

Validasi Model Bisnis Di Bidang Startup Edutech Crypto Studikasuk: Coinfolks

Business Model Validation In Edutech Crypto Startup Field Case Study: Coinfolks

Ahmad Agung Setiawan¹, Astri Ghina²

¹ Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, ahmadagung@student.telkomuniversity.ac.id

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, aghina@telkomuniversity.ac.id

Abstract

In Indonesia, the startup business landscape has grown significantly. According to the Indonesian Creative Information and Communication Technology Industry Society (MIKTI), as reported in the Mapping & Database of Indonesian Startups 2021, there are already 1,190 startup companies in Indonesia. However, the edutech startups in Indonesia face several challenges in establishing their presence, given the proliferation of startups in the e-commerce sector. Furthermore, the majority of edutech startup business models in Indonesia revolve around providing online tutoring services. Nonetheless, education encompasses a broader spectrum, including areas such as investment education. The purpose of this research is to validate a suitable business model that can effectively and efficiently adapt to the current conditions. This validation is accomplished by applying the business model validation method to the business model canvas of CoinFolks, drawing upon theories by Osterwalder and Bland. This study employs a qualitative approach with a case study methodology to collect data through interviews and observations. Business model validation is conducted by analyzing the business model canvas and testing business ideas to ensure alignment with consumer expectations. The outcomes of this research will provide recommendations for further actions for CoinFolks startup. Following various validation tests, the study will offer suggestions for improving the business model canvas based on the findings. Based on the research results, it is concluded that the validation of CoinFolks startup's business model is valid for the Value Proposition and Channels sections, while the Revenue Streams section is found to be invalid.

Keywords-business model canvas, business idea testing, business model validation.

Abstrak

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. Startup edutech di Indonesia juga masih memiliki banyak persoalan untuk meningkatkan eksistensinya, melihat banyaknya startup di bidang e-commerce. Selain itu 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. Penelitian ini bertujuan untuk memvalidasi model bisnis yang tepat dan dapat beradaptasi dengan kondisi saat ini secara efektif dan efisien, dengan menggunakan metode validasi model bisnis terhadap kanvas model bisnis pada CoinFolks menggunakan teori dari Osterwalder, dan Bland. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi. Validasi model bisnis dilakukan dengan menganalisis bisnis model kanvas dan menguji ide bisnis untuk memastikan kesesuaian nilai dengan target konsumen Hasilnya akan memberikan saran tindak lanjut

untuk startup CoinFolks. Setelah melakukan berbagai pengujian validasi, menghasilkan rekomendasi tindak lanjut untuk memperbaiki bisnis model kanvas berdasarkan temuan yang diperoleh. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa validasi model bisnis startup CoinFolks valid untuk bagian Value Proposition dan Channels, sementara bagian Revenue Streams tidak valid

Kata kunci-kanvas model bisnis. pengujian ide bisnis. validasi model bisnis

I. PENDAHULUAN

Transformasi 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. (Investopedia, 2023). 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. Keadaan semakin memburuk disaat Changpeng Zhao, CEO crypto exchange Binance membatalkan rencana mereka untuk mengakuisi FTX. dalam pernyataan resmi, Binance menjelaskan mengapa mereka mengambil keputusan itu setelah mereka mendengar tentang investigasi yang dilakukan oleh regulator Amerika Serikat serta kabar tentang bagaimana FTX menyalahgunakan dana milik konsumen. Disaat yang sama Securities and Exchange Commission (SEC) dan Justice Department telah memulai melakukan investigasi akan keruntuhan FTX (Katersky, 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. (Investopedia, 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. (Reiff, 2021).

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. 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. (Ghina, Sinaryanti, 2021). 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 & Fitriani, 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 (dailysocial.id, 2020). Di Indonesia sendiri model bisnis startup edutech cukup bervariasi beberapa diantaranya ialah Zenius, dan Quipper yang menghadirkan konten edukasi dalam bentuk video. Bahasa, 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).

Namun startup edutech di Indonesia setidaknya masih memiliki tiga tantangan. Tantangan yang pertama adalah kurangnya keinginan siswa dan orang tua untuk memanfaatkan teknologi online untuk belajar. Banyak dari mereka masih memilih mengikuti kursus les secara tatap muka. Tantangan yang kedua adalah sulitnya meyakini mitra, seperti perguruan tinggi, untuk melakukan kerjasama dengan para startup pendidikan. Terakhir masih banyak masyarakat Indonesia yang masih sulit mendapatkan akses internet cepat, terutama di daerah-daerah terpencil. Hal tersebut pun menyulitkan mereka untuk mengakses layanan para startup pendidikan tersebut (Putra, Praptono, & Sagita, 2022).

