

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Untuk dapat bersaing dan menyerap potensi pasar yang baru, sehingga memiliki pertumbuhan pelanggan yang lebih baik, Unit Bisnis Edukasi PT XYZ menggunakan bisnis model B2C, untuk melengkapi bisnis model B2B yang sudah berjalan selama ini. Model bisnis B2C lebih berfokus pada kebutuhan dan preferensi konsumen individual. Produk atau layanan pelatihan perlu disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan pasar konsumen individual yang beragam.

Pengembangan platform pembelajaran daring (LMS) memiliki potensi yang besar dalam pendidikan di Indonesia. Peluang berkembangnya bisnis pengembangan talenta data di bidang big data dan kecerdasan artifisial di Indonesia terbuka lebar, seiring dengan trend kebutuhan akan talenta data yang menguasai big data dan kecerdasan artifisial terus meningkat. Melalui platform pembelajaran secara daring diharapkan Generasi Z sebagai segmen pelanggan yang ditargetkan dapat memperoleh kurikulum pembelajaran dengan materi yang terstruktur dan mudah dipahami. Kurikulum dibuat berdasarkan pengalaman perusahaan induk Unit Bisnis Edukasi PT XYZ dalam implementasi big data dan kecerdasan artifisial.

Studi ini berupaya untuk menguji dua hipotesis terkait minat terhadap konsep platform pembelajaran secara daring untuk big data dan kecerdasan artifisial. Hipotesis yang pertama adalah segmen pelanggan yang ditargetkan tertarik untuk belajar melalui platform pembelajaran secara daring. Hipotesis kedua adalah segmen pelanggan yang ditargetkan tertarik untuk melakukan pembelian modul pelatihan lain.

Dari hasil survei bagian pertama yang dilakukan menunjukkan bahwa hampir semua indikator mendukung pernyataan hipotesis pertama. Walaupun demikian ada satu dari 13 indikator, berada di bawah ambang batas, yaitu mengenai program pelatihan online menawarkan harga yang lebih terjangkau. Indikator ini memperoleh nilai 2.3 yang berada di bawah ambang minimal yaitu 2.4. Hal ini

menunjukkan bahwa Generasi Z sebagai sebagai segmen pelanggan yang ditargetkan kesulitan memperoleh program pembelajaran secara daring big data dan kecerdasan artifisial dengan harga yang bersahabat dengan kantong mereka.

Hasil survei menemukan bahwa responden memiliki kecenderungan kurangnya minat untuk belajar secara mandiri. Jika ditelusuri lebih mendalam, kecenderungan ini disebabkan karena gaya belajar dalam pembelajaran secara dari kurang sesuai. Walaupun demikian indikator mengenai minat belajar secara mandiri bernilai 2.6 yang masih berada di atas ambang batas minimal.

Responden lebih menyukai video pendek-pendek dibandingkan video berdurasi panjang. Responden yang menyukai video panjang hanya sekitar 4.8%. Hal ini menguatkan bahwa durasi video pembelajaran agar peserta tetap fokus dan dapat mencerna informasi dengan baik adalah sekitar 6 menit (Zhu et al, 2022). Video pendek yang padat dan langsung pada pembahasan penting, membuat peserta untuk tetap fokus dan memperoleh informasi dengan cepat tanpa kehilangan ketertarikan mereka.

Hasil survei bagian kedua juga menunjukkan terbuktinya hipotesis kedua, bahwa segmen pelanggan yang ditargetkan tertarik untuk melakukan pembelian modul pelatihan lain. Pembelian modul berikutnya merupakan hal penting mengingat model bisnis ini menawarkan harga yang murah bagi Generasi Z. Semua nilai indikator berada diatas ambang batas minimum. Ini juga menunjukkan bahwa model bisnis yang baru ini memiliki kecenderungan untuk berjalan dengan baik.

Temuan menarik dari survei bagian kedua ini adalah nilai terendah dikontribusikan untuk indikator kemungkinan pembelian dengan harga penawaran khusus atau diskon. Walaupun memiliki nilai terendah dibandingkan yang lain, namun masih berada di atas ambang batas minimum. Strategi untuk menentukan paket penawaran dengan harga khusus sangat diperlukan, sehingga promosi harga yang ditawarkan dapat diterima oleh segmen pelanggan yang ditargetkan.

Hasil temuan lain adalah untuk penetapan harga jual maksimal produk pembelajaran dari seharga Rp. 50.000 dinilai oleh responden sudah sesuai.

Berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum memiliki pekerjaan, yang jika dilihat dari umur kemungkinan masih berada di bangku kuliah. Hal ini mempengaruhi kemampuan mereka dalam mengeluarkan uang untuk pembelian program pembelajaran secara daring.

5.2. Saran

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari kuesioner yang sangat sederhana. Sebaran responden dari aspek umur dan kota, perlu diperbanyak, sehingga bisa mewakili populasi segmen pelanggan yang ditargetkan. Untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam perlu dilakukan interview terhadap responden. Walaupun demikian data-data yang ada dapat menjadi acuan untuk pengambilan keputusan awal bisnis model yang baru ini.

Pemanfaatan platform pembelajaran secara daring bagi Unit Bisnis Edukasi PT XYZ masih bersifat minimal viable produk (MVP), sehingga masih banyak hal yang harus diperbaiki dan ditingkatkan, baik secara fitur maupun secara konten. Ada beberapa hal yang dapat ditingkatkan kedepannya sehingga model bisnis ini dapat berjalan dengan baik, yaitu:

1. Peningkatan Platform

Platform pembelajaran daring, baik berupa aplikasi berbasis web maupun mobile, memegang peranan yang penting. Aplikasi berbasis web sebagai aplikasi utama harus memberikan kenyamanan dalam proses pembelajaran. Dengan aplikasi berbasis web memungkinkan peserta untuk belajar dari video, dan sekaligus mempraktekkannya. Demikian juga dengan aplikasi mobile, yang memudahkan peserta dalam mengakses materi pembelajaran dari mana saja, alam genggam. Semua hal ini akan meningkatkan pengalaman dan kenyamanan pembelajaran. Tampilan antar muka perlu diperbaiki, sehingga lebih menarik dan membuat peserta menjadi betah dalam pembelajaran. Saat ini platform pembelajaran daring belum terintegrasi dengan payment gateway, hal ini tentu saja menyulitkan calon peserta dalam hal pembayaran.

2. Program Pelatihan

Salah satu kunci dari model bisnis ini adalah jumlah materi pembelajaran yang banyak. Model bisnis ini mengandalkan loyalitas pelanggan untuk membeli kembali. Salah satu value proposisi yang ditawarkan adalah fleksibilitas modul yang membuat pelanggan dapat memilih materi pembelajaran sesuai yang diinginkan. Dengan banyaknya variasi topik, tentu saja akan menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian.

3. Media Sosial

Salah satu cara untuk menjangkau Generasi Z adalah melalui media sosial. Konten media sosial yang baik dan menarik akan membuat segmen pelanggan yang ditargetkan tertarik terhadap program pembelajaran yang ditawarkan. Disamping itu juga, media sosial yang aktif dapat meningkatkan brand awareness. Media sosial juga dapat mempercepat proses edukasi terhadap produk pembelajaran yang ditawarkan

4. Program Promosi

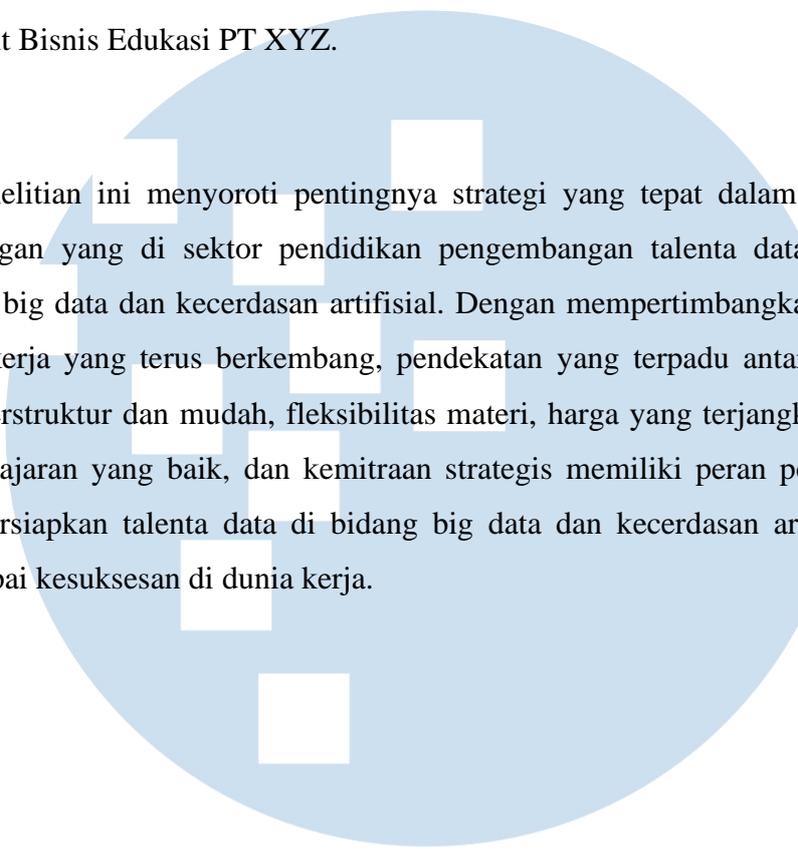
Salah satu tantangan yang ditemukan dalam hasil survei adalah ketertarikan segmen pelanggan yang ditargetkan terhadap program promosi. Penawaran dengan harga khusus merupakan hal yang umum dilakukan pada bisnis pembelajaran daring, khususnya bidang big data dan kecerdasan artifisial. Strategi program promosi yang tepat diharapkan dapat meningkatkan minat pelanggan atau calon pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap program pembelajaran yang ditawarkan.

5. Kerjasama Dengan Mitra Universitas

Mitra universitas memiliki dua sisi dalam hal kerjasama. Yang pertama adalah sebagai kanal untuk penjualan, dan yang kedua adalah sebagai pemateri dalam program pembelajaran daring bidang big data dan kecerdasan artifisial. Kedua sisi ini memegang peranan yang cukup penting bagi berjalannya model

bisnis ini. Selama ini, kedua sisi ini belum dimanfaatkan secara maksimal oleh Unit Bisnis Edukasi PT XYZ.

Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan yang di sektor pendidikan pengembangan talenta data, khususnya bidang big data dan kecerdasan artifisial. Dengan mempertimbangkan kebutuhan pasar kerja yang terus berkembang, pendekatan yang terpadu antara kurikulum yang terstruktur dan mudah, fleksibilitas materi, harga yang terjangkau, platform pembelajaran yang baik, dan kemitraan strategis memiliki peran penting dalam mempersiapkan talenta data di bidang big data dan kecerdasan artifisial untuk mencapai kesuksesan di dunia kerja.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features a stylized 'U' shape formed by several white squares of varying sizes, arranged in a grid-like pattern. The logo is semi-transparent, allowing the text behind it to be visible.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA