

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1. 1 Logo Syaamil Group

(Sumber: *Dokumen Syaamil Group*)

Syaamil Group adalah sebuah perusahaan swasta yang didirikan pada tahun 1994 oleh Riza Zacharias selaku *founder* dan *chairman* serta Halfino Berry selaku *co-founder* dan *co-chairman* Syaamil Group. Syaamil Group adalah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur, khususnya di bidang *digital publishing company*. Syaamil Group berkembang dari sebuah perusahaan yang mencetak buletin Jum'at, sebelum akhirnya membesar dan menjadi perusahaan percetakan digital.

Visi Syaamil Group adalah menjadi perusahaan yang terdepan dalam menghidupkan Al Quran dan membumikan Sirah Nabawiyah. Untuk dapat mencapai visi itu, misi Syaamil Group adalah mewujudkan perusahaan yang penuh keberkahan, siap menghadapi tantangan global, dan berkomitmen untuk menyebarkan nilai-nilai islam secara mudah dan menyenangkan.



Gambar 1. 2 Logo MIRACLE Syaamil Group

(Sumber: Dokumen Syaamil Group)

Syaamil Group memiliki *core value* MIRACLE. Dimana MIRACLE itu adalah *Morality, Innovation, Respect, Accountability, Communication, Learning* dan *Excellence*. *Morality* adalah *core value* yang mengaju pada hubungan moral dengan sesama karyawan dan dengan Allah SWT sebagai pencipta. *Innovation* adalah kemauan untuk selalu melakukan inovasi secara terus menerus. *Respect* adalah menghormati sesama tanpa mengenal status dan usia. *Accountability* adalah sikap professional dalam bekerja. *Communication* adalah selalu berkomunikasi dan tidak menahan arus informasi. *Learning* adalah kehausan akan ilmu dan keinginan secara terus menerus untuk belajar. *Excellence* adalah berlomba-lomba untuk selalu menjadi yang terbaik.

Tujuan dari Syaamil Group adalah membumikan Al Quran ke seluruh pelosok negeri dan menghidupkan sirah di tiap rumah-rumah di seluruh keluarga Indonesia. Dengan tujuan itu, maka Syaamil Group memiliki dua entitas unggulan, yaitu PT. Sygma Examedia Arkanleema yang berfokus untuk menjual produk-produk Al Quran berkualitas, serta PT. Sygma Daya Insani yang berfokus untuk menciptakan program-program keluarga unggulan yang berlandaskan Sirah Nabawiyah.

SYAAMIL GROUP

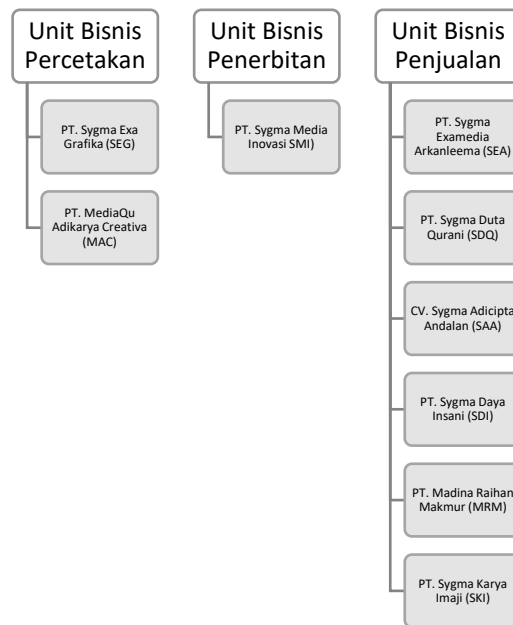


Gambar 1. 3 Bagan Organisasi Syaamil Group

(Sumber: Data yang telah diolah peneliti tahun 2023)

