

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Abad ke-21 ditandai oleh percepatan transformasi digital yang mencakup hampir seluruh sektor kehidupan, termasuk sektor keuangan dan investasi. Revolusi industri 4.0 telah mendorong pergeseran paradigma dari model bisnis konvensional menuju ekosistem digital yang berbasis data, platform, dan konektivitas. Fenomena ini bukan sekadar perubahan teknologi, melainkan juga perubahan mendasar dalam cara organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai *value creation, delivery, and capture* (Garcia Altafin et al., 2025). Dalam konteks ini, digitalisasi menjadi pendorong utama transformasi disruptif di dunia wirausaha dan bisnis, karena teknologi digital kini telah meresap ke seluruh aspek kehidupan dan menjadi aset kompetitif bagi organisasi (Garcia Altafin et al., 2025). Oleh karena itu perubahan ini memaksa setiap pelaku industri, termasuk industri keuangan, untuk secara aktif memikirkan ulang model bisnis mereka agar tetap relevan dan kompetitif di era digital.

Sektor keuangan merupakan salah satu sektor yang paling terdampak oleh gelombang transformasi digital. Kemunculan *financial technology* (fintech) telah membuka peluang baru sekaligus menghadirkan tantangan bagi lembaga keuangan tradisional. Fintech didefinisikan sebagai kombinasi teknologi dan keuangan yang memungkinkan terciptanya layanan keuangan yang lebih baik dan lebih mudah

diakses (Nainggolan et al., 2023). Layanan fintech mencakup berbagai bidang, mulai dari *bank tech*, *insurance tech*, *regulatory tech*, hingga *wealth tech* yang di dalamnya termasuk layanan investasi berbasis digital (Nainggolan et al., 2023). Perkembangan fintech yang pesat ini didukung oleh meningkatnya penetrasi perangkat *mobile*, yang memungkinkan pengguna untuk mengakses rekening bank, melakukan transfer, pembayaran, serta mengelola portofolio investasi kapan saja dan di mana saja.

Transformasi digital dalam industri pasar modal tercermin secara nyata dan terukur melalui data resmi pertumbuhan jumlah investor di Indonesia yang terus mencatatkan rekor baru dari tahun ke tahun. Berdasarkan Statistik Pasar Modal Indonesia yang dirilis oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (2026), total investor pasar modal yang terdaftar melalui Single Investor Identification (SID) telah mencapai 24.744.221 per akhir Maret 2026, atau meningkat sebesar 7,73% dibandingkan bulan sebelumnya. Pencapaian ini menjadi tonggak penting, mengingat dalam kurun waktu tiga tahun terakhir pertumbuhan investor menunjukkan tren eksponensial, dari 12.168.061 SID pada tahun 2023, meningkat menjadi 14.871.639 SID pada 2024, kemudian melonjak hingga 20.347.147 SID pada akhir 2025, dan akhirnya menembus angka 24,7 juta pada Maret 2026. Secara lebih rinci, jumlah investor saham dan instrumen efek lainnya tercatat sebesar 9.363.852 SID pada Maret 2026, meningkat dari 6.381.444 SID pada tahun 2024. Sementara itu, jumlah investor reksa dana yang mayoritas bertransaksi melalui platform digital mencapai 23.497.884 SID, dengan pertumbuhan bulanan sebesar 8,14% pada periode yang sama. Pesatnya peningkatan ini tidak terlepas dari peran

platform investasi digital yang semakin mempermudah akses masyarakat, di mana pembukaan rekening efek dan aktivitas investasi kini dapat dilakukan hanya melalui smartphone dalam waktu singkat tanpa perlu datang langsung ke kantor sekuritas. Berdasarkan data statistik KSEI (2026), berikut disajikan data pertumbuhan jumlah investor berdasarkan kelas aset pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 1
Jumlah Investor Berdasarkan Kelas Aset (Tren 2023–Maret 2026)

Kelas Aset	2023	2024	2025	Jan-2026	Feb-2026	Mar-2026
Pasar Modal	12.168.061	14.871.639	20.347.147	21.066.415	22.968.662	24.744.221
Reksa Dana	11.416.711	14.033.037	19.192.846	19.840.132	21.730.078	23.497.884
Saham & Efek Lainnya	5.255.571	6.381.444	8.604.177	8.997.986	9.195.766	9.363.852
SBN	1.002.727	1.198.821	1.412.255	1.436.556	1.436.556	1.478.277

