

TI5015 Perancangan *e*-Bisnis
Tugas Besar Business Model Canvas
Teknik Dan Manajemen Industri



KAMILA NUR ALIYA (23420036)

FADHILAH DIAN UTAMI (23421004)

Program Magister Teknik dan Manajemen Industri

Intitut Teknologi Bandung

2022

DAFTAR ISI

A. Definisi MOOC	3
B. Analisis Pasar	3
C. Profil Perusahaan	5
D. Deskripsi Sistem dan Fitur	5
E. Perbandingan dengan platform kompetitor MOOC	8
F. BMC	9

A. *Massive open online courses (MOOC)*

Massive open online courses merupakan salah satu tren paling menonjol dalam dunia pendidikan dalam beberapa tahun terakhir. Istilah MOOC pertama kali muncul pada tahun 2008 oleh Stephen Downes dan George Siemens dan berdasarkan model pembelajaran terdistribusi berpasangan *connectivist*. MOOC adalah sebuah *platform* kursus online yang memiliki peserta dalam jumlah besar dengan fleksibilitas waktu dan tempat. MOOC bersifat *open access*, gratis, global, berisikan konten instruksional berbasis video, rangkaian penyelesaian masalah dan forum diskusi (Baturay, 2015). MOOC biasanya didirikan oleh *platform online* pihak ketiga dan dikembangkan secara independen oleh para akademisi. MOOC pada umumnya memiliki dua jenis pendaftaran yaitu berbayar dan tidak berbayar. Yang membedakan adalah kebebasan akses fitur dan konten. Pendaftaran berbayar memberikan akses ke semua fitur dan konten (Bowden, 2021).

Menurut (Baturay, 2015) *Massive open online courses (MOOC)* memiliki karakteristik fundamental yang harus dipenuhi, yaitu:

a. Terbuka (*Open*)

Partisipasi dalam MOOC bersifat gratis dan terbuka bagi siapa saja yang memiliki akses ke Internet. Peserta tidak harus memiliki latar belakang tertentu untuk bisa mengakses.

b. Partisipatif (*participate*)

Pembelajaran yang baik dalam MOOC adalah adanya partisipasi baik dalam penciptaan dan pengembangan MOOC dan dalam interaksi proses belajar mengajar

c. Terdistribusi (*distribute*)

MOOC didasarkan pada pendekatan konektivitas sehingga pengetahuan apa pun harus didistribusikan ke seluruh jaringan peserta didik.

B. Analisis Pasar

Pandemi COVID-19 yang muncul pada akhir tahun 2019 memiliki dampak pada berbagai sektor, salah satunya sektor pendidikan. Pandemi berdampak pada dunia pendidikan yang mengakibatkan sekolah-sekolah diliburkan atau dilakukan tidak secara tatap muka. Secara global, lebih dari 1,2 miliar siswa di 186 Negara sekolah diliburkan (Education: From disruption to recovery, n.d.). Akibatnya, sistem pendidikan dilakukan secara luring. *E-learning* menjadi solusi proses belajar mengajar tetap berlangsung namun dilakukan secara jarak jauh dan menggunakan platform digital seperti MOOC. Menurut University of Cape Town (UCT) terjadi lonjakan partisipasi MOOC sejak ditetapkan *lockdown*.

Sebelum COVID-19 sebenarnya sudah ada pertumbuhan dan adopsi teknologi yang tinggi dalam dunia pendidikan berupa aplikasi pembelajaran bahasa, les virtual, konferensi video, atau perangkat lunak pembelajaran online. Namun dengan adanya pandemi penggunaan platform pembelajaran daring menjadi lebih signifikan. MOOC menjadi pilihan media pembelajaran dikarenakan materi-materi yang bisa diakses publik kapan saja dan mana saja, pilihan materi yang banyak dan bisa disesuaikan dengan minat, bakat dan keterampilan yang diinginkan, penyajian materi yang sistematis, tersedia dalam bentuk berbayar dan tidak berbayar, serta MOOCs menyediakan bukti pembelajaran dalam bentuk sertifikat (Risdiyanto, 2021). Sehingga dapat disimpulkan melalui MOOC masyarakat dapat belajar apa yang mereka inginkan dengan lebih cepat, murah, dan tanpa persyaratan formal untuk menggunakan layanannya.