Secara organisasi, per tahun 2023 Syaamil Group mengalami restrukturisasi organisasi besar. Riza Zacharias selaku *founder* Syaamil Group kembali memimpin Syaamil Group sebagai Direktur Utama. Untuk mempercepat pengambilan keputusan dan proses birokrasi yang *rigid*, Syaamil Group memecah organisasi besar nya ke dalam empat kluster besar. Kluster Marketing dipimpin oleh Indra Laksana selaku Direktur dari kluster marketing. Di dalamnya, terdapat PT. Sygma Examedia Arkanleema (SEA), PT. Sygma Daya Insani (SDI), PT. Madina Raihan Makmur (MRM), CV. Sygma Adicipta Andalan (SAA), PT. Sygma Karya Imaji (SKI) dan PT. Sygma Duta Qurani (SDQ). Kluster Produksi dan Kreatif dipimpin oleh Ferry Permadi. Di dalam kluster ini ada PT. Sygma Media Inovasi (SMI), PT. Sygma Exa Grafika (SEG), dan PT. MediaQu Adikarya Creativa (MAC). Kluster Visitama Sinergi Perkasa (VSP) dipimpin oleh Muhammad Emiriza. Di dalam kluster ini ada Direktorat BusDev, Consultant Company, Tourizy, Eryzhu, serta Kalamata+SDA. Kluster *Support* dipimpin oleh Halfino Berry. Di dalam kluster ini ada Direktorat *RnD*, Direktorat *Supply Chain Management*, Direktorat *Human*

Capital, Direktorat *General Affair*, dan Direktorat IT. Sementara itu, Direktorat *Corporate Secretary and Communication* (Corsecom), Direktorat *Finance*, *Treasury*, serta Direktorat *Financial Support* bertanggung jawab langsung kepada CEO VSM.



Gambar 1. 4 Unit Bisnis di Syaamil Group

(Sumber: Data yang telah di olah peneliti tahun 2023)

Unit bisnis Syaamil Group terbagi ke dalam tiga bagian besar, unit bisnis percetakan, unit bisnis penerbitan, serta unit bisnis penjualan. Di dalam unit bisnis penerbitan, unit bisnis ini berfokus hanya pada cara merancang inovasi konten yang dapat diterima oleh pasar. Fungsi pokok dari unit bisnis ini adalah menyiapkan *prototype* dan file *ready to print* yang siap untuk dicetak oleh unit bisnis percetakan. Unit bisnis ini hanya diisi oleh PT. Sygma Media Inovasi saja. *Prototype* dan file *ready to print* kemudian akan di proses dan dicetak oleh unit bisnis percetakan. Fungsi pokok dari unit bisnis ini adalah untuk mencetak Al Quran dan buku berkualitas dengan bahan baku material yang sudah mendapatkan sertifikasi halal. Unit bisnis ini diisi oleh PT. Sygma Exa Grafika di kota Bandung sebagai percetakan pusat dan PT. MediaQu Adikarya Creativa di kota Solo sebagai percetakan yang difungsikan khusus untuk mencetak *board book* dan Al Quran dua

warna saja. Setelah produk dicetak dan di *packing*, maka distribusi kepada agen, *reseller*, toko buku, dan konsumen langsung dijalankan oleh unit bisnis penjualan. Unit ini diisi oleh PT. SEA, PT. SDQ, CV. SAA, PT. SDI, PT. MRM, dan PT. SKI. Semua unit bisnis ini memiliki jaringan distribusi khusus masing-masing, seperti PT. SEA yang bertugas untuk mendistribusikan Al Quran lewat jaringan *wholesail retail*.



Gambar 1. 5 Alur Proses Bisnis di Syaamil Group

(Sumber: Data yang telah di olah peneliti tahun 2023)

Syaamil Group adalah perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan penerbitan. Semua produk yang diterbitkan oleh Syaamil Group dicetak langsung lewat unit bisnis percetakan yang dimiliki oleh Syaamil Group. Alur kreatif di Syaamil Group di dukung lewat industri penerbitannya yang diproses lewat SMI. Dari situ, SMI menyiapkan produk *ready to print* yang siap dicetak. File pun di dibawa oleh direktorat *supply chain* untuk dicetak di SEG. SEG kemudian mencetak dan melakukan proses *packaging* sebelum di distribusikan kepada unit bisnis penjualan. Untuk Mushaf, Syaamil Group mengamanahkan unit bisnis SEA, SDQ, SAA dan MRM untuk mendistribusikan mushaf ke seluruh Indonesia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

