

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Manajemen Sumber Daya Manusia	2
1.3. Program <i>Making Indonesia 4.0</i>	5
1.4. Kebutuhan Sumber Daya Manusia Masa Kini	6
1.5. Teknologi Rekrutmen Pekerja	9
1.6. Teknologi <i>Blockchain</i>	12
1.7. Rumusan Masalah	14
1.8. Pertanyaan Penelitian	17
1.9. Tujuan Penelitian	17
1.10. Manfaat Penelitian	18
1.11. Lingkup Penelitian	18
BAB II Kerangka Teori	20

2.1.	Konsep <i>Human Capital</i>	20
2.2.	Perkembangan Teknologi Dalam Manajemen SDM.....	24
2.2.1.	Peran Teknologi pada Manajemen SDM	26
2.2.2.	Dampak Penggunaan Teknologi pada Manajemen SDM	31
2.3.	Aplikasi Terdesentralisasi	33
2.3.1.	Kelebihan <i>Blockchain</i>	35
2.3.2.	Jenis <i>Blockchain</i>	36
2.3.3.	Komponen <i>Blockchain</i>	38
2.3.4.	Model Kerja <i>Blockchain</i>	41
2.4.	Penerapan Teknologi <i>Blockchain</i> pada Manajemen SDM.....	44
2.5.	Model Bisnis.....	46
2.6.	Technology Acceptance Model (TAM)	48
2.7.	Penelitian Kualitatif.....	49
2.7.1.	Pengambilan Sampel.....	50
2.7.2.	Teknik Wawancara.....	51
BAB III Metode Penelitian		53
3.1.	Desain Penelitian	53
3.2.	Objek Penelitian	55
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.	Metode Analisis.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN FORMULASI MODEL BISNIS		57
4.1.	Hasil Wawancara.....	57
4.1.1.	Hasil Wawancara Asosiasi Forum HR Indonesia	58
4.1.2.	Hasil Wawancara Staf Perekrutan.....	62
4.1.3.	Wawancara Siswa dan Alumni SMK.....	65

4.1.4.	Hasil Wawancara Perwakilan Balai Latihan Kerja.....	69
4.1.5.	Hasil Wawancara Asosiasi <i>Blockchain</i> Indonesia	72
4.2.	Analisis Hasil Wawancara.....	75
4.3.	Ringkasan Eksekutif.....	81
4.4.	Deskripsi Inovasi / Produk	82
4.4.1.	Kegunaan.....	85
4.4.2.	Keunggulan Inovasi / Produk.....	86
4.4.3.	Keunggulan dan Kelemahan Produk Kompetitor	87
4.4.4.	Cara Kerja Platform	89
4.5.	Kanvas Model Bisnis.....	92
4.5.1.	Segmen Pelanggan	92
4.5.2.	Nilai Proposisi.....	93
4.5.3.	Saluran Penjualan.....	93
4.5.4.	Hubungan Pelanggan	95
4.5.5.	Sumber Pendapatan.....	96
4.5.6.	Sumber Daya Utama	96
4.5.7.	Aktivitas Kunci	97
4.5.8.	Mitra Kunci	97
4.5.9.	Struktur Biaya	98
4.6.	Rencana Pengembangan Produk	98
4.6.1.	Aktivitas Persiapan.....	99
4.6.2.	Aktivitas Pengembangan Platform.....	99
4.6.3.	Peluncuran dan Pemasaran Platform.....	100
4.7.	Rencana Pemasaran	100
4.7.1.	Analisis Ukuran Pasar	101

4.7.2.	Analisis STP.....	102
4.7.3.	Go-To-market Strategy	105
4.8.	Analisis Technology Acceptance Model (TAM)	109
4.8.1.	Tampilan <i>Platform</i> SMK Kerja.....	109
4.8.2.	Instrumen Kuisisioner	119
4.8.3.	Analisis Hasil Kelayakan Platform SMK Kerja.....	122
4.9.	Analisis Keuangan.....	127
4.9.1.	Kebutuhan Investasi	127
4.9.2.	Harga Jual.....	128
4.9.3.	Perkiraan Penjualan.....	131
4.9.4.	Uji Kelayakan.....	133
4.10.	Rencana Pengembangan	137
4.11.	Strategi Keluar	142
BAB V SIMPULAN DAN RENCANA AKSI.....		144
5.1.	Simpulan.....	144
5.2.	Rencana Aksi.....	146
5.2.1.	Aktivitas Persiapan.....	147
5.2.2.	Aktivitas Pengembangan Platform.....	148
5.2.3.	Peluncuran dan Pemasaran Platform.....	148
5.2.4.	Ukuran Kinerja.....	149
5.3.	Dampak Penelitian	149
5.4.	Keterbatasan Penelitian dan Saran	151
DAFTAR PUSTAKA		153
LAMPIRAN		160