

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

SkillUp.id adalah Platform *E-Learning* yang dikembangkan oleh Akademi Trainer pada tahun 2023 dan mulai beroperasi pada bulan September 2024. SkillUp.id ini dikembangkan untuk para alumni Akademi Trainer agar bisa mengembangkannya modul, *branding* dan kapasitasnya lewat ekosistem pembelajaran digital untuk memberikan kebermanfaatan pada Indonesia melalui tema *Happy and Productive*. SkillUp.id juga adalah sebuah perusahaan StartUp yang menyediakan platform layanan edukasi dengan berbagai produk berupa *e-course* dan materi pelatihan pengembangan diri untuk mendukung peningkatan produktivitas dan kebahagiaan individu dengan segmentasi pasar yaitu pekerja dan pebisnis.



Gambar 1. 1 Website/Platform SkillUp.id

Sumber: *skillup.id* (2025)

Dalam wawancara yang dilakukan peneliti dengan Founder SkillUp.id, *Blended Learning Program* adalah pendekatan pembelajaran yang mengkombinasikan kegiatan tatap muka dengan pembelajaran daring, bertujuan untuk meningkatkan produktivitas tim melalui metode belajar yang mudah, efektif, dan menyenangkan. Program ini dirancang secara interaktif, penuh keseruan, dan memberikan pengalaman belajar yang menarik.

SkillUp.id menerapkan konsep ini dalam bisnisnya dengan menyediakan platform *e-learning* yang mengintegrasikan sesi online interaktif dan pelatihan langsung, sehingga menciptakan pengalaman belajar yang mendalam bagi penggunanya. Melalui pendekatan *blended learning*, SkillUp.id membantu meningkatkan keterampilan dan produktivitas tim dengan metode yang relevan, *engaging*, dan disesuaikan dengan kebutuhan dunia kerja *modern*.

Terdapat beberapa produk dan kemitraan yang di sediakan oleh SkillUp.id di platformnya baik untuk mitra maupun pelanggannya:

1. *E-Course*: Penyampaian materi pembelajaran, quiz, dan *assignment* secara online.
2. *E-Book*: Buku yang tersedia secara online berupa file pdf dan dapat dibeli melalui platform.
3. Webinar: Seminar yang dilakukan secara online, biasanya webinar ini dilakukan menggunakan platform zoom.
4. *Affiliate*: SkillUp.id juga menyediakan *affiliate* untuk setiap pengguna yang mendaftar dan memakai platform SkillUp.id.

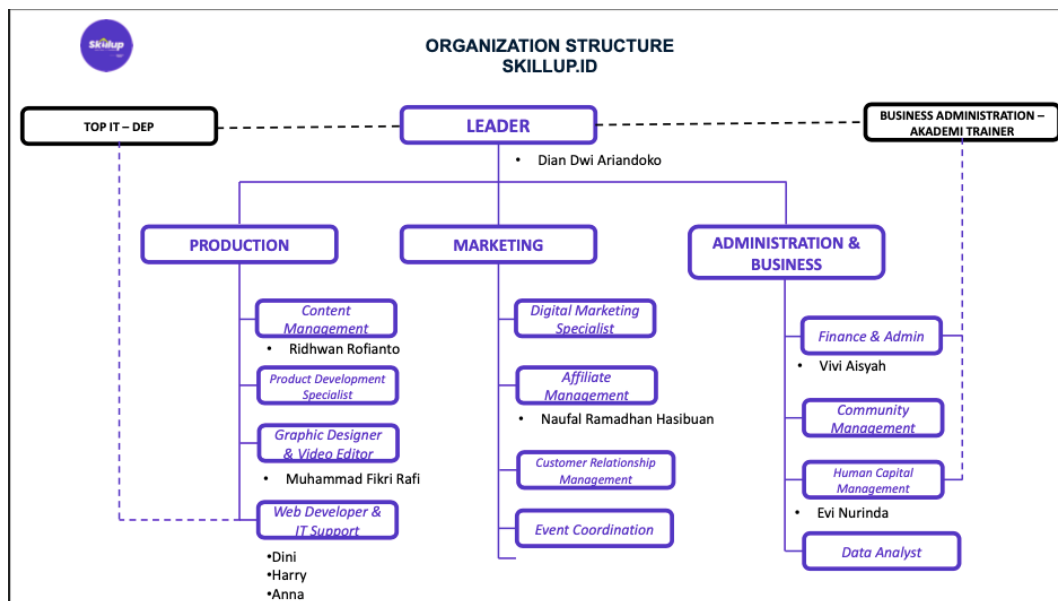
Dalam wawancara yang di lakukan peneliti dengan *Founder* SkillUp.id, untuk mitra atau disini sumber daya manusia yang menjadi *trainer* pada *e-course*, webinar maupun penulis *e-book* di SkillUp.id hanyalah orang-orang *expert* dan lulus dari Akademi Trainer, sedangkan untuk *Affiliate* sendiri, itu tersedia tidak hanya untuk lulusan Akademi Trainer saja, namun juga setiap pelanggan yang bergabung dan membeli produk di Platform SkillUp.id. Alasan disediakannya *Affiliate* oleh SkillUp.id adalah agar platform tersebut menjafi *one stop solution* untuk stakeholdernya, dimana di platform tersebut mereka bisa lebih produktif, belajar dan menghasilkan uang.