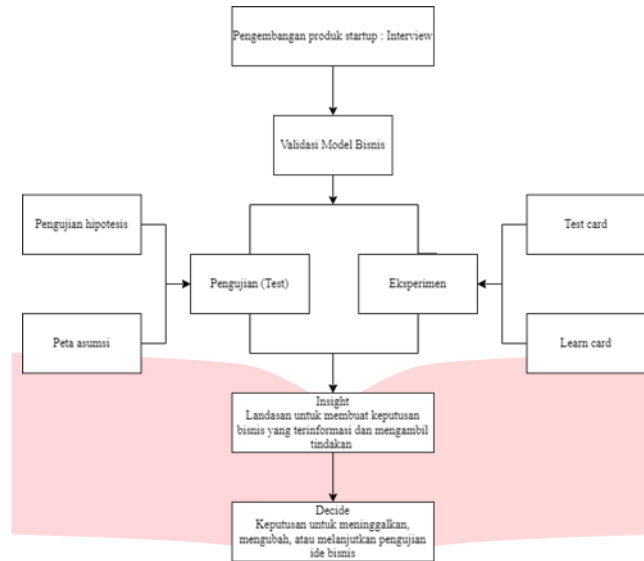
Selain itu, mayoritas model bisnis startup edutech di Indonesia ialah sebagai penyedia jasa bimbingan online. Sementara itu, edukasi tidak hanya dibidang pendidikan, contohnya ialah edukasi di bidang investasi. Tren investasi cryptocurrency di Indonesia sedang bertumbuh pesat. Berdasarkan data terakhir 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 (Inspirasi, 2018)). 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 kurangnya kewaspadaan investor terhadap investasi ilegal. Oleh karena itu, edukasi di bidang investasi sangatlah penting.

Startup edutech di Indonesia juga masih memiliki banyak persoalan untuk meningkatkan eksistensinya, mengingat dominasi startup di bidang e-commerce yang merajai pasar Indonesia. Bisnis e-commerce menarik karena pangsa pasar yang cukup luas dan jelas, serta potensi keuntungan yang dapat langsung terlihat dan cukup besar dibandingkan dengan bisnis startup edutech. Ini terbukti dengan munculnya startup unicorn di bidang e-commerce dan layanan on-demand seperti Gojek, Tokopedia, Traveloka, dan Bukalapak (Waspada, Salim, & Krisnawati, 2023). Ketika melihat eksistensi startup seperti Zenius, Quipper, Ruangguru, dan lainnya yang belum terlalu dikenal dan menghadapi kesulitan untuk bersaing dengan eksistensi startup e-commerce. Hal ini terjadi karena masih banyak masyarakat Indonesia yang belum memiliki akses pendidikan yang memadai dan enggan untuk beralih dari pendidikan konvensional ke pendidikan online atau berbasis teknologi. Namun, hal ini sebenarnya bisa menjadi peluang bagi para pelaku bisnis startup yang ingin bergerak di bidang edutech. Di tengah persaingan bisnis startup yang ketat, pelaku bisnis startup harus terus mengembangkan model bisnis mereka dengan memperhatikan masalah-masalah yang ada dalam masyarakat. Untuk merealisasikan ide bisnis, pelaku bisnis startup juga harus melakukan survei untuk memahami kebutuhan masyarakat secara nyata. Hal ini penting dilakukan agar produk dan layanan yang ditawarkan dapat berhasil memasuki pasar konsumen dengan baik. oleh (Rua, Torrent, Salsas, & Sauri, 2022).

II. TINJAUAN LITERATUR

Validasi adalah metode yang sangat penting karena merupakan elemen kunci dari pengujian kebenaran. Validasi membantu memastikan bahwa pengukuran yang dilakukan dapat diandalkan dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan (Priyadi & Prasetyo, 2018). Dalam beberapa bidang, validasi bahkan dianggap sebagai persyaratan peraturan yang harus dipenuhi untuk memastikan integritas dan keakuratan hasil (Riyanto, 2019).