Sumber: KSEI Data Statistics, Diolah Peneliti April 2026

Dalam tabel 1.1 di atas menggambarkan tren pertumbuhan pesat jumlah investor ritel di Indonesia berdasarkan kelas aset selama periode 2023 hingga Maret 2026, yang menunjukkan akselerasi signifikan adopsi investasi digital melalui platform seperti M Stock Mirae Asset. Data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat Pasar Modal mengalami peningkatan tertinggi sebesar +103,24% dari 12,17 juta menjadi 24,74 juta Single Investor Identification (SID), dengan pertumbuhan tahunan rata-rata 37% pada 2025 yang mencerminkan dominasi ritel digital melalui aplikasi mobile (Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2026). Tren ini selaras dengan perkembangan platform investasi berbasis aplikasi yang menawarkan kemudahan akses dan analisis *real-time*, menjadi pendorong utama *customer acquisition* di kalangan investor pemula.

Fenomena pertumbuhan investor yang masif tersebut tidak terlepas dari perubahan profil demografis investor Indonesia. Data KSEI per Maret 2026 mengungkapkan fakta yang sangat signifikan: 54,71% investor pasar modal Indonesia berusia 30 tahun ke bawah, menjadikan generasi muda sebagai segmen dominan dalam ekosistem investasi nasional (KSEI, 2026). Fakta ini memiliki implikasi strategis yang mendalam bagi platform investasi digital seperti M Stock, karena generasi muda yang merupakan *digital native* memiliki preferensi, ekspektasi, dan perilaku adopsi teknologi yang berbeda secara fundamental dibandingkan generasi sebelumnya. Selain itu, investor individu mendominasi komposisi investor pasar modal dengan proporsi 99,77% dari total investor, sementara investor institusi hanya mencakup 0,23% (KSEI, 2026).

Tabel 1. 2
Profil Demografis Investor Individu Pasar Modal Indonesia (Per Maret 2026)

Kelompok Usia	Proporsi (Feb-26)	Proporsi (Mar-26)	Nilai Aset C-BEST (Mar-26)	Nilai Aset S-INVEST (Mar-26)
≤30 tahun	54,69%	54,71%	Rp49,07 T	Rp21,75 T
31–40 tahun	24,62%	24,57%	Rp213,85 T	Rp37,03 T
41–50 tahun	12,31%	12,39%	Rp196,78 T	Rp47,62 T
51–60 tahun	5,58%	5,56%	Rp302,03 T	Rp62,45 T
>60 tahun	2,80%	2,77%	Rp828,92 T	Rp107,49 T

Sumber: KSEI Data Statistics, Diolah Peneliti April 2026

Berdasarkan data distribusi usia dan nilai aset tersebut, terlihat bahwa meskipun kelompok investor berusia ≤30 tahun mendominasi dari sisi jumlah, kontribusi nilai aset yang mereka miliki relatif lebih kecil dibandingkan kelompok usia yang lebih matang. Sebaliknya, investor pada kelompok usia di atas 40 tahun, khususnya >60 tahun, meskipun jumlahnya paling sedikit, justru menguasai porsi

aset terbesar dalam C-BEST maupun S-INVEST. Fenomena ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara kuantitas dan kapasitas finansial investor, di mana investor muda cenderung berada pada tahap awal akumulasi kekayaan, sementara investor senior memiliki daya investasi yang lebih besar. Implikasi strategis dari kondisi ini bagi platform investasi digital seperti M Stock adalah perlunya diferensiasi pendekatan dalam menciptakan *value proposition*, di mana strategi akuisisi pengguna dapat difokuskan pada generasi muda melalui kemudahan akses dan pengalaman digital, sedangkan strategi peningkatan *revenue* dapat diarahkan pada investor dengan kapasitas aset yang lebih tinggi melalui layanan yang lebih komprehensif dan bernilai tambah.

Secara geografis, distribusi investor pasar modal di Indonesia masih menunjukkan tingkat konsentrasi yang tinggi di Pulau Jawa. Berdasarkan data KSEI per Maret 2026, sebesar 66,78% investor tercatat berdomisili di wilayah Jawa, dengan total nilai aset C-BEST mencapai Rp5.171,23 triliun atau 94,88% dari keseluruhan, serta aset S-INVEST sebesar Rp621,60 triliun atau 90,99% (KSEI, 2026). Dalam kerangka penelitian ini, dominasi investor di Pulau Jawa termasuk kota Bandung sebagai salah satu pusat ekonomi utama di Jawa Barat, menunjukkan signifikansi strategis dalam pemilihan objek penelitian, yaitu platform M Stock milik Mirae Asset Sekuritas Bandung. Kota Bandung, yang merupakan bagian dari wilayah dengan kontribusi investor terbesar secara nasional, merepresentasikan pasar yang potensial dan strategis bagi pengembangan basis pelanggan platform sekuritas berbasis digital.