Bagi mereka yang memiliki akses ke teknologi yang tepat pembelajaran secara daring bisa lebih efektif. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa rata-rata, siswa mempertahankan pemahaman materi 25-60% lebih banyak saat belajar daring dibandingkan paka kelas fisik yaitu hanya 8-10%. Hal ini karena siswa dapat belajar dengan kecepatan mereka sendiri, kembali dan membaca ulang, melewati, atau mempercepat melalui konsep yang mereka pilih sehingga bisa belajar lebih cepat secara online 40-60% dari belajar di kelas (Massive Open Online Course (Mooc) Market - Growth, Trends, Covid-19 Impact, And Forecasts, 2022)

Pada survei yang dilakukan DailySocial pada tahun 2017 didapatkan 56,71% responden pernah mendengar kelas belajar *online* atau MOOC dan diantara mereka pernah menggunakan MOOC. Dari 56.71% yang menggunakan MOOC subjek pembelaran yang banyak digunakan adalah Bahasa, programming, kemudian marketing dan business. MOOC juga membantu siswa dan mahasiswa dalam mempelajari materi sekolah atau kuliah mereka lebih efektif (Zebua, 2017).

Pasar MOOC secara global bernilai USD 6845,4 juta pada tahun 2020, dan diperkirakan akan mencapai USD 18925,18 juta pada tahun 2026, dengan perkiraan CAGR sebesar 18,13% selama periode dari tahun 2021 hingga 2026. Menurut University of Southern California saat ini menghasilkan sekitar USD 114 juta per tahun dari menjalankan kursus daring. Universitas tersebut juga memperkirakan bahwa kursus online akan melayani lebih banyak pelajar dalam 5-10 tahun ke depan dibanding kelas fisik atau luring yang ditawarkan oleh universitas-universitas dunia. Menurut Class Central, pada tahun ketujuh, gerakan MOOC modern melampaui 100 juta pelajar pada 2018, mencapai total 101 juta. Meskipun terjadi perlambatan dalam tingkat pertumbuhan pengguna baru, platform MOOC menyaksikan peningkatan pelanggan yang membayar. Semakin banyak gelar yang ditawarkan melalui platform MOOC, mengarah pada apa yang pada akhirnya bisa menjadi model pendapatan yang bertahan lama.

Contoh *platform Massive open online courses*, yaitu:

1. Ruang Guru

Ruangguru merupakan aplikasi berbasis *website* dan *mobile* dibidang pendidikan non formal di Indonesia yang didirikan pada tahun 2014. Berikut beberapa produk dari ruang guru

- a. Ruangbelajar
Berisikan materi dalam bentuk beberapa video pendek, latihan soal beserta pembahasan, serta rangkuman materi.
- b. banksoal
namanya aja bank soal wkwk isinya ya soal-soal gitu banyak banget soalnya, ada pembahasannya juga, trus bisa di print juga
- c. ruanguji
bisa ikut tryout ntar hasil tryoutnya juga akan dikirim
- d. Skill Academy
Skill Academy merupakan *platform* pelatihan untuk meningkatkan kompetensi msayarakat

2. Udeemy

Udeemy merupakan platform pembelajaran daring yang didirikan untuk membantu masyarakat umum dan juga para profesional untuk bisa belajar dan mengajar secara online. Courses ini dapat berupa video pembelajaran serta modul yang diberikan oleh instructor (Prakoso, Khoirunnisa, & Rukmana, 2021)

Dhira menggunakan sistem gamifikasi sebagai sistem belajar namun tetap menyenangkan dan dengan adanya *engagement* yang lebih erat. Gamifikasi adalah penerapan elemen berbasis game dan teknik desain

game dalam konteks non-game. Banyak platform pembelajaran telah menerapkan *gamification* untuk meningkatkan motivasi dan keterlibatan. Contoh platform pembelajaran yang menggunakan sistem gamifikasi adalah platform pembelajaran bahasa, Duolingo.

Duolingo merupakan *platform* pembelajaran bahasa dengan metode seperti bermain *game* untuk anak-anak. Berikut gamifikasi pada duolingo:

- a. *Reward*: lingot adalah hadiah (*reward*). *user* dapat dengan mudah mengumpulkan lingot dengan menyelesaikan pelajaran mereka.
- b. *Leader-board*: menunjukkan kepada *user* bagaimana kinerja mereka dibandingkan dengan teman-teman mereka, cara ini menjadi memotivasi *user* untuk kembali ke *platform* dan belajar.
- c. *Level-System*: menyediakan cara untuk melacak aktivitas harian *user* dan berkompetisi dengan teman-teman mereka, XP (*experience Point*) menentukan posisi “level” bahasa dari *user*, yang akan ditampilkan di halaman profil dan di atas kiri setiap *user* meninggalkan komentar.
- d. *Badges*: Duolingo memiliki beberapa token pencapaian yang merupakan keterampilan yang diperoleh *user*. *Badges* ditampilkan di profil pengguna. *Badges* atau Lencana adalah fitur yang sangat baik untuk membuat orang merasa diinvestasikan dalam kursus mereka.

Duolingo menggunakan level Mahkota agar *user* bisa menyesuaikan perjalanan belajarnya. Menyelesaikan pelajaran bisa dilakukan satu per satu maupun sekaligus melalui uji keahlian (ikon kunci) kemudian *user* akan mendapatkan Mahkota sebagai *reward* nya. Karena setiap keahlian memiliki 5 level maka *user* akan mendapatkan 5 Mahkota saat berhasil menguasai suatu keahlian.

C. Profil Perusahaan

Setiap individu memiliki potensi untuk terus berkembang dan mentransformasi hidupnya melalui pendidikan yang berkualitas. Namun, di berbagai negara berkembang dan *emerging*, khususnya Indonesia, untuk dapat menerima pendidikan seperti ini merupakan suatu perjuangan bagi banyak orang karena kurangnya waktu atau biaya.

Dhira berasal dari Bahasa Sansekerta yang merupakan kombinasi ‘Dhi’ yaitu ‘intelektual’ dan ‘Ra’ yaitu ‘api’ dan ‘kebijaksanaan’ dan dapat dimaknai sebagai pencari pengetahuan. Nama ini mewakili visi Dhira untuk mempertemukan para pelajar dari berbagai level usia dan latar belakang dengan guru, tutor, dan instruktur profesional untuk mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka butuhkan agar dapat berhasil di dunia yang terus berubah.

Dhira memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan pembelajaran jarak jauh melalui internet yang terjangkau bagi berbagai segmen masyarakat. Hal ini berarti, baik pelajar usia sekolah hingga masyarakat usia produktif bisa mendapatkan pengalaman belajar yang bervariasi sesuai kebutuhannya dan kemampuannya. Dhira menggandeng berbagai lembaga bimbingan belajar dan konsultan pelatihan dan sertifikasi profesional dengan pengalaman bertahun-tahun ke dalam satu platform dan mengaplikasikan kurikulum dan teknik pengajarannya secara daring sehingga dapat menjangkau dan menginspirasi lebih banyak pelajar. Selain itu, melalui fitur dan fasilitas yang disediakan Dhira, kami membuka kesempatan bagi instruktur dengan semangat berbagi pengetahuan untuk membangun kelas sendiri.

D. Deskripsi Sistem dan Fitur

Dhira menyediakan konten berdasarkan jenis dari penggunaannya. Pengguna dalam hal ini pelajar yang melakukan pembelian konten maka akan mendapatkan akses konten dan fitur yang lebih banyak dan lebih nyaman. Berikut perbandingan konten gratis dan berbayar

Konten gratis	Konten berbayar
Ada iklan	Tanpa iklan
Materi dan kelas yang dapat diakses terbatas	Dapat mengakses materi dan kelas yang lebih berkualitas yang ditawarkan oleh instruktur profesional secara penuh
Tanpa bayar	Terdapat skema transaksi koin tergantung kelas dan instruktur yang dipilih

Sistem transaksi virtual pada Dhira dilakukan dengan pembelian koin untuk membeli fitur dan konten berbayar di Dhira. Dengan skema pembelian koin sebagai berikut