SkillUp.id memiliki beberapa Segmentasi Pasar yakni pekerja, pebisnis dan orang orang yang ingin lebih *happy* dan produktif dengan usia 22 tahun-55 tahun. Dalam konteks bisnisnya, SkillUp.id menerapkan strategi ini dengan menyediakan materi pembelajaran yang relevan dan mendukung pengembangan diri. Dengan pendekatan yang berfokus pada kebutuhan personal dan profesional, platform ini dirancang untuk membantu pengguna mencapai tujuan mereka secara lebih efektif dan menyenangkan.

1.1.1 Lokasi Perusahaan

SkillUp.id saat ini tidak memiliki kantor resmi, dikarenakan bisnis SkillUp.id ini dijalankan secara *remote* dan setiap struktural maupun karyawannya berada di kota yang berbeda. Namun, untuk lokasi yang menjadi kantor *customer service* SkillUp.id berada di Raffles Hills Ruko Suarwood Blok UB No.03 Jalan Boulevard Rafless Hill Cibubur, Harjamukti, Kec. Tapos, Kota Depok, Jawa Barat 16451.

1.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Website/Platform SkillUp.id

Sumber: skillup.id (2024)

SkillUp.id merupakan perusahaan *start up* yang belum stabil sehingga karyawan dan anggota strukturalnya masih berubah-ubah. Founder SkillUp.id memberikan gambaran tentang struktur organisasi beserta fungsinya secara sederhana seperti yang terdapat pada gambar 1.2.

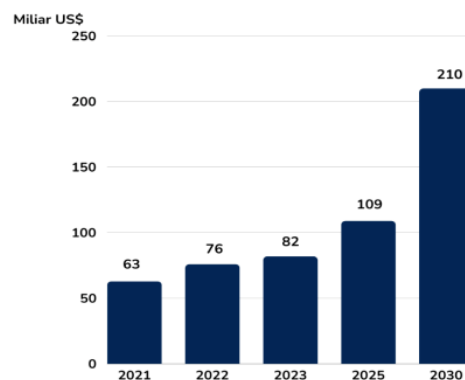
1. CEO (Bapak Dian Dwi Ariandoko): Sebagai pimpinan tertinggi perusahaan, CEO (*Chief Executive Officer*) bertanggung jawab atas keseluruhan operasional dan pengambilan keputusan untuk perusahaan.
2. Top IT -Department: Sebagai penyedia SDM untuk *Web Developer* dan *IT Support*.
3. *Business Administration* (Akademi Trainer): Sebagai penyedia SDM dan *Trainer* untuk platform.

