111
4.3.3 Desain Siklus <i>Direct Network Effect</i> Pada Masing-masing Sisi	120
4.3.4 Desain Siklus <i>Indirect Network Effect</i>	130
4.3.5 Analisis Pendukung Terkait <i>Network Effect</i>	132
4.3.6 Diskusi.....	141
4.3.7 Uji Validitas dan Konfirmasi Hasil.....	144
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	146
5.1 Kesimpulan.....	146
5.2 Saran.....	147
5.2.1 Saran Praktis.....	147
5.2.2 Saran Akademis.....	147
DAFTAR PUSTAKA	149
LAMPIRAN.....	156
BIODATA.....	236