Menurut Osterwalder dan Bland (2010) saat membuat hipotesis yang ingin dianggap benar, sebaiknya memulai tulisan dengan frase "kami percaya bahwa." Kemudian, lanjutkan dengan kalimat yang menyatakan hipotesis atau asumsi yang ingin diuji. Ini adalah langkah awal yang penting dalam proses pengujian hipotesis atau asumsi dalam penelitian atau studi.. seperti berikut kerangka pemikiran dalam penelitian (Ghina & Anugrah, 2022)



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
 Sumber: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mengungkap informasi mengenai variabel-variabel mandiri tanpa melakukan perbandingan atau mencari hubungan dengan variabel lain. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2017) penelitian deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi variabel tunggal atau variabel bebas secara terpisah. Dalam penelitian ini, terdapat 9 blok Business Model Canvas yang merupakan variabel mandiri yang tidak perlu dibandingkan atau dicari hubungannya dengan variabel lain. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif.

Tabel.31 Karakteristik Penelitian

No	Karakteristik Penelitian	Jenis
1	Metodologi Penelitian	Kualitatif
2	Tujuan Penelitian	Deskriptif
3	Latar Penelitian	Non Contrived Setting
4	Keterlibatan Peneliti	Moderate
5	Unit Analisis	Organisasi
6	Waktu Pelaksanaan	Cross Sectional
7	Pendekatan Teori	Deduktif
8	Strategi penelitian	Studi Kasus

Sumber : (Sugiyono, 2018)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari Asumsi-asumsi dalam bentuk hipotesis diperoleh dari hasil wawancara dengan para pendiri CoinFolks. Menurut (Ghina, 2015) Mengukur dan mencatat aspek yang paling berpengaruh dan tidak berpengaruh dari suatu hipotesis adalah langkah penting karena hal ini membantu penelitian untuk lebih fokus pada pengalokasian asumsi yang paling krusial dalam menjalankan ide pada penelitian. Dengan mengidentifikasi faktor yang memiliki dampak terbesar terhadap kesuksesan ide dalam penelitian dan juga yang tidak terlalu berpengaruh, hal ini akan memungkinkan peneliti mengelola asumsinya secara lebih efektif sesuai dengan kebutuhan penelitian, dalam penelitian ini terdapat hasil dari yang sangat bermanfaat hingga bermanfaat sebagai berikut (Ghina & Jaenudin, 2022):

A. Hipotesis Value Proposition (H2)

Validasi model bisnis yang difokuskan oleh pemilik berkaitan dengan nilai produk. Sebagaimana diungkapkan oleh narasumber N1, CEO CoinFolks, "Kami percaya bahwa video pembelajaran dari konsep-konsep dasar dapat memudahkan calon trader memahami trading." Untuk memvalidasi hipotesis ini, pengujian pertama dilakukan melalui wawancara dengan 10 pelanggan aktif dan tidak aktif di CoinFolks. Hasilnya menunjukkan bahwa 8 dari 10 pelanggan merasa terbantu oleh video pembelajaran CoinFolks dalam memahami konsep trading. Selanjutnya, pengujian kedua dilakukan dengan observasi langsung oleh peneliti terhadap semua video pembelajaran di CoinFolks terkait konsep-konsep trading. Hasilnya, peneliti berhasil memahami materi tersebut dan berhasil melakukan trading di bursa kripto. Pengujian ketiga dan keempat dilakukan melalui polling di grup komunitas CoinFolks di Telegram dan media sosial Instagram CoinFolks. Hasil polling menunjukkan bahwa sebagian besar calon trader setuju bahwa video pembelajaran e-learning membantu mereka memahami konsep-konsep trading. Hasil dari keempat pengujian ini memperkuat asumsi hipotesis bahwa video pembelajaran dari CoinFolks dapat membantu calon trader memahami konsep trading. Dengan demikian, model bisnis CoinFolks terkait dengan value proposition tervalidasi.