4. *Production Department*: Departemen ini bertanggung jawab untuk mengelola konten *e-Course*, *e-Book* dan Webinar. Dalam *production departemen* terdapat 4 jenis staff yaitu:
 - a. *Content Management*: memiliki task untuk mencari dan mendampingi trainer (*contributor*), melakukan kurasi konten, memastikan kualitas konten dan menggerakkan kontributor (SDM berupa trainer dari Akademi Trainer).
 - b. *Product Development Specialist*: Mengembangkan ide produk baru, riset pasar, dan berinovasi dengan fitur platform.
 - c. *Graphic Designer* dan Video Editor: Membuat materi visual dan video untuk *e-Course* dan platform.
 - d. *Web Developer & IT Support*: Mengelola platform, mengembangkan fitur baru, dan memberikan dukungan teknis.
5. *Marketing Department*: Department ini bertugas untuk merencanakan, mengeksekusi, dan mengevaluasi strategi pemasaran produk dan layanan perusahaan, termasuk branding, promosi, dan penjualan. Dalam *marketing department* terdapat 4 jenis staff yaitu:
 - a. *Digital Marketing Specialist*: Mengelola kampanye pemasaran digital, SEO, iklan, dan media sosial.
 - b. *Affiliate Management*: Merekrut dan mengelola afiliasi, menjalankan program insentif, dan meningkatkan penjualan.
 - c. *Customer Relationship Management*: Mengelola pelanggan dengan memberikan interaksi, gamifikasi sehingga pelanggan makin loyal dan *engaged*.
 - d. *Event Coordinator*: Merencanakan dan menjalankan *event* untuk komunitas.
6. *Administration & Business Department*: Departemen ini mengelola operasional, keuangan, dan administrasi platform. Dalam *Administration & Business Department* terdapat 4 jenis staff yaitu:
 - a. *Finance & Admin*: Mengelola keuangan, pembayaran, kontrak, dan administrasi umum.

- b. *Community Management*: Membangun dan mengelola komunitas, meningkatkan *engagement* , dan mengadakan event.
- c. *Human Capital Management*: Meningkatkan produktivitas dan kepuasan karyawan, sehingga berdampak positif pada keberhasilan bisnis.
- d. *Data Analyst*: Menganalisis data, membuat laporan, dan memberikan rekomendasi untuk platform.

1.2 Latar Belakang

Pesatnya revolusi teknologi digital informasi mempengaruhi berbagai aspek kehidupan yang membuat perubahan cukup signifikan di berbagai sektor, salah satunya sektor bisnis. Perkembangan teknologi ini tidak hanya mempermudah akses terhadap informasi tetapi juga menginspirasi dunia bisnis dalam mengembangkan dan mendigitalisasi bisnisnya. Menurut data laporan *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF, 2024) yang merupakan lembaga riset independen dan otonom dengan berkontribusi mencari solusi terbaik dari permasalahan ekonomi dan sosial di Indonesia (INDEF, 2024) tentang Peran Platform Digital; Perkembangan UMKM di Indonesia Google, Temasek, dan Bain (2023) memproyeksikan nilai ekonomi digital Indonesia secara keseluruhan pada 2023 tumbuh 8 persen dari tahun sebelumnya, atau diprediksi berada pada level USD 82 miliar. Nilai ini diprediksi akan tumbuh menjadi USD 109 miliar pada 2025. Bahkan pada 2030, ekonomi digital Indonesia diperkirakan menyentuh angka 210 miliar hingga USD 360 miliar.



Gambar 1. 3 Nilai Ekonomi Digital Indonesia

Sumber: *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF, 2024))

Inspirasi dari dunia bisnis untuk membuat dan mengoperasikan bisnisnya secara digital juga kerap diterapkan di sektor pendidikan. Transformasi digital ini membuka peluang untuk menciptakan ekosistem pendidikan yang dapat lebih menjangkau lapisan masyarakat tanpa terbatas ruang dan waktu. Salah satu inovasi bisnis pada sektor pendidikan yang muncul dari berkembangnya teknologi ini adalah platform *e-learning*. Platform *e-learning* ini kerap menjadi salah satu opsi model bisnis untuk menjawab tantangan kebutuhan belajar di era modern dimana aksesibilitas dan mobilitas menjadi prioritas utama.