Jumlah koin	Harga beli koin
1	Rp 500
40	Rp 20.000
110	Rp 50.000
220	Rp 100.000
1050	Rp 500.000

Pengguna bisa melakukan pembelian koin dan jika membeli koin lebih banyak akan memberikan keuntungan lebih dalam jumlah koinnya

Konten yang disediakan Dhira ada 5 jenis yaitu Kelas, Kuis, Kumpulan pembahasan dan paket kelas. Lima konten Dhira tersebut dapat dibeli secara terpisah menggunakan koin. Konten kelas berisi fitur Materi berupa video, kuis, catatan materi, kumpulan soal dan pembahasan, kolom *chat* tanya jawab personal, dan FAQ materi. Fitur yang ada di konten kelas bisa berbeda di setiap kelas instruktur. Harga konten yang disediakan Dhira adalah

Jenis konten	Koin
Kelas	50 – 500
Kuis	10- 100
Kumpulan pembahasan soal	50-300
Paket kelas	100 – 2000

Selain melakukan pembelian pengguna Dhira bisa mendapatkan koin secara gratis dengan melakukan beberapa aktivitas dibawah ini

Aktivitas	Koin
Menyelesaikan kuis	5
Menyelesaikan kelas	12
Masuk aplikasi per hari	1

Untuk meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan Dhira, Dhira menggunakan skema pemotongan koin. Siswa bisa kehilangan 5 koin jika tidak mengakses kelas/konten yang dibeli selama 3 hari. Skema ini

berguna untuk meningkatkan *engagement* pengguna dalam hal ini siswa untuk bertanggung jawab menggunakan konten yang telah dibeli.

User aplikasi Dhira terbagi menjadi tiga kelompok. Kelompok *Developer*, *Customer Service*, Instruktur, dan pelajar. Saat menjadi instruktur hal yang didapatkan yaitu:

- Instruktur baru dan pengalaman minim dapat memasukan konten pengajaran dengan skema gratis namun berpeluang untuk mendapatkan penghasilan dari iklan
- Dhira menyediakan platform bagi lembaga bimbingan belajar dan konsultan training untuk melaksanakan kelas secara online dan massif sehingga dapat menjangkau lebih banyak pelajar
- Instruktur professional dapat menciptakan dan menyusun konten dan materi secara mandiri dan mendapatkan insentif berdasarkan jumlah pelajar, kualitas kelas, dan kepakaran yang dimiliki.

Saat menjadi pelajar yang didapatkan yaitu:

- Konten gratis dengan video iklan berdurasi 10 detik di awal video konten
- Konten berbayar tanpa iklan dan lebih berkualitas dengan kuantitas materi dan kuis lebih banyak
- Beli kumpulan soal terpisah dari kelas
- Beli paket kelas dengan harga lebih murah
- Untuk pelajar, beli kelas berdasarkan per mata pelajaran atau paket kurikulum sekolah
- Untuk pekerja, beli kelas dan mendapatkan sertifikasi profesional

E. Perbandingan dengan platform kompetitor MOOC

Platform Dhira didesain untuk mengelola seluruh proses pengajaran dan pembelajaran, dari kelas interaktif pelajaran sekolah dan mereka yang ingin menambah keterampilan profesional dan hobi dengan harga terjangkau.

Fitur	Kelas.com	Skill Academy	Udemy	Coursera	Ruang Belajar	Tutor.com	Dhira
Pasar	Indonesia	Indonesia	Internasional	Internasional	Indonesia	Amerika	Indonesia
Konten gratis	✖	✖	✓	✓	✖	✖	✓
Coba gratis	✓	✖	✓	✓	✖	✓	✓
Kelas interaktif daring	✖	✖	✖	✓	✓	✓	✓
Gamifikasi	✖	✖	✖	✓	✓	✓	✓
Kumpulan soal dan pembahasan	✓	✖	✓	✓	✓	✓	✓
Kuis / ujian	✖	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sertifikasi	✓	✓	✓	✓	✖	✖	✓
Garansi uang kembali	✖	✖	✓ (sebelum 30 hari)	✖	✖	✖	✓ (sebelum 7 hari)
Kelas pelajar	✖	✖	✖	✓	✓	✓	✓
Kelas pekerja	✓	✓	✓	✓	✖	✖	✓
Kelas luring	✖	✖	✖	✖	✓	✖	✖
Kelas privat	✖	✖	✖	✖	✓	✓	✖
Instruktur	Profesional industri terkemuka	Profesional industri terkemuka	Profesional industri	Universitas & organisasi kelas dunia	Pengajar ruangguru	Profesional industri	Bimbel, lembaga pelatihan, dan profesional
Harga	Rp 150.000 – 750.000 per kursus	Rp 300.000 - 800.000 per kursus atau Rp 1.000.000 per paket kursus	Rp 799.999 - 1.199.000 per kursus (diskon hingga Rp. 129.000)	\$39 – 99 per bulan atau \$50 per kursus	Rp 300.000-2.885.000 per paket belajar	Tidak tersedia di Indonesia	Gratis – Rp. 500.000 per kursus atau Rp 300.000 – Rp. 1.000.000 per paket kursus

