

## **BAB I**

### **LATAR BELAKANG PERUSAHAAN**

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting untuk memajukan bangsa. Indonesia merupakan salah satu negara yang menempatkan pendidikan sebagai salah satu prioritas dalam menyusun kebijakan pembangunan untuk menopang terwujudnya sumber daya manusia yang berdaya saing global. Namun, kualitas pendidikan di Indonesia masih sangat jauh dari harapan bangsa. Terbukti dari data hasil studi PISA (Programme International for Student Assessment) 2018 yang merupakan program penilaian berskala internasional yang dirilis oleh OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) menunjukkan bahwa kemampuan siswa Indonesia dalam membaca, meraih skor rata-rata yakni 371, dengan rata-rata skor OECD yakni 487. Kemudian untuk skor rata-rata matematika mencapai 379 dengan skor rata-rata OECD 487, selanjutnya untuk sains, skor rata-rata siswa Indonesia mencapai 389 dengan skor rata-rata OECD yakni 489.

Hasil survei PISA mengemukakan bahwa tingkat sains, literasi dan numerasi Indonesia selalu berada dibawah rata-rata. Data terakhir yang dirilis pada tahun 2019 bahkan menunjukkan penurunan jika dibanding capaian sebelumnya pada tahun 2015. Rata-rata skor kemampuan literasi Indonesia pada tahun 2015 berada pada angka 397 lalu turun menjadi 371 pada 2018, kemampuan numerasi siswa turun dari 386 pada tahun 2015 menjadi 379 pada tahun 2018 dan begitu juga kemampuan sains yang sebelumnya berada pada skor 403 menjadi 396 (Kemendikbud, 2019). Penurunan skor rata-rata tersebut menunjukkan bahwa Indonesia harus terus berbenah dalam meningkatkan kualitas luaran pendidikannya.

Salah satu penyebab rendahnya kualitas pendidikan di Indonesia dibandingkan dengan negara lainnya yaitu kurangnya pemerataan akses pendidikan dan kualitas guru yang harus selalu ditingkatkan demi tercapainya fungsi dan tujuan dari pendidikan nasional yang tertuang dalam pasal 3 Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang berbunyi:

“Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.”

Sejalan dengan ayat di atas maka pendidikan harus mewujudkan generasi yang cerdas berkarakter dan berilmu pengetahuan yang unggul.

Menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional ada beberapa permasalahan yang dihadapi dalam mencapai target pembangunan pendidikan, ialah karena akses pendidikan yang belum merata, masih rendahnya proporsi guru yang memiliki kualifikasi akademik S1/D4 dan belum meratanya distribusi guru yang berdampak pada rendahnya rasio guru dan murid (Zulkarnaen, 2019). Padahal kehadiran guru atau tenaga pendidik sangatlah penting, guru dapat dikatakan sebagai garda terdepan yang mampu mengintervensi peserta didik melalui kegiatan proses belajar-mengajar di sekolah. Jika ditelaah lebih jauh, waktu efektif yang dimiliki oleh siswa untuk belajar, berinteraksi, dan berkomunikasi lebih banyak dihabiskan di sekolah, sehingga dapat dikatakan bahwa perkembangan siswa sebagian besar sangat dipengaruhi oleh kegiatan bersekolah.

Selain tenaga pendidik, pemerataan akses pendidikan melalui fasilitas perpustakaan juga memiliki peran yang penting untuk menunjang sistem pendidikan di Indonesia. Perpustakaan Nasional menyebutkan bahwa perpustakaan yang ada di Indonesia saat ini baru mencapai 154.000 atau hanya memenuhi 20% dari kebutuhan nasional, diantaranya ialah perpustakaan sekolah yang baru terpenuhi 42% dari seluruh kebutuhannya yang berjumlah 287.000. Bukan hanya itu, dari total kebutuhan 7.094 perpustakaan di seluruh Indonesia, baru terpenuhi sekitar 6% atau 600 perpustakaan yang letaknya masih terpusat di Pulau Jawa. Hal ini menyebabkan akses masyarakat terhadap perpustakaan dan buku di daerah luar Jawa masih rendah. Skor berdasarkan ‘Indeks Aktivitas Literasi Membaca’ tahun 2019 keluaran Kemendikbud terkait akses ke perpustakaan maupun bacaan buku di

daerah luar Jawa, seperti provinsi Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Barat, Aceh, dan Papua masih berkisar kurang dari 20. Nilai ini kalah jauh dari Yogyakarta (47,11) dan Jakarta (46,46) (Nihayah, 2020).