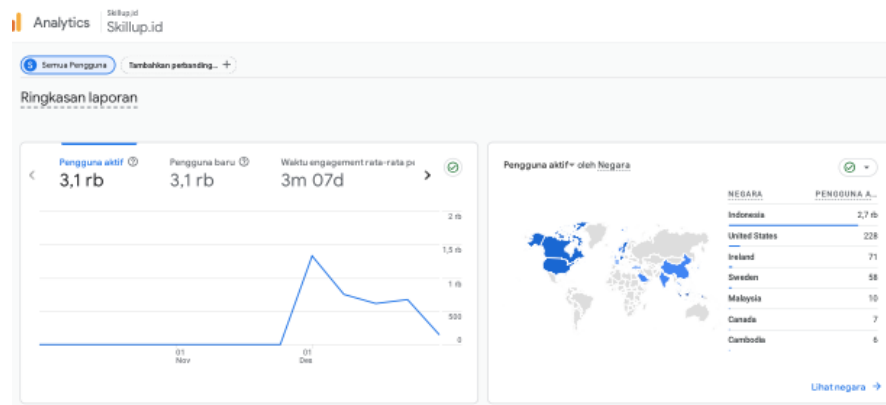
Platform *e-learning* adalah platform penyampaian konten pendidikan dan pelatihan dengan memanfaatkan teknologi sebagai media yang digunakan dalam prosesnya. Platform *e-learning* mencakup berbagai kegiatan pembelajaran mulai dari kursus yang dilaksanakan secara online maupun *hybrid*, dimana materi disampaikan dengan cara menggabungkan pembelajaran daring dengan tatap muka.

Dengan platform *e-learning* ini, setiap orang yang berlangganan dapat mengakses materi edukasi yang diberikan kapan saja dan dimana saja. Kemudahan akses ini membuka peluang bagi peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan pengembangan diri secara berkelanjutan tanpa terhambat oleh batasan geografis atau waktu. Hal ini sejalan dengan perkembangan bisnis *e-learning* yang terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan pendidikan modern.

Seiring dengan berkembangnya ekosistem *e-learning* di Indonesia, terdapat berbagai tantangan untuk platform *e-learning* untuk dapat beradaptasi, meningkatkan daya saing dan mempertahankan pertumbuhan pengguna. Hal ini sesuai dengan apa yang diteliti oleh (Permann-Graham et al., 2025) mereka menjelaskan bahwa saat ini terdapat berbagai platform *e-learning* yang berjuang untuk mempertahankan pertumbuhan pengguna, karena pengguna sering melaporkan perasaan terisolasi, motivasi menurun, dan kurangnya interaksi, yang menimbulkan tantangan bagi seluruh pemangku kepentingan dalam bisnis *e-learning* dalam mencapai hasil yang optimal. Salah satu contoh platform *e-learning* di Indonesia yang menghadapi tantangan dalam pertumbuhan pengguna adalah SkillUp.id.

SkillUp.id mendapatkan tantangan dimana sejak di operasikannya bisnis, pertumbuhan pengguna tidak optimal karena perkembangan *traffic* website atau

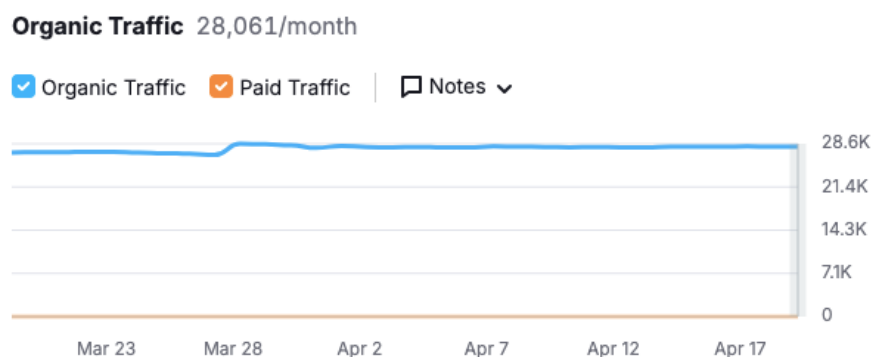
pengunjung website SkillUp.id kurang stabil, dapat dilihat pada gambar 1.4 berupa statistic pengunjung yang dikirim oleh CEO SkillUp.id dimana pengunjung selama 1 bulan terakhir terdapat 3,1 ribu dengan statistic yang naik lalu terus menurun yang mana ini akan berpengaruh pada *revenue* yang di dapat oleh SkillUp.id kedepannya, karena *revenue* terbesar dari SkillUp.id berada pada platform websitenya.



Gambar 1. 4 Traffic Website SkillUp 2024

Sumber: Google Analytics SkillUp.id (2024)

Pada gambar tersebut juga di jelaskan ada beberapa pengunjung dari setiap negara yaitu Indonesia, Amerika, Irlandia, Swedia, Malaysia, Canada, dan Kamboja. Dibandingkan dengan pesaingnya yaitu BuildWithAngga dapat dilihat perbedaan yang cukup signifikan dimana *traffic* organik/bulannya berada diangka 28.061/bulan karena buidwithangga.com sudah beroperasi sejak Oktober 2019 dan namanya sudah cukup dikenal oleh masyarakat luas sebagai salah satu platform pendidikan daring di Indonesia.



Gambar 1. 5 Traffic Website BuildWithAngga

Sumber: Semrush.com –Buildwithangga.com (2025)

Bila dibandingkan dengan BuildWithAngga, SkillUp.id memang cukup tertinggal dalam *traffic* website, tetapi kita perlu fokus pada kualitas dan stabilitas *traffic* yang ditunjukkan oleh BuildWithAngga. Data menunjukkan bahwa *traffic* BuildWithAngga cenderung lebih stabil dibandingkan dengan SkillUp.id, yang mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal seperti pengenalan merek yang lebih besar dan daya tarik jangka panjang yang lebih kuat. Oleh karena itu, meskipun memiliki tantangan besar dalam mengejar volume *traffic* yang lebih tinggi, SkillUp.id masih memiliki peluang untuk mengoptimalkan pengembangan bisnis dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dengan meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pengunjung.

Ada kemungkinan *traffic* website SkillUp.id yang tidak stabil ini disebabkan pada berbagai permasalahan dalam bisnisnya, seperti yang terdapat pada penelitian (Ray et al., 2021), mereka menjelaskan bahwa aktivitas pemasaran dan strategi yang kurang baik dapat menjadi penyebab permasalahan. Sehingga diperlukan rekomendasi untuk memperbaiki dan mengembangkan proses bisnis yang didasarkan pada hasil analisis *business model canvas* yang dipadukan dengan *SWOT Analysis*.

Karena penelitian ini bertujuan untuk memberi rekomendasi dalam optimalisasi pengembangan bisnis SkillUp.id maka pemilihan *Business Model Canvas* adalah hal yang tepat karena *Business Model Canvas* mendapatkan gambaran yang akurat mengenai proses bisnis pada Platform SkillUp.id saat ini. Pada penelitian ini, *Business Model Canvas* digunakan untuk menggambarkan model bisnis dari SkillUp.id dengan tujuan mendapatkan informasi dan permasalahan, pertanyaan-pertanyaan untuk pengambilan data dan informasi kedepannya akan dibuat berdasarkan 9 blok yang ada di *Business Model Canvas*. Sedangkan analisis SWOT dengan *TOWS Matrix* yang dibuat berdasarkan *Business Model Canvas* akan diterapkan untuk memilih rekomendasi strategi untuk optimalisasi pengembangan bisnis, seperti yang terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh (R. D. Pasaribu et al., 2023) Penerapan analisis SWOT pada 9 blok BMC digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal (S, W) dan eksternal (O, T). Selanjutnya dengan matriks SWOT dilakukan proses pencocokan antara faktor internal dan eksternal, sehingga menghasilkan strategi SO, ST, WO, dan WT.

Strategi hasil framework SWOT tersebut kemudian di buat lebih ringkas ke dalam tabel *Strategic Plan*. Selanjutnya hasil dari strategi yang terdapat pad tabel *Strategic Plan* akan diintegrasikan ke dalam model bisnis sehingga menghasilkan BMC baru yang akan menjadi model acuan bagi unit bisnis untuk mewujudkannya dengan harapan akan dapat mengoptimalkan *traffic* website yang tidak stabil, meningkatkan *revenue* dari SkillUp.id dan mengoptimalkan perkembangan bisnis SkillUp.id kedepannya.

Agar penelitian ini tercapai, pengembangan bisnis berdasarkan *Business Model Canvas* dan *SWOT Analysis* menjadi alat dalam menemukan dan menyelesaikan masalah, karena sesuai dengan kegunaannya, *Business Model Canvas* (BMC) berperan sebagai alat grafis yang digunakan untuk menguraikan model bisnis suatu perusahaan. BMC memiliki sembilan komponen yang saling terkait dan terhubung pada berbagai tingkatan. BMC juga berfungsi sebagai gambaran singkat dari aktivitas perusahaan atau organisasi dalam menyampaikan proposisi nilai (produk, layanan, atau proposisi nilai lainnya) bagi pelanggan, mitra, dan pemangku kepentingan (Kittichotsatsawat et al., 2024). Sedangkan menurut (Pagot & Andrighetto, 2024) Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) merupakan alat yang berharga untuk perencanaan strategis. SWOT menganalisis kekuatan dan kelemahan internal organisasi serta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadirkan oleh konteks di mana organisasi tersebut didirikan . SWOT membahas dua kelas utama faktor: faktor internal, yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*); serta faktor eksternal, yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Selain itu, dikarenakan SkillUp.id adalah platform *e-learning* yang berbasis website, *traffic* website ini penting untuk distabilkan.

Untuk melakukan pengoptimalisasian pengembangan bisnis SkillUp.id tersebut, peneliti memutuskan untuk menggunakan analisis BMC dengan TOWS *Matrix* dan memberikan rekomendasi strategi. Mengacu pada hal tersebut peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul : “OPTIMALISASI PENGEMBANGAN BISNIS SKILLUP.ID MELALUI PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN *SWOT ANALYSIS*”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka rumusan yang akan diangkat pada masalah ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran model bisnis SkillUp.id saat ini?
2. Apa yang menyebabkan ketidakstabilan *traffic* di website SkillUp.id?
3. Apa dampak dari ketidakstabilan *traffic* tersebut, mengingat hampir seluruh proses bisnis SkillUp.id dilakukan melalui platform websitenya?
4. Bagaimana *Business Model Canvas* (BMC) dan *SWOT Analysis* dapat memberi rekomendasi untuk mengoptimalkan pengembangan bisnis SkillUp.id dan menstabilkan *traffic* website?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Melihat gambaran model bisnis SkillUp.id saat ini dengan menggunakan *Business Model Canvas*.
2. Menganalisis penyebab utama ketidakstabilan *traffic* di website SkillUp.id.
3. Menganalisis dampak dari ketidakstabilan *traffic* website SkillUp.id.
4. Mengevaluasi dan memberikan rekomendasi perbaikan proses bisnis SkillUp.id dengan menggunakan analisis *Business Model Canvas* (BMC) yang dipadukan dengan *TOWS Matrix*, untuk mendukung optimalisasi pengembangan bisnis.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan SkillUp.id

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dengan memberikan rekomendasi untuk mengoptimalkan pengembangan bisnis.

2. Bagi Pemilik Bisnis

Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam optimalisasi pengembangan bisnis berdasarkan *Business Model Canvas* dan *SWOT Analysis* yang berdasarkan pada kebutuhan pengguna dan tujuan perusahaan.

3. Bagi Pengguna

Dengan adanya rekomendasi *Business Model Canvas* dan perbaikan *SWOT Analysis* berdasarkan rekomendasi, pengguna diharapkan akan lebih tertarik dalam menggunakan platform, sehingga dapat memberi kesan yang lebih baik.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi sarana dalam menerapkan ilmu yang diperoleh di universitas dengan menyelesaikan masalah menggunakan metode yang diajarkan.

5. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan referensi dalam studi lanjutan terkait penerapan *Business Model Canvas* dengan *SWOT Analysis* dalam optimalisasi pengembangan bisnis *e-learning*.

1.6 Sistematika Penelitian Tugas Akhir

Sistematika penulisan dipaparkan untuk menggambarkan secara luas terkait penelitian yang akan dilakukan.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bahasan pada bab ini mencakup gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bahasan pada bab ini mencakup teori-teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

c. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bahasan pada bab ini mencakup uraian terkait jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel / situasi sosial, teknik pengumpulan data, sumber data, dan teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bahasan pada bab ini mencakup uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian dan pembahasan sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian yang disajikan dalam subjudul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang Kesimpulan yang menjadi jawaban dari pertanyaan penelitian dan Saran terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN