

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Buwhan Edu

PT Eduka Teknologi Indonesia, yang kini lebih dikenal sebagai Buwhan Edu, sebelumnya beroperasi dengan nama Eduka System. Buwhan Edu adalah platform pembelajaran yang menyediakan fasilitas penunjang belajar berupa Latihan soal dan rangkuman yang lengkap, seru, dan estetik, sehingga belajar lebih efektif dan menyenangkan (buwhanedu, 2023). Didirikan pada Mei 2018 oleh tim inti yang terdiri dari Ahmad Faiz Sahupala (CEO), Sodiko Hidayad (CBDO), Daniel Ryan (CTO), Muhammad Habibi Haidir (CDO), dan Bayu Fitrah (CFO). Buwhan Edu berlokasi kantor pusat di Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Skala operasional Buwhan Edu mencakup sekitar 11–50 karyawan, dengan beberapa peran seperti tim akademik, marketing, hingga engineering dan tutor pribadi.

Sejarah Buwhan Edu dimulai sebagai Eduka System, yang menyediakan platform latihan soal dan try-out berbasis teknologi untuk para siswa sekolah menengah atas, termasuk simulasi UTBK (Ujian Tulis Berbasis Komputer). Eduka System tumbuh cepat, dilaporkan berhasil memperoleh lebih dari 330 ribu pengguna dalam 7 bulan sejak peluncuran awal try-out UTBK 2019. Perkembangan tersebut juga secara strategis mendapatkan pendanaan dari Init-6, sebuah modal ventura yang diprakarsai

oleh pendiri Bukalapak seperti Achmad Zaky dan Nugroho Herucahyono (Xinuc), menjadikan Eduka System dikenal semakin banyak digunakan oleh siswa tingkat menengah atas. Evolusi lebih lanjut, branding diperbarui menjadi Buwhan Edu, melambangkan pendekatan yang lebih friendly dan engaging di ranah teknologi edukasi (edtech). Rebranding ini juga dilakukan karena domain Eduka System yang belum didaftarkan sehingga tidak bisa melanjutkan dengan domain lama karena sudah diambil oleh perusahaan lain. Hingga 2025, Buwhan Edu telah menghadirkan paket khusus SNBT 2025, menyasar lebih dari 800.000 pengguna terdaftar dengan penawaran harga mulai dari Rp 49.000 hingga hingga Rp 99.000 untuk akses fitur lengkap persiapan UTBK/SNBT.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.1.1 Visi

Eduka System memiliki visi untuk meningkatkan pendidikan Indonesia melalui teknologi digital.

2.1.2 Misi

Misi Buwhan Edu adalah:

- a) Mengembangkan platform digital yang mudah diakses oleh semua perangkat dan koneksi internet.
- b) Bantu siswa untuk beralih ke kompetensi bawah sadar dengan memberikan latihan.
- c) Membantu guru untuk mengoptimalkan proses pengajaran di sekolah.

2.3 Logo Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Buwhan Edu

Sumber: buwhanedu.com, 2025

Logo Buwhan Edu menampilkan burung hantu oranye beraksen cerah, dengan memakai topi toga, hal tersebut menggabungkan simbol kebijaksanaan (burung hantu) dan aspek akademis (topi toga). Warna oranye memberi kesan modern, hangat, dan dinamis, cocok untuk menyasar audiens Gen Z. Visual ini mudah dikenali dan sangat “Instagrammable” di brand komunikasi digitalnya.

Nama Buwhan Edu berasal dari user Eduka System yang memanggil admin Eduka dengan sebutan “Burhan” karena logo Eduka System adalah “burung hantu” dan sebutan Burhan ini diadaptasi lagi menjadi “Buwhan” Hal tersebut menjadi harapan baru untuk kedepannya bisa mencakup lapisan pendidikan yang lebih luas sehingga dapat memberi motivasi sekaligus menjadi teman untuk para siswa Indonesia dalam perjalanan mencapai mimpinya.