B. Hipotesis Value Proposition (H3)

Hipotesis Value Proposition (H3) berfokus pada validasi model bisnis yang menitikberatkan pada nilai produk, khususnya dalam hal outlook pasar. CEO CoinFolks, narasumber N1, menyatakan bahwa wawancaranya menjadi salah satu nilai penting yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Untuk menguji asumsi ini, pengujian pertama dilakukan melalui wawancara dengan pelanggan aktif dan tidak aktif CoinFolks. Hasilnya, 10 dari 10 narasumber setuju bahwa market outlook berpengaruh dalam pengambilan keputusan trading mereka. Hasil dari tiga tahap pengujian ini memperkuat asumsi hipotesis H3, yaitu bahwa informasi market outlook dapat membantu calon trader dalam mengambil keputusan jual/beli. Hal ini sesuai dengan teori Product-Market Fit yang menekankan pentingnya produk dan layanan memberikan nilai tambah yang signifikan kepada pelanggan, serta menjelaskan peran nilai pelanggan dalam proses ini. Dengan demikian, asumsi ini tervalidasi sebagai bagian dari value proposition CoinFolks.

C. Hipotesis Value Proposition (H4)

Hipotesis Value Proposition (H4) berfokus pada validasi model bisnis yang menitikberatkan pada nilai produk, khususnya dalam hal sinyal trading. CEO CoinFolks, narasumber N1, menyatakan bahwa sinyal trading menjadi salah satu nilai penting yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Untuk menguji asumsi ini, pengujian pertama dilakukan melalui wawancara dengan pelanggan aktif dan tidak aktif CoinFolks. Hasilnya, 10 dari 10 narasumber setuju bahwa rekomendasi trading decision/sinyal trading dapat membantu mereka dalam melakukan keputusan trading. Hasil dari tiga tahap pengujian ini memperkuat asumsi hipotesis H4, yaitu bahwa rekomendasi trading decision dari hasil analisis tim dapat mempermudah calon trader untuk mengambil keputusan jual/beli. Hal ini sesuai dengan teori Product-Market Fit yang menekankan pentingnya produk dan layanan memberikan nilai tambah yang signifikan kepada pelanggan, serta menjelaskan peran nilai pelanggan dalam proses ini. Dengan demikian, asumsi ini tervalidasi sebagai bagian dari value proposition CoinFolks.

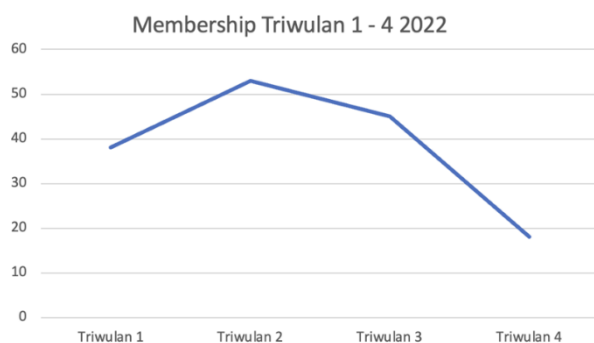
D. Hipotesis Channels (H5)

Hipotesis Channels (H5) menyoroti validasi model bisnis terkait dengan saluran, terutama website, yang menjadi akses utama calon trader untuk mendaftar dan melakukan transaksi di layanan Folks Premium. Narasumber N1, CEO CoinFolks, menjelaskan bahwa website mereka tidak hanya berisi berita seputar kripto, blockchain, web3, dan NFT, tetapi juga merupakan tempat pendaftaran pengguna yang ingin bergabung dengan Folks Premium. Asumsi yang muncul adalah bahwa pelanggan bersedia mengakses website CoinFolks untuk proses pendaftaran hingga transaksi secara aman. Pengujian pertama dilakukan melalui wawancara dengan pelanggan aktif dan tidak aktif CoinFolks, yang menghasilkan kesimpulan bahwa sebagian besar narasumber merasa bahwa proses pendaftaran hingga transaksi melalui website CoinFolks mudah dan dapat diakses dengan baik. Namun, beberapa narasumber mengungkapkan keprihatinan terkait respons admin CoinFolks yang lambat. Pengujian kedua dilakukan melalui observasi langsung oleh peneliti yang berhasil mendaftar dan melakukan transaksi dengan mudah melalui website CoinFolks, menunjukkan validitas akses melalui website. Pengujian ketiga, yang melibatkan share link website CoinFolks kepada calon trader, menunjukkan bahwa sebagian besar calon trader bersedia melakukan pendaftaran dan transaksi melalui website ini. Meskipun sebagian calon trader memiliki alasan tertentu untuk tidak bergabung, website tetap dianggap sebagai saluran yang efektif untuk mengakses layanan Folks Premium. Sehingga, saluran website tervalidasi sebagai

saluran utama untuk calon trader yang ingin bergabung dengan layanan Folks Premium dan memperoleh materi-materi pembelajaran tentang trading di bursa kripto.

E. Hipotesis Revenue Streams (H12)

Hipotesis Revenue Streams (H12) menguji biaya langganan yang ditawarkan oleh CoinFolks untuk bergabung di Folks Premium. Narasumber N1, CEO CoinFolks, menjelaskan bahwa harga langganan mereka berada di kisaran menengah hingga rendah dalam pasar, dengan kadang-kadang penawaran promo. Asumsi yang muncul adalah bahwa pelanggan bersedia membayar harga langganan bulanan sebesar Rp399.000 atau paket 3 bulan sebesar Rp499.000 atau paket tahunan sebesar Rp899.000 untuk akses dan pembelajaran trading aset kripto di CoinFolks. Pengujian pertama dilakukan melalui wawancara dengan 10 pelanggan aktif dan tidak aktif Coinfolks. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian pelanggan menganggap biaya langganan CoinFolks terlalu mahal, terutama bagi mahasiswa dan mereka yang memiliki keterbatasan anggaran. Namun, ada juga narasumber yang merasa harga tersebut wajar mengingat materi, manfaat, dan pembaruan yang mereka terima dari layanan tersebut. Pengujian kedua menggunakan data pelanggan selama tahun 2022 dan menunjukkan penurunan pelanggan terutama pada triwulan 3 dan triwulan 4. Dalam grafik data langganan tersebut (Grafik 4.3), penurunan pelanggan pada triwulan tersebut dapat dilihat lebih jelas. Hasil ini memberikan perspektif tambahan terhadap bagaimana pelanggan merespons harga langganan dari CoinFolks.



Gambar 4.1 Grafik Triwulan 1-4 2022
Sumber: (Data Olah Penelitian)

Pengujian ketiga melibatkan berbagi tautan website CoinFolks kepada 10 calon trader melalui WhatsApp. Selama tahap ini, peneliti meminta mereka untuk mengakses website CoinFolks, di mana mereka telah mendaftar langganan, untuk melihat semua manfaat yang ditawarkan kepada mereka sebagai anggota Folks Premium. Hasilnya menunjukkan bahwa 8 dari 10 calon trader berpendapat bahwa biaya langganan yang ditawarkan oleh CoinFolks, bersama dengan manfaat yang diberikan, masih dianggap mahal. Untuk mengikuti pendapat mereka, peneliti mewawancarai 10 calon trader untuk menanyakan alasan mereka. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber N15, "Ini mahal. Menurut saya, tutorial perdagangan online sudah melimpah di YouTube. Jadi, ketika berbicara tentang konten khusus seperti itu, sekitar 150 hingga 200 sudah cukup" (h. 132-133, baris 21-24), yang mewakili pandangan dari narasumber N12, N14, N17, N18, N19, N20, dan N21. Narasumber N13 menyatakan pandangan yang berbeda melalui WhatsApp, mengatakan, "Dalam hal harga kelas premium, menurut saya, itu murah, sepadan" (h.199). Selain itu, narasumber N16 mengatakan, "Menurut saya itu murah untuk begitu banyak konten, bro. Kalau pintar, sebulan bisa 399, 3 bulan 499. Jadi, orang-orang akan memilih yang 3 bulan" (h. 206). Hasil dari ketiga pengujian ini mengkonfirmasi asumsi hipotesis H12: "Kami percaya bahwa pelanggan bersedia membayar Rp399.000 per bulan atau Rp499.000 selama 3 bulan atau Rp899.000 per tahun untuk berlangganan dan belajar tentang perdagangan aset kripto di CoinFolks."

Hasil pengujian ini sejalan dengan teori persepsi harga berdasarkan kesesuaian antara harga dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Kotler et al. (2018), konsumen memilih untuk membeli produk jika manfaat yang dirasakan setara atau lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan untuk memperolehnya. (Ghina & Jaenudin, 2022). Jika konsumen menganggap produk tersebut mahal, mereka akan lebih berhati-hati dalam melakukan pembelian ulang. Dengan demikian, hasil pengujian ini tidak mendukung validitas hipotesis aliran pendapatan ini karena harga

dan produk yang ditawarkan dianggap tidak sesuai dengan target konsumen yang dituju. Sebagai akibatnya, perusahaan mungkin harus meninjau harga dan manfaat yang mereka tawarkan agar sesuai dengan harapan pasar target mereka

F. BMC Pengembangan

Berdasarkan temuan dan analisis sebelumnya terkait BMC CoinFolks, dilakukan pengembangan BMC yang disesuaikan dengan hasil dari penelitian lapangan. Gambar BMC pengembangan dapat dilihat pada Gambar 4.2

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 administrasi 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 Rekomendasi trading decision dari hasil analisis tim, dapat mempermudah 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.
	Key Resources 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:			
Cost Structure Biaya tetap: Gaji karyawan, Langganan tools Biaya tidak tetap: Biaya marketing, Operasional		Revenue Streams Langganan Belajar Folks Premium Rp199.000/bulan, 499.000/3 bulan atau 899.000/tahun.		