Padahal kemampuan berliterasi merupakan sarana terpenting dalam meningkatkan kecerdasan seluruh peserta didik di Indonesia. Literasi menjadi sumber bagi peserta didik untuk mampu dan terampil secara individu dalam membaca, menulis, berbicara, menghitung, dan memecahkan masalah pada tingkat keahlian tertentu yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga kecerdasan juga berpengaruh dari seberapa besar aktivitas literasi yang dilakukan oleh seorang individu.

Selain pentingnya pengaruh pemerataan tenaga didik dan akses literasi untuk pendidikan, kemajuan digital dan media sosial juga berpengaruh besar terhadap pembentukan karakter peserta didik. Kemajuan ini secara bersamaan dapat menimbulkan pengaruh positif, hingga negatif. Secara positif media sosial dan digital memudahkan peserta didik untuk mengakses informasi, menjaring interaksi sosial, hingga menjadi sebuah wahana hiburan.

Namun, munculnya kemajuan media sosial dan digital yang berkembang saat ini juga menimbulkan dampak yang memperlambat peningkatan kualitas peserta didik sebagai generasi yang cerdas berkarakter dan berilmu pengetahuan. Studi dari UNICEF tentang *Digital Citizenship and Safety* ini menemukan bahwa 98% dari anak-anak dan remaja yang disurvei tahu tentang internet dan bahwa 79,5% diantaranya adalah pengguna internet. Namun, 14% anak dan remaja sengaja mengakses konten pornografi, dan 52% telah terekspos secara tidak sengaja atau dalam bentuk iklan yang memiliki bernuansa vulgar. Ketika penggunaan media sosial dan media digital berkembang dengan cepat di kalangan generasi muda, dukungan orangtua dan integrasi media digital dalam pendidikan masih tertinggal (Kominfo, 2014).

Timbulnya dekadensi moral pada siswa di era sekarang telah terlihat dan bahkan semakin memburuk, karena setiap tahun peringkat pengakses situs pornografi di Indonesia selalu mengalami kenaikan. Hal ini semakin diperparah,

karena sebagian besar pengakses situs porno tersebut ialah anak-anak di bawah umur (Rusnali, 2020). Dilansir dari laman Kompas.com, sebanyak 101 anak di Kota Surabaya, Jawa Timur, yang putus sekolah serta terlibat tawuran dan kenakalan remaja lainnya. Sebagian kasus terjadi akibat pengaruh melihat media sosial. Data diatas membuktikan bahwa, perkembangan teknologi informasi khususnya media sosial telah membawa dampak bagi kemerosotan karakter bangsa.

Berdasarkan uraian di atas, banyak hal yang perlu dibenahi demi terwujudnya pemerataan kualitas peserta didik. Dari kurangnya pemerataan akses pendidikan, kurangnya minat peserta didik dalam membaca, kurangnya peningkatan kualitas dan akses literasi, hingga kurangnya pengawasan ketat terhadap kemajuan digital menjadi sebuah landasan pemikiran dari Troya Digital dalam menciptakan sebuah produk bernama Troya Academic Platform (TAP) sebagai platform digitalisasi sekolah yang membantu meningkatkan pemerataan kualitas dan akses pendidikan di seluruh penjuru negeri.

### 1.1 Deskripsi Bisnis dan Perusahaan

Troya Digital adalah sebuah perusahaan teknologi digital yang memiliki produk bernama **Troya Academic Platform (TAP)**. TAP adalah sebuah platform yang akan mendigitalisasi instansi pendidikan khususnya sekolah. TAP akan menggabungkan fungsi dari perpustakaan digital, sistem informasi akademik dan media sosial untuk dapat membantu meningkatkan kualitas pendidikan. TAP membagi tahap pengembangannya kedalam tiga tahap pengembangan MVP (*Minimum Viable Product*). Pada tahap pengembangan MVP pertama, TAP memaksimalkan fungsi perpustakaan digital dan portal informasi sebagai pintu masuk ke pasar menjalankan bisnis modelnya. Pada pengembangan MVP kedua TAP akan mengembangkan fitur sistem informasi akademik sehingga dapat lebih maksimal dalam membantu digitalisasi sekolah. Pada tahap akhir TAP akan mengembangkan fungsi sosial media khusus civitas akademik untuk dapat

menjadi wahana sesama civitas akademik berinteraksi intra dan ekstra instansi.