Beberapa poin penting dalam perbandingan dengan kompetitor:

- Terdapat konten gratis yang tidak ditawarkan oleh kompetitor lokal.
- Rentang harga kelas, kursus, soal ujian, dan paket belajar sangat bervariasi sehingga pelajar cukup bayar konten yang memenuhi kebutuhannya.
- Sumber instruktur yang beragam memungkinkan harga kelas yang ditawarkan lebih murah.
- Kelas dan kursus didesain untuk menciptakan kelas daring yang dinamis dan interaktif melalui *tools* multimedia, peluang kolaborasi antar pelajar, penilaian tugas, dan *feedback* dari instruktur dan tutor, baik untuk kelas pelajar maupun pekerja.
- Sumber instruktur bervariasi dari para profesional di industri yang ingin berbagi pengetahuan, lembaga akademik, dan konsultan pelatihan.
- Dhira menyediakan opsi dan fitur yang memfasilitasi tutor dan instruktur untuk membangun kelasnya sendiri.
- Instruktur yang belum dapat memilih kontennya sebagai berbayar tetap dapat menerima pemasukan dari setiap pemutaran kontennya yang berasal dari iklan.

F. BMC

a. Customer Segment

- Pelajar dan pekerja dengan daya beli menengah dan literasi teknologi tinggi.
- Pelajar dan pekerja yang memiliki keterbatasan waktu dan ingin menambah keterampilan dan pengetahuan secara online.

b. Value Proposition

Value proposition atau proposisi nilai merepresentasikan apa yang Dhira tawarkan kepada pengguna Dhira, baik dari sisi penyedia kelas dan konten maupun mereka yang mengakses video dan konten lainnya yang disediakan. Secara garis besar, proposisi nilai kepada pengguna Dhira adalah:

- Menyediakan pembelajaran tidak berbayar
Dengan semangat menghadirkan pendidikan yang terjangkau, Dhira menyediakan konten baik gratis maupun berbayar. Selain itu, untuk konten berbayar, pelajar dapat mencoba kelas secara gratis selama 3 hari untuk mengetahui seperti apa pengajaran yang diberikan dan apakah sesuai dengan kebutuhan.
- Harga yang terjangkau untuk masyarakat Indonesia untuk konten berbayar
Pengguna dapat membuka akses fitur-fitur Dhira lebih banyak lagi melalui transaksi virtual dengan koin, seperti materi dengan instruktur kepakaran yang lebih tinggi. Secara kuantitatif, tingkat kemampuan dan kesediaan masyarakat untuk membeli/mengeluarkan biaya untuk kegiatan belajar nonformal perlu dikaji lebih lanjut.
- Menyediakan fitur pembelajaran 2 arah dan 1 arah
Platform Dhira didesain untuk mengelola seluruh proses pengajaran dan pembelajaran *synchronous* dan *asynchronous*. Kami menawarkan opsi bagi bimbingan belajar, tutor, dan konsultan pelatihan untuk membuka kelas interaktif secara daring untuk dapat berkomunikasi dua arah dengan pelajar atau peserta pelatihan. Hal ini menciptakan suasana pembelajaran yang lebih kolaboratif dengan forum diskusi dan kanal chat *instant message*. Selain itu, terdapat pembelajaran asinkron untuk mereka yang memiliki keterbatasan waktu sehingga membutuhkan pembelajaran yang dapat dilakukan kapan saja dengan metode 1 arah.
- Transaksi dengan sistem koin
Sistem koin memudahkan seluruh transaksi virtual yang tersedia di dalam Dhira, seperti pembelian kelas dan kursus maupun contoh soal ujian. Selain itu sistem ini merangkap sebagai sistem

penghargaan sebagai *feedback* positif yang langsung diterima pelajar dengan persyaratan tertentu. Dengan demikian, setiap pengguna dimotivasi untuk menciptakan kebiasaan belajar melalui sistem gamifikasi.