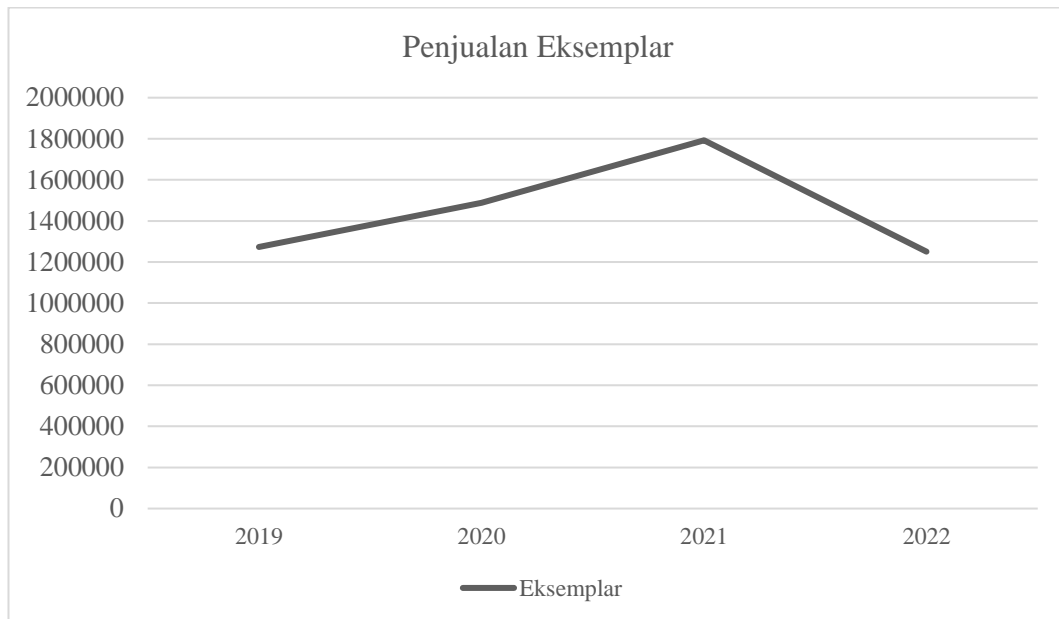
Covid-19 yang sudah berlalu memberikan dampak yang sangat signifikan pada banyak perusahaan di Indonesia. Sasongko mengutarakan dalam artikel yang dimuat di DJKN Kementerian Keuangan (Sasongko, 2020) bahwa dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh Covid-19 akan membuat pertumbuhan ekonomi melambat. Sosongko (2020) juga mengutarakan bahwa sektor manufaktur terkena imbas karena terhambatnya *supply chain* bahan baku produksi yang disebabkan oleh

kelangkaan bahan baku, terutama dari China. Keterlambatan bahan baku itu juga menyebabkan naiknya harga produk dan inflasi.

Penurunan juga terjadi pada industri penerbitan. Artikel yang dimuat di *Kumparan..com* (*Kondisi Penerbit Buku Makin Memprihatinkan, Penjualan Anjlok 50 Persen / Kumparan.Com, 2022*) mengatakan bahwa lebih dari 58,2% penerbitan yang tergabung ke dalam anggota IKAPI mengalami penurunan omzet lebih dari 50%. Kondisi perusahaan-perusahaan penerbitan yang sudah mulai goyah dari sebelum pandemi diperparah dengan adanya pandemi Covid-19. Disrupsi teknologi dari segi pemasaran secara digital juga memperparah penurunan omzet industri penerbitan.

Akan tetapi, tidak semua industri mengalami penurunan akibat Covid-19. Artikel yang dimuat di *Liputan6.com* (*Liputan6.com, 2022*) mengutarakan bahwa industri digital jadi harapan paska Covid-19 untuk memulihkan ekonomi. Doni Ismanto (*Liputan6.com, 2022*), *founder* IndoTelkom Forum mengatakan dalam artikel tersebut bahwa digitalisasi jadi penopang dalam tiap usaha dalam beradaptasi menghadapi pandemi.

Paska Covid-19, banyak perusahaan yang mengalami penurunan pendapatan. Syaamil Group sebagai sebuah perusahaan turut mengalami dampak dengan menurunnya penjualan. Menurunnya penjualan yang sangat signifikan di tahun 2022 membuat Syaamil Group kesulitan menjalani bisnis paska Covid-19. Penelitian ini menggunakan studi kasus Syaamil Group yang merupakan perusahaan penerbitan Al Quran dimana berdasarkan data yang peneliti dapatkan selama pandemi Covid-19, penjualan Al Quran fisik di Syaamil Group mengalami penurunan. Penurunan tersebut berjumlah sekitar 1.250.642 eksemplar mushaf Al Quran di tahun 2022. Data ini lebih kecil dari tahun 2021 yang berjumlah 1.792.441 eksemplar, yang sebelumnya mengalami tren kenaikan dari tahun 2019 sampai tahun 2021.



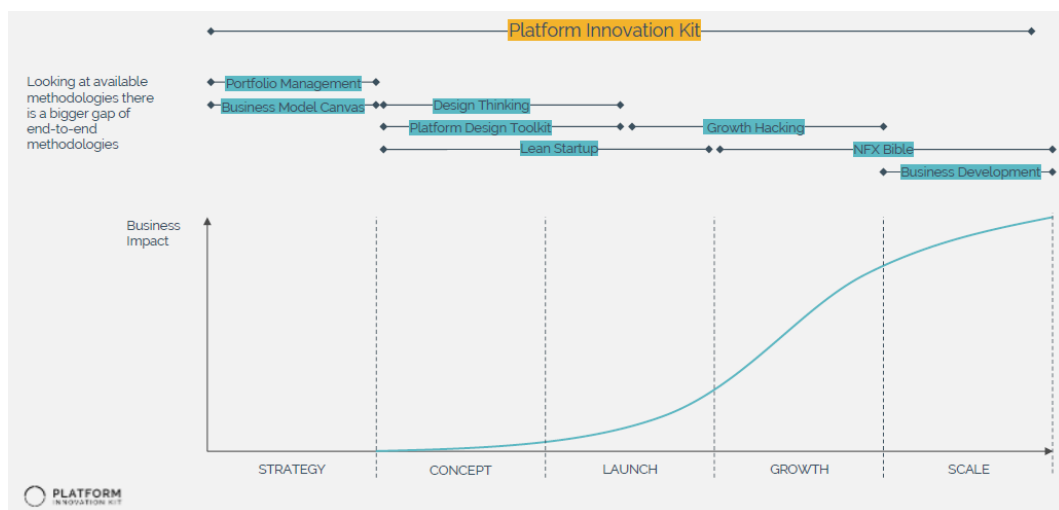
Gambar 1. 6 Grafik Penjualan Mushaf Syaamil Group Tahun 2019-2022

(Sumber: Dokumen Perusahaan yang sudah Diolah oleh Peneliti tahun 2023)

Penurunan penjualan ini berdampak pada menurunnya omzet Syaamil Group, khususnya omzet penjualan eksemplar Al Quran, dari performa yang baik di tahun 2020 dan 2021 dengan angka capaian omzet hingga Rp. 95.359.016.530, menurun ke angka Rp. 70.704.154.902 di tahun 2022. Angka penurunan ini mencapai Rp. 20.000.000.000 lebih, sehingga efek dari penurunan omzet ini berdampak pada operasional dan distribus mushaf.