2.4 Kegiatan Usaha & Bidang Usaha

Buwhan Edu bergerak di bidang StartUp Teknologi Edukasi yang fokus utamanya adalah pengembangan platform digital try-out online dan bank soal UTBK/SNBT yang dapat diakses lewat web dan aplikasi. Adapun kegiatan usaha Buwhan Edu Adalah:

- a) Model bisnis freemium + affordable pricing: misalnya paket SNBT 2025 dengan harga promo Rp 49.000 (dari harga awal Rp 150.000), mencakup akses ke video pembahasan dan soal, fitur gamifikasi, dan statistik learning.
- b) Platform dilengkapi dengan:
 - Lebih dari 10.000 soal latihan.
 - 200+ video pembahasan try-out yang interaktif.
 - Live class PK & PM SNBT, plus rekamannya.
 - Fitur turnamen, ranking real-time, dan statistik personal untuk memonitor performa belajar.
- c) Disiplin lokal: telah dipercaya oleh 800.000+ siswa Indonesia untuk persiapan masuk PTN

2.4 Gambaran Umum Produk dan Layanan

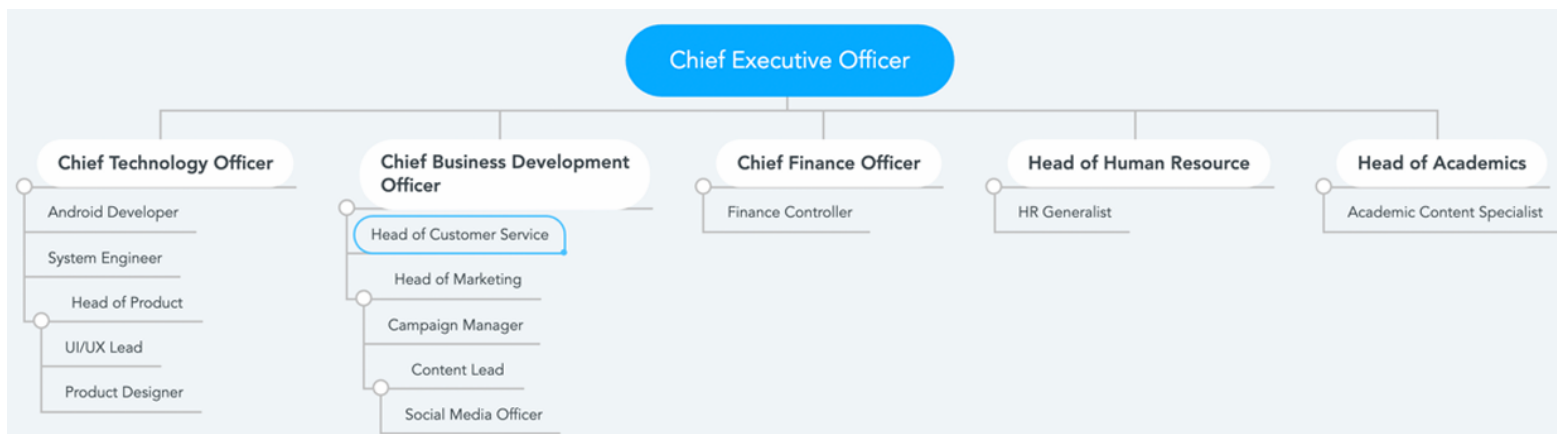
Produk dan fitur utama Buwhan Edu mencakup:

- a) Bank Soal SNBT/UTBK: lebih dari 10.000 soal yang disesuaikan dengan format terbaru SNBT, dilengkapi pembahasan dan evaluasi.
- b) Video Pembahasan (200+ video): interaktif, subtopik berdasarkan modul SNBT (PK dan PM), mendukung pemahaman mendalam.

- c) Tryout Premium dengan Soal Naskah Asli & IRT: soal SNBT tahun-tahun sebelumnya, dengan jawaban langsung keluar setelah selesai pengerjaan. Harga paket promosi sering ditawarkan adalah Rp 49.000 untuk akses penuh paket SNBT 2025, atau Rp 99.000 untuk akses 11 bulan dengan seluruh fitur unggulan.
- d) Live Class & Rekaman: sesi pembahasan langsung dari tutor ahli, terutama untuk materi PK & PM.
- e) Tes Kepribadian & Jurusan: membantu siswa memahami kecocokan jurusan & kampus potensial.
- f) Rekomendasi Belajar & Rasionalisasi Nilai Tryout: sistem rekomendasi adaptif berdasarkan hasil tryout sebelumnya.
- g) Tracker Belajar & Statistik Personal: visual tracking progres belajar, area lemah-kuat, serta perkembangan dalam tiap subtopik.
- h) Akses fleksibel: bisa diakses kapan saja, dari mana saja, via web atau aplikasi seluler.
- i) Gamifikasi: turnamen UTBK, leaderboard, penghargaan poin/trofi untuk meningkatkan keterlibatan siswa.

2.5 Struktur Perusahaan

Buwhan Edu memiliki 4 posisi chief/direktur yaitu: chief executive officer, chief technology officer, chief business development officer dan chief finance officer. Selain itu memiliki 5 manajer, manajer kepala produk, manajer marketing, manajer kepala pelayanan, manajer kepala sumber daya manusia, dan manajer kepala akademik, bagan struktur dapat dilihat pada Gambar 2.2



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: buwhanedu.com, 2025

2.5.1 Deskripsi Pekerjaan

1. *Chief Executive Officer* (CEO)

Merupakan pimpinan tertinggi yang mengarahkan visi, misi, serta strategi jangka panjang Buwhan Edu. CEO bertanggung jawab atas pengambilan Keputusan strategis, pengawasan kinerja seluruh divisi, serta menjalin Kerjasama dengan mitra eksternal untuk mendukung pertumbuhan Buwhan Edu.

2. *Chief Technology Officer* (CTO)

CTO bertugas memimpin seluruh pengembanagn dan inovasi teknologi yang ada di Buwhan Edu. CTO juga memastikan platform Buwhan Edu aman, reliabel, serta terus berkembang sesuai kebutuhan anggota pengguna.

a) Android Developer

Bertugas mengembangkan, menguji, serta memelihara aplikasi dan Buwhan Edu berbasis Android, termasuk penambahan fitur baru, perbaikan bug, dan optimasi performa.

b) System Engineer

Bertugas mengelola infrastruktur teknologi, meliputi server, basis data, jaringan, serta keamanan sistem agar layanannya tetap stabil dan dapat diakses dengan baik oleh pengguna Buwhan Edu.

c) Head of Product

Bertugas mengarahkan pengembangan produk agar sesuai dengan strategi perusahaan dan kebutuhan pengguna Buwhan Edu. Head of product dibagi menjadi:

- UI/UX Lead yang bertugas mendesign antarmuka dan pengalaman pengguna yang intuitif, menarik, dan mudah digunakan.
- Product Designer yang bertugas mengembangkan rancangan visual serta prototipe produk, termasuk melakukan pengujian pengguna (user testing) untuk memastikan kualitas produk.

3. *Chief Business Development Officer (CBDO)*

CBDO bertanggung jawab terhadap strategi pengembangan bisnis, pencarian peluang pasar baru, serta penguatan hubungan dengan mitra strategis. CBDO ini menaungi dua sub divisi yaitu:

- a) Head of Customer Service, bertugas memimpin layanan pengguna, menangani keluhan, serta memastikan kepuasan pengguna agar loyalitas tetap terjaga
- b) Head of Marketing, bertugas Menyusun startegi pemasaran untuk meningkatkan visibilitas dan pertumbuhan pengguna. Sub divisi marketing ini dibagi menjadi:
 - Campaign Manager yang bertugas merancang dan melaksanakan kampanye pemasaran, baik online maupun offline, serta melakukan evaluasi hasilnya
 - Content Lead yang bertugas mengatur produksi konten promosi maupun edukatif yang sesuai dengan target pasar
 - Social Media Officer yang bertugas mengelola sosial media perusahaan, menjaga interaksi dengan audiens, serta meningkatkan engagement komunitas digital.

4. *Chief Finance Officer* (CFO)

CFO bertugas mengelola seluruh aspek keuangan, termasuk perancangan anggaran, pengelolaan arus kas, serta pelaporan keuangan perusahaan. CFO juga memastikan agar perusahaan mematuhi regulasi finansial yang berlaku. CFO ini langsung diawasi oleh bagian Finance Controller. Finance Controller bertugas mengawasi sistem pencatatan keuangan, membuat laporan keuangan, serta melakukan control internal terhadap penggunaan dana perusahaan.

5. *Head of Human Resource* (HR)

Bertugas memimpin manajemen sumber daya manusia, mulai dari rekrutmen, pelatihan, pengembangan karyawan, hingga pengelolaan hubungan kerja. Head of Human Resource ini membawagu HR Generalist yang bertugas menjalankan fungsi operasional HR, termasuk administrasi kepegawaian, pengelolaan payroll, pengembanagn kebijakan SDM, serta memastikan kepatuhan Buwhan Edu terhadap regulasi ketenagkerjaan.

2.6 Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini dilengkapi dengan identitas untuk mengetahui latar belakang responden sebagai sampel yang akan diteliti. Kriteria yang dibutuhkan dalam pencarian responden adalah siswa SMA/MA/SMK yang pernah menggunakan, membeli, serta mengambil keputusan pembelian paket belajar di Platform Buwhan Edu dalam kurun waktu 6 bulan terakhir hingga sekarang dan bersedia menjadi responden.

Responden mengisi kuesioner setelah dipilih dan dihubungi oleh peneliti melalui random picker setelah live class berlangsung. Peneliti mendapatkan identitas responden berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, asal kota, pendapatan per bulan atau uang bulanan, lama menggunakan Buwhan Edu, serta platform yang digunakan selain Buwhan Edu. Berikut adalah pengelompokan identitas responden penelitian ini:

2.6.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dipakai untuk memahami karakteristik responden yang terbagi menjadi laki-laki dan Perempuan. Berikut adalah tabel yang menunjukkan kategori responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	37	37
2	Perempuan	63	63
	Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden diisi oleh Perempuan yaitu sejumlah 63% dengan jumlah 63 responden. Adapun untuk jenis kelamin laki-laki, terdapat 37 orang dengan persentase 37% dari keseluruhan responden. Informasi ini menunjukkan klasifikasi jenis kelamin dapat mengevaluasi jenis aktivitas serta minat yang dimiliki pengguna.

2.6.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Sekolah

Identitas responden berdasarkan jenis sekolah dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu siswa SMA, siswa SMK, dan siswa MA. Tujuannya adalah untuk mengetahui perbedaan latar belakang sekolah responden pada tingkat Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA). Klasifikasi ini penting karena perbedaan jenis sekolah dapat memengaruhi kebutuhan

belajar, pola penggunaan platform edukasi, serta preferensi siswa dalam memilih layanan pembelajaran online seperti Buwhan Edu.

Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Sekolah

No	Jenis Sekolah	Jumlah	Persentase (%)
1	SMA	89	89
2	SMK	7	7
3	MA	4	4
	Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui mayoritas responden berasal dari tingkat sekolah menengah atas (SMA) yaitu sebanyak 89 responden dengan persentase 89%. Sementara itu sisanya berasal dari sekolah kejuruan (SMK) sebanyak 7% dan dari madrasah (MA) sebanyak 4%. Hal ini menunjukkan bahwa layanan Buwhan Edu paling banyak digunakan dari kalangan siswa SMA.

2.6.3 Identitas Responden Berdasarkan Asal Kota

Responden juga diidentifikasi berdasarkan asal kota atau kabupaten tempat mereka berdomisili. Data ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat kecenderungan tertentu terkait Lokasi tempat tinggal terhadap penggunaan platform belajar online. Informasi ini dapat memberikan gambaran mengenai jangkauan pasar serta potensi pengembangan wilayah target pengguna dimasa mendatang.

Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Asal Kota

No	Asal Kota	Jumlah	Persentase (%)
1	Bandung	8	8
2	Bekasi	7	7
3	Bogor	4	4
4	Bontang	1	1
5	Brebes	1	1
6	Cimahi	1	1
7	Cirebon	1	1
8	Depok	4	4
9	Gresik	1	1
10	Jakarta	10	10
11	Jember	1	1
12	Karanganyar	2	2
13	Makassar	1	1
14	Malang	17	17
15	Manado	1	1
16	Medan	2	2
17	Palangkaraya	1	1
18	Palembang	1	1
19	Semarang	5	5
20	Solo	2	2
21	Surabaya	16	16
22	Tangerang	4	4
23	Wonosobo	2	2
24	Yogyakarta	7	7
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwan persebaran kuesioner paling banyak terpilih dari provinsi Jawa Timur dengan Kota Malang paling banyak yaitu 17% disusul oleh Surabaya sebesar 16%, kemudian masing masing perwakilan kota terpilih satu responden yaitu dari Pulau Kalimantan, Sumatera, dan Sulawesi. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Buwhan Edu paling banyak berasal dari sekolah-sekolah yang berada di Pulau Jawa Khususnya Jawa Timur.

2.6.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan

Identitas ini mengacu pada pendapatan atau uang saku bulanan yang diterima siswa tingkat SLTA kelas akhir. Tujuannya adalah untuk mengukur kemampuan daya beli responden serta mengaitkannya dengan Keputusan mereka dalam berlangganan atau menggunakan layanan belajar online. Dengan mengetahui tingkat pendapatan atau uang saku per bulan, peneliti dapat menganalisis keterkaitan antara kondisi finansial siswa dengan Keputusan Pembelian paket belajar pada Buwhan Edu.

Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan/ uang bulanan

No	Pembelian Berlangganan	Jumlah	Persentase (%)
1	≤ Rp 500.000	22	22
2	Rp500.001 - 1.000.000	43	43
3	Rp. 1.000.001 - 1.500.000	22	22
4	Rp. 1.500.001- 2.000.000	11	11
5	> Rp 2.000.000	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat dilihat pendapatan atau uang saku siswa pengguna Buwhan Edu paling banyak dari range Rp500.001 - 1.000.000 sebanyak

43%, kemudian 22% dengan uang bulanan sebanyak Rp. 1.000.001 - 1.500.000 dan $\leq$ Rp 500.000. Pada tabel diatas, hanya 2% yang memiliki uang bulanan diatas 2 juta. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan keuangan pengguna Buwhan Edu masi bergantung kepada orang tua.

2.6.5 Identitas Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

Kategorisasi responden dilakukan berdasarkan lama waktu mereka menggunakan platform Buwhan Edu. Kategori ini membantu peneliti memahami tingkat pengalaman pengguna, mulai dari pengguna baru hingga pengguna lama. Informasi ini berguna untuk mengevaluasi loyalitas pengguna, efektivitas layanan dalam jangka panjang, serta potensi peningkatan kepuasan dan retensi pengguna.

Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

No	Lama Penggunaan	Jumlah	Persentase (%)
1	$\leq$ 3 Bulan	22	22
2	3 Bulan - 6 Bulan	55	55
3	> 6 Bulan	23	23
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa kebanyakan responden menggunakan Buwhan Edu selama 3 bulan hingga 6 bulan. Sementara itu, 22% menggunakan dalam kurun waktu $\leq$ 3 Bulan, dan sebanyak 23% pengguna yang telah menggunakan paket lebih dari 6 bulan.

2.6.6 Identitas Responden Berdasarkan Platform Belajar yang Digunakan

Selain Buwhan Edu, responden dapat menggunakan platform pembelajaran online lain. Oleh karena itu, identitas ini dikategorikan berdasarkan platform belajar lain yang digunakan siswa. Tujuannya adalah untuk mengetahui pola perilaku pengguna dalam memilih layanan edukasi digital, mengidentifikasi pesaing utama Buwhan Edu, serta menganalisis faktor pembanding yang mungkin memengaruhi keputusan responden dalam memilih platform tertentu.

Tabel 2. 6 Identittas Responden Berdasarkan Platform Belajar yang Digunakan

No	Lama Penggunaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Hanya Buwhan Edu	11	11
2	Ruang Guru	40	40
3	Zenius	28	28
4	Pahamify	17	17
5	Lain-lain (Sainsin, Analytica, & Quipper)	4	4
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa kebanyakan pengguna Buwhan Edu juga menggunakan aplikais platform belajar lainnya seperti Ruang Guru yaitu sebanyak 40%, Zenius sebanyak 28%, Pahamify sebanyak 17%, dan platform lainnya sebanyak 4%