Visi TAP untuk “**membantu meningkatkan pemerataan kualitas dan akses pendidikan di seluruh penjuru negeri**” diimplementasikan pada kebijakan strategi perusahaan yang kemudian dituangkan ke dalam misi perusahaan, antara lain:

1. Mengembangkan kualitas SDM yang kredibel dan kompeten dalam manajemen bisnis, proses kreatif, pemasaran, manajemen data, literasi digital, dan teknologi informasi.
2. Membangun sebuah budaya kerja perusahaan yang *agile, transparent, initiative, accountable & auditable*, dan *good coordination*.
3. Mengembangkan sebuah produk digital aplikatif, tepat guna, serta kompatibel bagi berbagai civitas akademik yang mampu menjadi sebuah alat penunjang kebutuhan pendidikan.
4. Membangun jaringan mitra dan perwakilan sebagai afiliasi pemasaran dari TAP yang mampu menunjang percepatan jangkauan pasar di seluruh Indonesia.
5. Membangun kerjasama mutualisme dengan para *publisher, content creator, writer*, dan *production house* dalam rangka peningkatan jumlah, kualitas, dan variasi konten literasi digital yang ada di dalam TAP.
6. Menjalinkan kerjasama aktif bersama pemerintah daerah untuk percepatan persebaran produk TAP di seluruh Indonesia.
7. Melakukan serangkaian kegiatan komunikasi dalam rangka membangun *brand equity* yang diimplementasikan melalui program-program aktivasi pengguna.

## 1.2 Sejarah Perusahaan

Troya Digital berdiri atas inisiasi beberapa pemuda Jogja yang memiliki keyakinan bahwa di zaman digitalisasi ini masyarakat cenderung memiliki pola perilaku yang sifatnya mudah sekali berubah. Hal tersebut diantaranya dipengaruhi oleh kecepatan perkembangan teknologi dan persebaran informasi. Media sosial seolah menjadi tolak ukur baru dalam menilai apa yang sedang terjadi di tengah masyarakat dan memiliki dampak seperti apa saja. Media sosial yang pada dasarnya berisikan pertukaran pesan antara individu satu dengan individu lainnya yang bisa dikonsumsi (Sari et. al., 2018).



**GAMBAR 1.1**  
**Logo PT. Troya Digital Mesail**  
Sumber: Troya Digital, 2021

Troya Digital ingin memanfaatkan era digitalisasi ini untuk membantu meningkatkan kualitas pendidikan melalui pengembangan teknologi. Troya Digital melihat peluang yang sangat besar untuk dapat pemeratakan akses pendidikan dan literasi dengan berkembangnya teknologi informasi saat ini. Dengan pemanfaatan yang tepat, teknologi dapat menjadi akselerator dalam meningkatkan kualitas dan pemerataan pendidikan, sebaliknya jika tidak digunakan dengan baik teknologi dapat menjadi ancaman yang menghambat proses peningkatan kualitas pendidikan.

Pada awal pembuatan produk TAP, Troya Digital mengundang dan melibatkan *stakeholder* lain seperti para *Publisher* konten, mitra dan civitas akademik untuk bergabung di tahap *Research and Development* TAP. Misi

Troya Digital juga untuk dapat menjadikan TAP sebuah produk yang tercipta akibat inisiasi para *stakeholder*, serta mampu memfasilitasi kebutuhan mereka. Seiring berjalannya waktu tim Troya Digital dan para *stakeholder* terkait mengembangkan kerangka TAP berawal dari hanya sebuah aplikasi perpustakaan digital menjadi sebuah *platform* yang akan menggabungkan fungsi dari perpustakaan digital, sistem informasi akademik dan sosial media untuk civitas akademik. Troya Digital percaya bahwa untuk dapat membantu meningkatkan pemerataan kualitas dan akses pendidikan, TAP harus memiliki ketiga fungsi tersebut agar dapat mendigitalisasi instansi pendidikan dan civitasnya secara maksimal.



**GAMBAR 1.2**

**Logo Troya Academic Platform**

Sumber: Troya Digital, 2021

Troya Digital memahami bahwa untuk dapat membuat produk utuh seperti yang direncanakan akan membutuhkan waktu dan sumber daya yang besar, sehingga Troya Digital membagi pengembangan produk TAP menjadi tiga bagian di tiga tahapan pengembangan MVP.

**A. MVP 1**

Dalam pengembangan MVP 1 TAP akan difokuskan untuk dapat menjalankan fungsi dari perpustakaan digital dan portal informasi sekolah. Perpustakaan digital TAP diciptakan untuk

memenuhi fungsi layaknya perpustakaan fisik yang didigitalisasi. Selain itu perpustakaan digital TAP juga memiliki beberapa fungsi yang tidak dapat disediakan oleh perpustakaan fisik seperti pembagian buku pelajaran secara cepat melalui admin sekolah, pengembalian buku secara otomatis dan memiliki koleksi *video book*. Sedangkan, portal informasi TAP berfungsi bagi sekolah untuk menyampaikan informasi kepada para civitas akademiknya, serta sebagai wahana bagi para civitas akademik melihat informasi dari luar melalui artikel yang *diposting* oleh sekolah maupun Troya Digital.

Pada tahap pengembangan MVP 1 ini Troya Digital membuat beberapa paket aplikasi yaitu, aplikasi *user* yang digunakan para civitas akademik untuk mengakses konten di perpustakaan online dan membuka portal informasi, dashboard admin untuk instansi, dashboard penerbit yang diperuntukkan bagi para penerbit sehingga dapat mengatur aset digital dan memantau pendistribusiannya, dashboard mitra pemasaran dan perwakilan untuk dapat membuat transaksi penjualan konten dan memantau status dari para instansi yang berada di bawah naungannya, serta dashboard superadmin untuk pengelolaan secara menyeluruh oleh Troya Digital. Aplikasi *user* dan dashboard admin didistribusikan dengan skema kloning untuk setiap instansi. Setiap instansi akan memiliki aplikasi yang berbeda dari instansi lain dengan logo, penamaan, pewarnaan akan disesuaikan dengan identitas setiap instansi

## **B. MVP 2**

Pada pengembangan MVP kedua Troya Digital berencana memasukkan fungsi dari sistem informasi akademik serta menambahkan fitur portal beasiswa pada TAP. Penambahan fitur pada pengembangan MVP kedua ini diharapkan dapat

meningkatkan jumlah civitas akademik di instansi yang sudah bekerjasama dengan TAP. Meningkatnya jumlah pengguna TAP di instansi yang sudah bekerjasama akan memaksimalkan proses digitalisasi dari setiap instansi pendidikan itu sendiri.

Sistem informasi akademik pada TAP direncanakan akan memiliki fungsi-fungsi manajemen instansi pendidikan yang di dalamnya mengandung fungsi manajemen kegiatan belajar mengajar, manajemen nilai, manajemen kegiatan organisasi beserta ekstrakurikuler dan lain sebagainya. Portal beasiswa TAP akan berisikan informasi beasiswa yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan yang sudah bekerjasama dengan TAP untuk menampilkan informasi beasiswanya di dalam aplikasi *user* TAP.

### **C. MVP 3**

Troya Digital akan menambahkan fungsi dari sosial media pada paket pengembangan di MVP ketiga. Sosial media yang dimaksud adalah sosial media yang diperuntukkan khusus bagi civitas akademik. Pengkhususan ini dapat diimplementasi karena seluruh pendaftaran *user* melalui aplikasi kloning di TAP untuk instansi melalui proses verifikasi dari instansi tersebut. Sehingga pembuatan akun *user* yang tidak sesuai dengan identitas asli dapat diminimalisir.

Pembuatan MVP ketiga ini bertujuan untuk dapat meningkatkan pemerataan akses pendidikan di seluruh penjuru negeri. TAP memiliki misi bahwa sosial media ini dapat menjadi wadah bagi civitas akademik di seluruh penjuru negeri berinteraksi dan bertukar informasi pendidikan.

### 1.3 *Current Situation* dan Sasaran Bisnis

Misi-misi yang dituangkan Troya Digital di produk TAP merupakan bentuk langkah kerja strategis dan kronologis yang menitikberatkan kepada perluasan pendistribusian aplikasi TAP serta pengembangan fungsi teknologi TAP. Walaupun dalam aplikasinya Troya Digital sudah mendapatkan pemasukan materiil dari penjualan konten digital yang ditawarkan di aplikasi TAP. Langkah pengembangan produk dan pemasaran TAP tersebut kemudian menjadi dasar penetapan kerangka kerja.