Faktor-faktor eksternal seperti kondisi industri penerbitan di Indonesia serta digitalisasi yang marak di industri manufakturing, ditambah dengan kondisi Syaamil Group yang mengalami penurunan yang signifikan, bahkan lebih buruk dari tahun 2019 sebelum adanya Covid-19 menjadi dasar bagi peneliti untuk memikirkan langkah yang tepat secara akademik agar Syaamil Group dapat melewati fase setelah Covid-19. Peneliti juga mendapatkan info saat melakukan wawancara bahwa memang Syaamil Group sedang berfokus untuk merancang sebuah *platform* yang nantinya akan melancarkan skema transformasi Syaamil dan merambah industri digital. Dengan demikian, penulis menciptakan judul “**Strategi Pengembangan Platform Al Quran di Syaamil Group**”.

Berdasarkan analisis permasalahan di atas, peneliti merasa bahwa Syaamil Group perlu untuk merancang strategi pengembangan *platform* untuk mushaf yang dimiliki saat ini. Dengan adanya rancangan strategi pengembangan *platform*, maka diharapkan Syaamil Group akan lebih siap untuk memasuki pasar digital. Dalam konteks pengembangan *platform*, terdapat proses yang perlu diperhatikan agar *platform* tersebut dapat memenuhi kebutuhan daripada *user*. Terdapat beberapa proses dalam penentuan fitur dan layanan dalam sebuah *platform*. Berdasarkan sumber dari *Platform Innovation Kit v5.0*, terdapat lima fase dalam pengembangan sebuah *platform*. Masing-masing fase memiliki *tools* yang berbeda dalam penentuan variabel. *Tools* yang dimaksud antara lain *business model canvas*, *design thinking*, *lean startup*, *growth hacking*, sampai ke *business development*.



Gambar 1. 7 Platform Innovation Kit Innovation Framework

(Sumber: *Platform Innovation Kit v5.0 User Guide p. 26*)

Namun, pengembangan sebuah *platform* memiliki tantangan terbesar, yaitu bagaimana caranya agar *platform* tersebut benar-benar memenuhi kebutuhan *user*, baik secara fitur atau layanan hingga infrastruktur teknologi. Untuk menghindari resiko dimana sebuah *platform* terabaikan dan tidak digunakan oleh *user*, peneliti menyusun sebuah penelitian dengan tujuan untuk menyusun strategi pengembangan *platform* Al Quran.

Berdasarkan judul penelitian di atas, peneliti akan berfokus untuk menganalisa dan meneliti strategi apa yang perlu diterapkan oleh Syaamil Group terkait rencana pengembangan *Platform* Al Quran Digital. Dalam proses penelitian, peneliti akan menggunakan *tools* dalam rangka memudahkan proses analisa dan penelitian. *Tools* yang dimaksud antara lain *platform design toolkit*, *design thinking*, *lean startup*, dan *business development*. Berdasarkan gambar 1.5, *tools* tersebut merupakan bagian dari *platform innovation kit v5.0* yang secara komprehensif mengintegrasikan semua *tools* dalam satu *tools*. *Platform innovation kit* terdiri dari beberapa *canvas* yang akan membantu peneliti menjabarkan secara detail proses pengembangan *platform* dari sisi *producer*, *consumer*, dan *partner*.

Setelah menentukan *tools* yang akan dipakai dalam penelitian ini, peneliti melihat bahwa permasalahan terkait penurunan *revenue* Al Quran fisik di Syaamil Group tidak sepenuhnya diakibatkan oleh pandemi. Pada awalnya, Syaamil Group mengira bahwa penurunan tersebut diakibatkan oleh pandemi. Namun, setelah meneliti data lebih dalam, ternyata penurunan terjadi hanya di tahun 2022. Terdapat beberapa asumsi penurunan tersebut, salah satunya diakibatkan oleh perilaku *customer* yang mulai berubah, dimana Al Quran cetak diduga tidak cukup praktis untuk dapat dibawa secara mudah kemanapun *customer* bepergian. Setelah pandemi berakhir, terdapat kenaikan angka *traveller* ataupun mobilitas manusia yang disebabkan oleh rasa kerinduan untuk melakukan perjalanan. Hal ini tentu menjadi salah satu dugaan bahwa Al Quran Digital merupakan solusi. Dalam penelitian ini, peneliti berencana untuk mengetahui apakah dugaan tersebut benar melalui penelitian menggunakan *platform innovation kit* dimana peneliti akan menganalisa *stakeholder* dari *platform* yang akan dikembangkan oleh Syaamil Group.

Selain pengembangan *platform* yang dilakukan oleh Syaamil Group, peneliti juga melakukan observasi terhadap *platform* Al Quran yang telah lebih dulu tampil di pasar, salah satunya adalah Qara'a. *Platform* Qara'a adalah *platform* Al Quran digital yang dirancang untuk memudahkan pembelajaran Al Quran dimana saja dan kapan saja. Di dalam *platform Qara'a*, terdapat materi lengkap pengenalan

huruf hijaiyah hingga materi pembelajaran tajwid. Selain itu, Qara'a juga memiliki fitur koreksi bacaan Al Quran yang dikoreksi menggunakan *artificial intelligence* secara *real-time*. Qara'a juga membuka layanan konsultasi dengan mendatangkan ustadz yang kompeten untuk menerima setoran *user* langsung dalam waktu 1x24 jam.

Qara'a sebagai sebuah *platform* digital berhasil mempertahankan 25% dari total *user* yang mengunduh *platform* Qara'a. Data yang dilansir di CloudComputing.id (Waranggani, 2021) mengutarakan bahwa Qara'a memiliki 450.000 *user* aktif di tahun. Selain itu, Qara'a mudah digunakan dan memiliki *barrier-to-entry* rendah sehingga memudahkan *user* untuk mendaftar dan menggunakan *platform* Qara'a.

Fitur Gratis Qara'a	Fitur Berbayar Qara'a	Informasi Umum Qara'a
<ul style="list-style-type: none"> • Al Quran Digital • Dzikir • Kisah 25 Nabi dan Rasul • Adzan dan Pengingat Waktu Shalat • Arah Kiblat • Renungan Harian 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsultasi dengan Ustadz • 100 Materi Pembelajaran • <i>Artificial Intelligence Checking</i> untuk mengecek bacaan ketika mengaji 	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah <i>downloader</i> Qara'a : 2.000.000 <i>downloader</i> • Jumlah pengguna aktif Qara'a: 450.000 <i>user active</i> • <i>Barrier-to-entry product</i>: Minim. • <i>Revenue Model</i> : <i>Subscribe with Freemium Content</i>

Gambar 1. 8 Informasi Layanan yang ada di Qara'a

(Sumber: Data yang telah di olah oleh Peneliti tahun 2023)

Qara'a menjadi salah satu *benchmark* yang dipilih oleh peneliti sebagai perusahaan penyedia layanan *platform* Al Quran Digital. Setelah menganalisa bagaimana kondisi penjualan Al Quran di Syaamil Group, kemudian menentukan *tools* yang akan digunakan serta melihat bagaimana *platform* Al Quran Digital lain

merancang produk Al Quran digital, peneliti merancang rumusan masalah sebagai inti dari penelitian ini.

1.3 Rumusan Masalah

Penurunan penjualan mushaf fisik di Syaamil Group berdampak signifikan bagi performa perusahaan. Menurunnya performa ini dipengaruhi juga oleh penurunan minat Masyarakat untuk membeli mushaf fisik paska Covid-19. Peneliti kemudian merancangn perumusan masalah dalam tesis ini yang berfokus pada aspek pendekatan strategi pengembangan *platform* yang dapat di implementasikan di Syaamil Group. Hal ini karena adanya *trend* kenaikan penggunaan aplikasi digital di tahun 2022. Adapun permasalahan yang ingin dijadikan fokus dalam studi ini antara lain adalah:

- 1) Bagaimanakah Al Quran Digital Syaamil Group dapat menjadi solusi bagi permasalahan pembeli mushaf di Syaamil Group?
- 2) Bagaimanakah Al Quran Digital Syaamil dapat menjadi sebuah kebutuhan di *market* dan mampu bersaing dengan *Platform* Al Quran Digital lainnya di pasar?
- 3) Bagaimanakah konsep *revenue stream* yang dibangun di dalam *Platform* Al Quran Digital Syaamil dapat mengatasi penurunan penjualan eksemplar mushaf di Syaamil Group?
- 4) Bagaimanakah bentuk struktur organisasi yang dibutuhkan oleh *Platform* Al Quran Digital Syaamil agar dapat bersaing di pasar?
- 5) Bagaimana model bisnis yang tepat dalam pengembangan *platform* Al Quran Digital di Syaamil Group?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang di paparkan dalam perumusan masalah, maka tujuan dari tesis ini adalah:

- 1) Memperlihatkan masalah yang dirasakan oleh pembeli dan solusi bagi pembeli mushaf fisik di Syaamil Group yang dapat dipecahkan oleh *platform* Al Quran Digital Syaamil Group.

- 2) Memperlihatkan kebutuhan *market* dan potensi persaingan yang akan dihadapi oleh *Platform Al Quran Digital Syaamil*.
- 3) Memberikan konsep *revenue stream* yang dapat diterapkan oleh *Platform Al Quran Digital Syaamil* untuk membantu mengatasi penurunan penjualan eksemplar mushaf di Syaamil Group.
- 4) Memberikan rancang kebutuhan organisasi yang diperlukan oleh *Platform Al Quran Digital Syaamil*.
- 5) Memberikan strategi model bisnis yang tepat untuk pengembangan *Platform Al Quran Digital Syaamil*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian tesis ini membawa manfaat praktis dan teoritis. Adapun manfaat praktis dan manfaat teoritis dari tesis ini adalah sebagai berikut.

1.5.1 Manfaat Penelitian Praktis

1) Objek Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi kontribusi ilmiah terhadap Syaamil Group secara umum dan secara khusus diharapkan mampu menjadi kontribusi strategis dalam mengatasi permasalahan penurunan penjualan mushaf fisik dengan pengembangan implementasi produk digital di Syaamil Group.

2) Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya penelitian di lingkungan Universitas Telkom dan perguruan tinggi lain dengan peminatan di industri penerbitan. Selama ini, literatur terkait strategi pengembangan *platform* di industri penerbitan masih sangat terbatas.

3) Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi atau pengetahuan terkait Syaamil Group kepada masyarakat secara lebih luas. Strategi pengembangan *platform* yang akan dilakukan oleh Syaamil Group juga diharapkan akan mampu menggerakkan masyarakat untuk lebih

percaya kepada produk-produk yang dikeluarkan oleh Syaamil Group dan terus bersinergi dengan Syaamil Group.

1.5.2 Manfaat Penelitian Teoritis

1) Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literasi ilmiah terkait strategi pengembangan *platform*, khususnya di Industri Penerbitan Al Quran.

2) Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini, yang di fokuskan untuk merancang *platform* menggunakan *platform innovation kit* di dalam sebuah industri diharapkan mampu dikembangkan lebih lanjut oleh industri sejenis maupun industri lain, baik di dalam dan di luar negeri.

1.6 Sistematika Penelitian Tugas Akhir

Sub bab ini berupa sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penelitian Tugas Akhir

b. BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif)/

Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

d. BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

e. BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.

1.7 Batasan Penelitian

Batasan-batasan penelitian dalam penelitian ini antara lain adalah:

1. Penelitian ini membahas *platform business model canvas* menggunakan *Platform Innovation Kit Loop#1*.
2. Penelitian ini hanya akan membahas konsep dari *platform business model* yang sudah dirancang dengan mencari data ke lapangan.
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengangkat permasalahan yang terjadi di Syaamil Group, oleh karena itu penelitian ini hanya berfokus di lingkup Syaamil Group.
4. Penelitian ini tidak akan membahas implementasi dari *platform business model canvas* yang sudah dirancang.