Tabel 1. 3
Sebaran Investor Domestik Berdasarkan Wilayah (Per Maret 2026)

No.	Wilayah	Proporsi Investor	Nilai Aset C-BEST	%thd Total	Nilai Aset S-INVEST	% thd Total
1	Jawa	66,78%	Rp5.171,23T	94,88%	Rp621,60T	90,99%
2	Sumatra	17,94%	Rp112,60T	2,07%	Rp30,67T	4,49%
3	Sulawesi	5,49%	Rp16,78T	0,31%	Rp7,62T	1,12%
4	Kalimantan	5,32%	Rp126,30T	2,35%	Rp11,98T	1,77%
5	Bali, NTT, NTB	3,50%	Rp17,68T	0,32%	Rp9,65T	1,41%
6	Maluku & Papua	0,97%	Rp3,94T	0,07%	Rp1,51T	0,22%
	TOTAL	100%	Rp5.448,53T	100%	Rp682,43T	100%

Sumber: KSEI Data Statistics, Diolah Peneliti April 2026

Data sebaran investor berdasarkan wilayah pada Tabel 1.3 di atas secara tegas menegaskan posisi Pulau Jawa sebagai episentrum pasar modal Indonesia yang tidak tertandingi. Di sisi lain, wilayah di luar Jawa seperti Sumatra, Kalimantan, serta kawasan Indonesia Timur, meskipun memiliki kontribusi yang relatif signifikan dalam jumlah investor, masih menunjukkan proporsi kepemilikan aset yang lebih rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas investasi dengan nilai ekonomi yang tinggi masih terkonsentrasi di Pulau Jawa. Dengan demikian, ketimpangan ini bukan sekadar fenomena distribusi geografis biasa, melainkan mencerminkan realita bahwa ekosistem keuangan, infrastruktur digital, dan budaya investasi di Pulau Jawa telah berkembang jauh melampaui wilayah lainnya di Indonesia.

Pasar modal Indonesia mengalami transformasi yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama didorong oleh akselerasi digitalisasi layanan keuangan yang memungkinkan semakin banyak investor ritel untuk berpartisipasi

aktif dalam transaksi efek. Salah satu instrumen yang menunjukkan pertumbuhan paling dinamis adalah *structured warrant*, yakni produk efek derivatif yang memberikan hak kepada pemegangnya untuk membeli atau menjual aset *underlying* pada harga dan waktu tertentu. Tabel 1.4 berikut menyajikan data peringkat tujuh perusahaan sekuritas teratas berdasarkan aktivitas perdagangan *structured warrant* di Bursa Efek Indonesia pada periode Maret 2026.

Tabel 1. 4
Peringkat Perusahaan Sekuritas Berdasarkan Aktivitas Perdagangan
Structured Warrant di Bursa Efek Indonesia (Maret 2026)

Kode Broker	Perusahaan	Total Volume (Lembar)	Total Nilai (Rp)	Total Frekuensi	Beli (Frek.)	Jual (Frek.)
XL	Stockbit Sekuritas	28.992.169.700	338.129.408.900	676.436	372.311	304.125
ZP	Maybank Sekuritas	5.453.090.700	176.388.805.400	51.100	17.184	33.916
BQ	Korea Investment and Sekuritas	10.408.775.900	160.423.972.500	82.408	37.126	45.282
HD	KGI Sekuritas	4.484.120.300	78.487.755.100	37.734	11.461	26.273
YP	Mirae Asset Sekuritas	3.437.026.900	68.419.646.800	64.316	34.640	29.676
DR	RHB Sekuritas	3.712.202.300	55.109.479.900	51.579	13.597	37.982
CC	Mandiri Sekuritas	2.188.276.800	44.578.380.200	25.223	13.535	11.688

Sumber: Bursa Efek Indonesia, Diolah Peneliti April 2026

Tabel 1.4 di atas menyajikan perbandingan aktivitas perdagangan *structured warrant* tujuh perusahaan sekuritas teratas di Bursa Efek Indonesia pada Maret 2026, yang diukur berdasarkan tiga indikator utama: volume transaksi, nilai transaksi, dan frekuensi transaksi. Data ini merepresentasikan satu segmen produk spesifik, sehingga tidak dapat digunakan sebagai proksi tunggal untuk menilai posisi kompetitif keseluruhan platform M Stock. Meskipun demikian, data ini tetap

memiliki nilai analitis sebagai salah satu indikator aktivitas perdagangan yang mencerminkan tingkat keterlibatan pengguna pada segmen instrumen derivatif.