Troya Digital membagi kerangka kerjanya di tahun 2022 menjadi empat kerangka utama yang dapat dikategorikan menjadi kategori *sales, marketing communication & Customer relationship, Public Relation*, serta *Business Development*. Setelah menyelesaikan tahap pengembangan MVP pertama di Agustus 2021, TAP berorientasi kepada pembuatan pasar dengan cara membangun jaringan pemasaran dengan skema afiliasi dan membangun kerjasama dengan mitra pemasaran dan perwakilan di daerah. Untuk mencapai penyebaran yang *massive* dengan sumber daya yang terbatas, Troya Digital membutuhkan dukungan dari para mitra pemasaran dan perwakilan daerah. Hal tersebut yang menjadi titik berat Troya Digital pada tahap awal penetrasi pasar TAP. Mitra pemasaran dan perwakilan daerah yang bekerja sama dengan TAP akan mendapatkan keuntungan dari persentase penjualan konten digital yang tersedia di TAP.

Selain membangun jaringan mitra pemasaran dan perwakilan daerah, Troya Digital juga melakukan pendekatan kepada pemerintah daerah dan dinas pendidikan daerah untuk dapat melakukan kerjasama dalam penyebaran TAP. Kerjasama dengan pemerintah daerah dan dinas pendidikan daerah ini akan turut membantu perkembangan pendidikan melalui digitalisasi instansi pendidikan di daerah tersebut.

Pada poin kedua dari kerangka kerja tahun 2022 Troya Digital merencanakan untuk dapat membangun kegiatan komunikasi pemasaran serta manajemen *customer relationship* dengan baik. Mengutip dari Windy Talitha (2020) dalam jurnal berjudul “Pengaruh strategi marketing communication terhadap brand image PT Tokopedia” menyatakan bahwa:

“Perusahaan startup harus mampu menciptakan sebuah produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi mampu menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang menjadi konsumen. Maka dari itu perusahaan harus mampu membuat strategi komunikasi pemasaran (marketing communication) yang kreatif sehingga mampu menarik perhatian yang lebih dari konsumen. Perusahaan harus mengetahui cara untuk meningkatkan merek dan membuat konsumen tidak hanya membeli atau menggunakan produk hanya satu kali tetapi melakukan pembelian secara berulang. Strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah marketing communication untuk menarik perhatian konsumen. Marketing communication adalah strategi yang digunakan perusahaan dalam menyampaikan informasi yang bersifat membujuk (persuasif) dan meningkatkan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen.”

Sedangkan manajemen *customer relationship* yang sering juga disebut CRM secara umum dapat diartikan sebagai sebuah alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis dan menerjemahkan informasi pelanggan yang berharga. Konsep strategis dalam CRM akan membuat pelanggan menjadi loyal melalui pengembangan hubungan dengan para pelanggan untuk menghasilkan kepuasan pelanggan, kesetiaan, retensi pelanggan dan akhirnya akan meningkatkan *profitability* (Lie Sha, 2020).

Pada tahap MVP pertama *revenue* yang akan didapatkan oleh Troya Digital dari TAP adalah melalui penjualan konten digital. Troya Digital melakukan kerjasama dengan para pemilik konten untuk dapat memiliki hak distribusi atas konten mereka. Demi memaksimalkan kepuasan pelanggan yang juga berdampak ke peningkatan *profitability*, Troya Digital membuat kerangka kerja yang berkaitan dengan konten digital yang ditransaksikan

seperti tertera pada poin tiga kerangka kerja Troya Digital. Troya Digital akan memperbanyak kerjasama dengan para pemilik konten digital untuk menambah jumlah dan variasi konten yang ditawarkan. Selain itu Troya Digital juga membuat unit kerja yang berfungsi menjaga kualitas konten dengan cara bekerjasama dengan perusahaan lain dan atau memproduksi konten secara mandiri.

Troya Digital merencanakan pengembangan MVP kedua sesuai dengan poin keempat pada kerangka kerja Troya Digital. Pengembangan MVP kedua ini akan mendekatkan visi Troya Digital untuk dapat membantu meningkatkan pemerataan kualitas dan akses pendidikan di seluruh penjuru negeri. Selain mendekatkan visi Troya Digital, pengembangan MVP kedua ini juga menambah peluang pembukaan *revenue stream* baru yaitu komersialisasi ruang promosi.

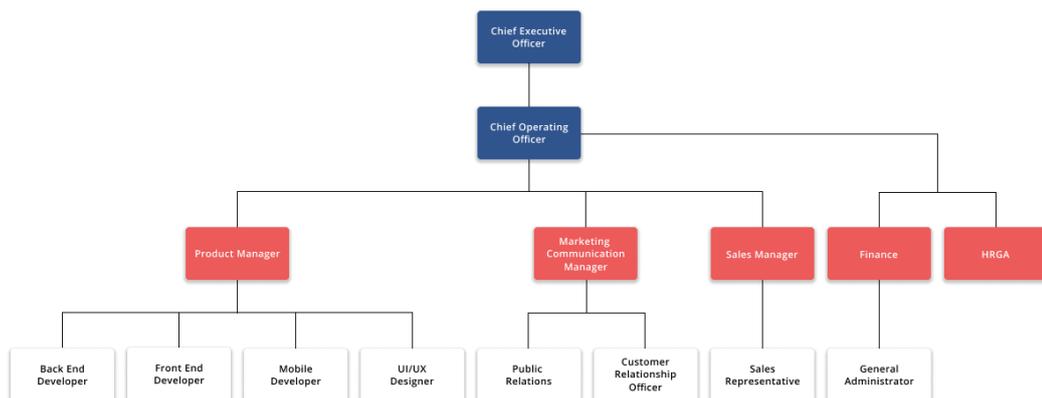
#### **1.4 Struktur Organisasi dan Kepemilikan**

Struktur organisasi dari Troya Digital saat ini berfokus kepada kebutuhan dari produk TAP sehingga seluruh SDM yang ada diatur sedemikian rupa sehingga dapat maksimal dalam menjalankan roda bisnis dari model bisnis TAP. *Chief Executive Officer* (CEO) dari Troya Digital yang dibantu oleh *Chief Operating Officer* (COO) membagi struktur kerja tim menjadi lima bagian yaitu *Product, Marketing Communication, Sales, Finance* dan *Human Resource & General Affair* (HRGA). Pembagian struktur kerja tim tersebut sudah mewakili kebutuh dari operasional bisnis dari Troya Digital di produk TAP.

*Product Manager* bertanggung jawab penuh akan produk yang dalam hal ini adalah TAP. *Product Manager* membawahi SDM di bidang teknologi dan pengembangan produk. Seluruh proses pengembangan produk aplikasi TAP hingga *maintenance* aplikasi akan dikerjakan oleh tim *product*.

Tim *Marketing Communication* yang akan dikoordinasi oleh *Marketing Communication Manager* akan mengampu tugas dalam hal komunikasi pemasaran, hubungan dengan pihak luar, serta layanan pengguna dalam program *Customer Relationship Management*. Hubungan dengan pihak luar (*public relation*) dalam hal ini lebih kepada menjalin hubungan dan kerjasama dengan para penyedia konten digital. Goals dari tim ini adalah peningkatan pengguna dengan cara peningkatan *brand awareness*, membangun hubungan yang baik dengan pengguna dan calon pengguna, serta menyajikan konten yang variatif dan berkualitas.

Beban dari penyebaran TAP dan pemasukan akan menjadi tanggung jawab dari tim *Sales*. *Sales Manager* akan membangun jaringan mitra pemasaran, perwakilan, serta tim *sales representative* yang akan melakukan pendekatan *direct* ke instansi pendidikan untuk dapat bekerjasama dalam menggunakan TAP dan melakukan pembelanjaan konten digital yang ditawarkan TAP.



**GAMBAR 1.3**  
**Struktur Organisasi Troya Digital**

Sumber: Troya Digital, 2022

## 1.5 Tantangan Bisnis

Penciptaan produk digital yang diwadahi dalam satu unit usaha TAP, menampilkan pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab.

1. Apa saja masalah yang dihadapi oleh sekolah di Indonesia? Mengapa dan bagaimana aplikasi TAP dapat membantu pemerataan akses pendidikan di Indonesia? dan bagaimana cara memvalidasi pemerataan akses pendidikan? Dalam mewujudkan visi TAP yaitu pemerataan akses pendidikan di seluruh Indonesia, maka TAP menggunakan teknologi sebagai media untuk mewujudkan pemerataan akses tersebut.
2. Bagaimana kebutuhan sekolah mengenai konten pembelajaran? Mengapa TAP menjadikan kontennya yang berupa literasi pembelajaran menjadi media untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia? Konten tersebut telah disesuaikan dengan standar pendidikan yang berkualitas dan disampaikan dengan cara yang menarik agar mudah diterima oleh peserta didik. Proses transfer pengetahuan tersebut dapat meningkatkan kualitas individu dan secara langsung akan meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia.
3. Bagaimana cara TAP untuk mendistribusikan konten pembelajaran agar dapat dinikmati oleh peserta didik di seluruh Indonesia? TAP juga menghadirkan peran untuk mempercepat dan memperluas area distribusi konten pembelajaran hingga ke daerah-daerah yang belum dijangkau oleh pemilik konten karena TAP memiliki jaringan mitra pemasaran di berbagai daerah.