Gambar 4.2 BMC Pengembangan
Sumber: (data yang diolah, 2023)

Dalam pengembangan BMC (Business Model Canvas) untuk CoinFolks, terdapat pertimbangan-pertimbangan penting yang mendasari perubahan-perubahan yang telah dilakukan berdasarkan temuan penelitian. Berikut adalah penjelasan mengenai pengembangan BMC dan apa yang perlu dilakukan selanjutnya berdasarkan temuan penelitian

1. Penyesuaian dengan Temuan Penelitian: Perubahan pada BMC ini dilakukan setelah melakukan penelitian lapangan yang mendalam. Temuan-temuan dari penelitian tersebut menjadi dasar utama dalam menentukan komponen-komponen yang terdapat dalam BMC. Ini adalah langkah yang penting karena BMC yang tepat akan mencerminkan keseluruhan model bisnis dan strategi yang sesuai dengan kebutuhan pasar.
2. Fokus pada Blok-Blok Utama: Perubahan BMC ini difokuskan pada tiga blok utama, yaitu Value Proposition, Channels, dan Revenue Stream. Ketiga blok ini adalah inti dari model bisnis CoinFolks. Value Proposition yang kuat mengenai edukasi kripto menjadi landasan utama, sementara Channels (website dan Discord) adalah cara terbaik untuk menyampaikan konten tersebut kepada pelanggan. Revenue Stream, yang semula disesuaikan berdasarkan hasil eksperimen, adalah komponen penting yang menggambarkan bagaimana CoinFolks akan menghasilkan pendapatan.
3. Penyesuaian dengan Tujuan Bisnis: BMC ini telah disusun dengan mempertimbangkan tujuan bisnis CoinFolks. Dengan menawarkan konten edukasi berkualitas, informasi pasar, dan rekomendasi trading, CoinFolks berupaya untuk menjadi pemimpin dalam industri edukasi kripto. Oleh karena itu, BMC ini menggambarkan bagaimana CoinFolks akan mencapai tujuan tersebut melalui strategi bisnis yang konkret.
4. Fleksibilitas dan Responsif: Penyesuaian harga langganan bulanan berdasarkan hasil eksperimen menunjukkan bahwa CoinFolks adalah perusahaan yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan dan pasar. Ini adalah langkah penting untuk memastikan bahwa model bisnis dapat berkembang seiring berjalannya waktu.

Selanjutnya, untuk meningkatkan BMC ini, perlu dilakukan evaluasi dan pemantauan yang terus-menerus terhadap kinerja bisnis. Ini melibatkan:

1. Evaluasi Data dan Kinerja: Melakukan analisis data dan pemantauan kinerja secara berkala untuk memastikan bahwa BMC yang ada masih relevan dan efektif dalam mencapai tujuan bisnis.
2. Ketertarikan Pelanggan: Terus mendengarkan umpan balik dari pelanggan dan potensial pelanggan untuk menyesuaikan layanan dan nilai yang ditawarkan.
3. Inovasi: Mencari peluang inovasi baru dalam edukasi kripto, termasuk teknologi baru dan tren pasar.
4. Ekspansi dan Kemitraan: Mempertimbangkan kemungkinan ekspansi ke pasar yang lebih luas dan menjalin kemitraan strategis dengan pihak-pihak yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis.

Dengan pendekatan ini, CoinFolks dapat memastikan bahwa BMC yang ada tetap relevan dan efektif dalam mendukung visi dan tujuan bisnisnya dalam industri edukasi kripto yang dinamis

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap Startup CoinFolks, peneliti dapat mengambil kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah. Berikut ini adalah kesimpulan yang dapat diambil dari rumusan masalah tersebut:

A. Validasi model bisnis CoinFolks

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, CoinFolks berupaya memvalidasi produk mereka dengan menggunakan model bisnis yang dimiliki. Hasil validasi ini terfokus pada tiga aspek dalam bisnis model canvas, yaitu value proposition terkait dengan materi video pembelajaran, channels dalam pendistribusian materi video pembelajaran melalui website, dan revenue streams terkait harga yang ditawarkan dan potensi sumber pemasukan bagi CoinFolks. Validasi dilakukan untuk memastikan kecocokan produk di pasar. Hasil validasi Business Model Canvas ini tergambar dalam Gambar 4.2

B. Asumsi dari model bisnis yang dianggap prioritas

Dalam validasi model bisnis CoinFolks, Peneliti menguji lima hipotesis yang dianggap berisiko tinggi. Berikut hasil pengujian penelitian:

1. Kami percaya bahwa video pembelajaran konsep dasar dapat membantu calon trader. Hasil pengujian menunjukkan bahwa materi pembelajaran video sangat membantu calon trader, dengan hasil yang valid dari berbagai pengujian.
2. Kami percaya bahwa informasi market outlook dapat membantu calon trader dalam pengambilan keputusan. Setelah tiga tahap pengujian, calon trader merasa bahwa market outlook kami sangat berguna dan membantu mereka dalam pengambilan keputusan.
3. Kami percaya bahwa rekomendasi trading dari tim analisis dapat mempermudah calon trader. Pengujian ini menghasilkan hasil yang valid, dengan calon trader menghargai rekomendasi trading dari tim analisis kami.
4. Kami percaya bahwa pelanggan bersedia mengakses website kami untuk bertransaksi. Hasilnya valid, dengan pelanggan merasa bahwa proses pendaftaran dan transaksi melalui website kami mudah dan aman.
5. Kami percaya bahwa pelanggan bersedia membayar biaya langganan bulanan atau triwulanan atau tahunan. Hasil pengujian menunjukkan ketidaksesuaian dengan asumsi ini, dengan pelanggan menganggap biaya bulanan yang kami tawarkan terlalu mahal. Kami perlu meninjau kembali biaya langganan kami.

Hasil pengujian ini membantu kami memahami keberhasilan dan kegagalan asumsi-asumsi dalam model bisnis kami untuk membuat perubahan yang diperlukan.

C. Metode yang digunakan

Metode uji coba pada lima hipotesis paling berisiko dilakukan dengan wawancara, observasi, sharelink whatsapp, polling telegram, dan Instagram. Wawancara dilakukan dengan pemilik usaha, dan calon trader terhadap lima hipotesis paling berisiko (H2, H3, H4, H5, H12), observasi dilakukan dengan mengakses website CoinFolks mulai dari pendaftaran hingga transaksi, serta menonton semua video pembelajaran, dan melihat data langganan CoinFolks periode januari-desember 2022 untuk menguji tiga hipotesis paling berisiko (H2, H5, H12). Polling telegram dan Instagram dilakukan untuk menguji tiga hipotesis paling berisiko (H2, H3, H4), serta sharelink whatsapp dilakukan untuk menguji dua hipotesis berisiko (H5, H12).

D. Tindak lanjut dari hasil temuan

Tindak lanjut dari hasil pembelajaran yang ditemukan, diperoleh melalui pengujian validasi model bisnis yang ingin diterapkan. Wawasan yang dihasilkan dari pengujian setiap eksperimen yang diuji dengan metode berbeda mengarah pada tindak lanjut yang dapat digunakan sebagai sasaran bagi startup edutech kripto CoinFolks untuk memvalidasi model bisnisnya. Tindak lanjut yang disarankan dibahas secara lebih rinci dalam bab saran praktis

Dari kesimpulan pada paragraf sebelumnya terhadap Startup CoinFolks, peneliti dapat mengambil saran yang sesuai dengan hasil simpulan penelitian. Berikut ini adalah saran yang dapat diambil dari hasil kesimpulan penelitian