- Membuka peluang untuk instruktur baru dan para profesional di industrinya untuk mendapatkan penghasilan dari konten yang diunggah
Instruktur yang belum dapat memilih kontennya sebagai berbayar tetap dapat menerima pemasukan dari setiap pemutaran kontennya yang berasal dari iklan.

c. Channel

Channel merupakan elemen BMC yang digunakan untuk bagaimana value proposition yang telah dibuat sampai kepada konsumen. Dhira menyediakan aplikasi dalam bentuk website dan mobile untuk bisa diakses oleh penggunanya. Dengan teknologi internet kepada masyarakat sudah sangat luas, kemudahan akses serta responsivitas web app yang semakin baik tiap tahunnya, dan tanpa perlu mendownload aplikasinya dhira bisa diakses melalui browser menjadikan web app chanel yang baik untuk memperkenalkan value dari dhira kepada calon pengguna. Namun Dhira juga menyediakan aplikasi dalam bentuk mobile app sebagai chanel dengan engagement yang lebih interaktif. Dhira menyediakan preview dari konten berbayar untuk memberikan pratinjau kepada calon pengguna *value* yang dimiliki dhira. Sehingga pengguna bisa merasakan pratinjau *value* dari dhira tanpa perlu mengakses secara keseluruhan fitur dalam bentuk berbayar.

d. Customer Relationship

Sebagai Platform yang dibangun untuk menyediakan layanan pembelajaran, hubungan dengan calon pengguna dan pengguna harus dijaga dan ditingkatkan. Setiap *customer segment* dari dhira harus dibangun dan dipertahankan. Pada elemen BMC ini pelanggan dapat didorong oleh motivasi seperti akuisisi pelanggan, retensi (mempertahankan) pelanggan, dan peningkatan penjualan (*upselling*). Berikut cara dhira untuk melakukan akuisisi, retensi, dan *upselling*:

- a. Media sosial
- b. FAQ
- c. Chat support
- d. UI desain yg intuitif
- e. Sistem koin untuk poin, transaksi, dan penghargaan.

e. Revenue Stream

- Pembelian koin dari user untuk konten berbayar
- Iklan pada konten tidak berbayar
- Komisi dari lembaga/instruktur

f. Key Partner

Sebagai platform dengan ekosistem yang cukup besar, Dhira harus membangun hubungan dengan pihak-pihak yang mendukung keberlangsungan bisnis untuk berjalan dengan baik. *Key partner* atau mitra kunci Dhira yaitu:

- Lembaga bimbingan belajar (bimbel)
Berbagai bimbel besar telah memiliki pengalaman dalam kegiatan pembelajaran informal dan membantu memberikan pelajaran tambahan dan mengatasi masalah belajar yang umum dialami siswa. Dhira hadir sebagai pendukung bimbel untuk memberikan pembelajaran secara daring. Beberapa keuntungan yang didapat oleh bimbel rekanan Dhira di antaranya adalah:

- Berbagai fasilitas pembentukan dan penyampaian konten yang ditawarkan Dhira memberikan kemudahan dan efisiensi biaya bagi bimbel untuk menyusun pembelajaran dalam bentuk digital tanpa perlu membangun platform online sendiri.
- Fleksibilitas dan kenyamanan bagi tutor untuk memberikan pelayanan pengajaran, penilaian (*assessment*), dan konsultasi bagi siswa tanpa terhalang oleh jadwal dan tempat.
- Lembaga penyedia kursus dan pelatihan kerja
Sebagaimana lembaga bimbel, Dhira juga menjalin kemitraan dengan lembaga kursus dan pelatihan kerja profesional untuk meningkatkan keterampilan dan pengembangan karir. Strategi pelatihan dapat dilakukan baik secara asynchronous maupun synchronous sesuai dengan program yang disusun.
- Para profesional di industrinya dan tenaga pengajar baru
Dhira membantu para calon instruktur dan tutor untuk memulai karirnya sebagai pengajar profesional dan menjangkau audiens yang lebih luas. Maka dari itu, Dhira tidak membatasi kepada siapapun yang ingin mengisi konten pengajaran di platform.
- Pemasang iklan
Dhira menayangkan iklan di awal video tidak berbayar. Dengan luasnya target pengguna Dhira, dapat menjadi pertimbangan bagi para pemasang iklan bahwa iklan dapat menjangkau pasar yang relevan bagi produk dan bisnisnya.
- Penyedia jasa pembayaran
Untuk memastikan pembayaran daring yang aman dan cepat, Dhira bekerjasama dengan berbagai lembaga yang berpartisipasi untuk memproses pembayaran dari pelajar dan penyaluran pembayaran pada penyedia kelas, seperti kartu kredit dan debit, virtual account, QRIS, dan lain-lain.

g. Key Activities

Aktivitas utama Dhira mencakup riset dan pengembangan untuk pengembangan teknologi, algoritma, dan fitur baru serta perbaikan berbagai fitur yang telah ada untuk membentuk ekosistem kegiatan belajar mengajar yang optimal dan berkualitas. Selain itu, Dhira memiliki infrastruktur TI yang besar untuk mendukung pelayanan, sehingga manajemen dan perawatan TI merupakan aktivitas utama Dhira.

Di samping itu, Dhira mengembangkan bisnis melalui pemasaran untuk mendorong *content creator* pada platform, mengajak pengguna/pelajar baru, dan meningkatkan *engagement* pengguna yang telah ada.

h. Key Resource

Sumber daya manusia merupakan aset yang penting bagi perusahaan yang mencakup tim riset dan pengembangan, perawatan TI, dan pelayanan konsumen.

Sebagai bisnis baru, Dhira membutuhkan sumber dana untuk mendukung proyek pembentukan hingga keberjalanan awal usaha. Dhira mengajak investor melalui *crowdfunding* untuk memperluas kemungkinan datangnya investasi selain dari pemodal besar.

Dhira didukung oleh Kemenbudristek sebagai badan pemerintahan yang memantau dan mengeluarkan aturan penyelenggaraan belajar berbasis TI.

i. Cost Structure

Struktur biaya Dhira mencakup:

- *Cost of revenue*

- Biaya riset dan pengembangan
- Biaya perawatan infrastruktur
- Penjualan dan pemasaran
- Pengeluaran umum dan administratif
- Pembayaran penyedia konten

DAFTAR PUSTAKA

- Baturay, M. H. (2015). An overview of the world of MOOCs. *Social and Behavioral Sciences 174*, pp. 427-433.
- Bowden, P. (2021, Juni 3). *Beginners Guide to Massive Open Online Courses (MOOCs)*. Retrieved from Class Central: <https://www.classcentral.com/help/moocs#:~:text=MOOCs%20often%20offer%20two%20enrollment,as%20the%20certificate%20of%20completion.>
- Education: From disruption to recovery.* (n.d.). Retrieved from UNESCO: <https://en.unesco.org/covid19/educationresponse>
- Massive Open Online Course (Mooc) Market - Growth, Trends, Covid-19 Impact, And Forecasts.* (2022). Retrieved from Mordor Intelligence: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/massive-open-online-course-mooc-market#:~:text=Market%20Overview,period%20from%202021%20to%202026.>
- Prakoso, B. P., Khoirunnisa, F. A., & Rukmana, F. Y. (2021). *ANALISIS DAN VISUALISASI DATA COURSE DI UDEMY*. Universita Jember.
- Risdianto, E. (2021). MOOCs Sebuah Tren Pendidikan Masa Depan. *Seminar Nasional Pendidikan PPs Universitas PGRI Palembang*, (pp. 7-12). Palembang.
- Zebua, F. (2017). *Survei MOOC di Indonesia*. DailySocial.