Penelitian ini merekomendasikan agar CoinFolks mempertimbangkan perluasan penelitian untuk mencakup lebih banyak aspek dalam model bisnis mereka. Dengan melibatkan lebih banyak aspek, penelitian akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif. Selain itu, sebaiknya CoinFolks mengadopsi metode penelitian campuran yang menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat memberikan analisis yang lebih mendalam dan wawasan yang lebih luas. Dalam konteks konten video pembelajaran, disarankan untuk menambahkan lebih banyak bab agar kontennya lebih komprehensif dan memudahkan pemahaman konsep. Pada aspek rekomendasi trading, penting untuk mempertimbangkan strategi yang lebih mendalam, seperti long atau short. Penjelasan yang lebih detail akan membantu para trader dalam pengambilan keputusan yang lebih informan. Untuk market outlook, disarankan untuk menyediakan panduan yang mudah dipahami dan dilengkapi dengan contoh konkret. Pertimbangkan juga berbagai time frame untuk memberikan perspektif yang lebih komprehensif tentang pergerakan pasar. Peningkatan dalam kualitas respon dari admin pada website adalah hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Memberikan pengingat kepada pelanggan yang langganan akan segera habis dapat membantu mereka tetap terinformasi dan mengambil langkah yang tepat sesuai kebutuhan mereka. Terakhir, penyesuaian harga yang strategis perlu dipertimbangkan untuk memberikan fleksibilitas yang lebih baik kepada pelanggan. Saran-saran ini diharapkan dapat membantu CoinFolks dalam mengembangkan model bisnis mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan pasar.

REFERENSI

- Chainanalysis. (2021). *The 2021 Crypto Crime Report: Everything you need to know about ransomware, darknet market and more*. New York: Chainanalysis.
- Ghina, A. (2015). Analisis Model Bisnis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Bidang Sepatu Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (Studi kasus pada Umkm Di Kota Bandung Pada Tahun 2014). *eProceedings of Management*, 1-15.
- Ghina, A., & Anugrah, L. (2022). Validasi Model Bisnis Pengembangan Produk Usaha Mikro di Bidang Pakaian (Studi Kasus: Weakernya di Kota Bandung). *Jurnal Mirai Management*, 372-291.
- Ghina, A., & Fitriania, L. (2022). Perancangan Proposisi Nilai Startup di Bidang jasa Reparasi Komputer dan Laptop (Studi pada Serveasy). *Jurnal Mirai Management*, 483-494.
- Ghina, A., & Jaenudin, R. (2022). Validasi Model Bisnis Pengembangan Produk Baru Usaha. *Journal Management & Business*, 478-487.
- Hernady, J. (2021). *Mapping & Database Startup Indonesia 2021*. Bandung: Telkom Indonesia.
- Inspirasi. (2018, Juni 1). *Tantangan dan Peluang Startup Pendidikan di Indonesia pada Tahun 2018*. Retrieved from Entrepreneur.uai.ac.id: <https://entrepreneur.uai.ac.id/tantangan-dan-peluang-startup-pendidikan-di-indonesia-pada-tahun-2018/>
- Katersky, A. (2023, Agustus 9). *FTX founder Sam Bankman-Fried still slapped with campaign finance charge, prosecutors say*. Retrieved from abcnews.go.com: <https://abcnews.go.com/US/ftx-founder-sam-bankman-fried-slapped-campaign-finance/story?id=102108326>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Priyadi, Y., & Prasetyo, A. (2018). Implementation of supply chain business application through business model canvas and waterfall framework collaborations for fish farmers SMEs in ulekan market bandung. *Journal of Physics: Conference Series*.
- Putra, M. A., Praptono, I., & Sagita, B. (2022). Perancangan Model Bisnis Pada Kopissiku Menggunakan Metode Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT. *E-Proceeding of Engineering*, 1-20.
- Ranking, S. (2022, November 11). *Startup Ranking by Country*. Retrieved from Startup Ranking: <https://www.startupranking.com/countries>
- Reiff, N. (2021, Agustus 25). *Where Is the Cryptocurrency Industry Headed in 2021?* Retrieved from Investopedia: <https://www.investopedia.com/where-are-cryptocurrencies-headed-2019-4580342>

- Riyanto. (2019). PERANCANGAN MODEL BISNIS BIDANG KOSMETIK RIAS PADA USAHA RINTISAN PHEBEE LIP BALM MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 299-311.
- Rua, C., Torrent, J., Salsas, J., & Sauri, S. (2022). Conceptualisation of the Port of the Future based on the Business Canvas Model: Case study of the Vision 2040 for Barcelona. *Journal Elservier*, 1427-1437.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Campuran*. Jakarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D.
- Waspada, I., Salim, D., & Krisnawati, A. (2023). Horizon of CryptoCurrency Before vs During Covid-19. *Investment and Financial Innovations*,, 14-25.