Berdasarkan data tersebut, posisi kelima Mirae Asset Sekuritas (YP) dengan frekuensi transaksi 64.316 kali melampaui RHB Sekuritas (51.579 kali) dan Mandiri Sekuritas (25.223 kali), namun masih jauh di bawah pemimpin pasar Stockbit Sekuritas (676.436 kali) menunjukkan karakteristik kompetitif yang kompleks. Disparitas sekitar 10,5 kali lipat antara Mirae Asset dan Stockbit mencerminkan fenomena *winner takes most dynamics* yang lazim pada industri platform digital, di mana platform dengan basis pengguna terbesar cenderung memperluas keunggulannya melalui penguatan *network effects* (Fischer, 2021). Namun jika dilihat dari frekuensi transaksi, Mirae Asset justru menempati posisi ketiga (64.316 kali), melampaui Korea Investment, RHB, dan Maybank. Kondisi ini menjadi landasan empiris yang relevan untuk mengkaji strategi *customer acquisition* dan *revenue stream* Mirae Asset secara lebih mendalam melalui kerangka DBMC.

Rasio frekuensi transaksi beli terhadap jual pada Mirae Asset Sekuritas menunjukkan perbandingan sebesar 34.640 transaksi beli dan 29.676 transaksi jual. Kondisi *net buying* yang positif ini mengindikasikan adanya akumulasi aset secara aktif oleh nasabah melalui platform M Stock di tengah dinamika pasar. Dalam perspektif *Digital Business Model Canvas* (DBMC), pola ini menunjukkan bahwa strategi *customer acquisition* yang dijalankan tidak hanya berfokus pada kuantitas pengguna terdaftar, tetapi berhasil menarik segmen investor yang aktif bertransaksi. Meskipun aktivitas beli ini dapat dipengaruhi oleh sentimen pasar eksternal,

konsistensi aktivitas transaksi pada platform tersebut memberikan dasar bagi peneliti untuk mengeksplorasi lebih lanjut peran strategi *onboarding* dan edukasi sistematis (Fischer, 2021) dalam memfasilitasi kesiapan nasabah untuk mengambil posisi pada instrumen kompleks seperti *structured warrant*. Dengan demikian, daya saing Mirae Asset dianalisis bukan hanya dari volume kumulatif, melainkan dari kualitas keterlibatan (*engagement*) nasabah yang tercermin dalam aktivitas transaksi mereka di platform.

Dalam lanskap yang dinamis ini, PT Mirae Asset Sekuritas Indonesia hadir sebagai salah satu katalis transformasi investasi digital melalui pengembangan platform M Stock. Sebagai institusi yang beroperasi di pusat ekonomi Jawa Barat, kantor cabang Mirae Asset Sekuritas Bandung merepresentasikan titik strategis dalam mengamati perilaku investor ritel yang terkonsentrasi di wilayah dengan kontribusi pasar modal tertinggi nasional. Kehadiran M Stock bukan sekadar pemenuhan kebutuhan atas akses transaksi efek, melainkan bentuk respons organisasi dalam mendesain ulang model bisnis agar tetap relevan di tengah perubahan perilaku konsumen yang menuntut kecepatan, kemudahan, dan pengalaman investasi berbasis teknologi. Oleh karena itu, analisis mendalam terhadap penerapan *Digital Business Model Canvas* pada platform M Stock menjadi krusial guna memahami bagaimana perusahaan menavigasi kompleksitas digitalisasi pasar modal sekaligus menjaga keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang semakin terkonsolidasi.

Meskipun M Stock merupakan salah satu platform investasi digital yang beroperasi di Indonesia dan secara aktif bersaing dalam pasar *retail brokerage* yang

tengah tumbuh pesat, tidak satu pun penelitian akademik yang terdaftar dalam literatur yang ada pernah menjadikan platform M Stock Mirae Asset Sekuritas sebagai objek kajian utama. Kondisi ini menciptakan kekosongan empiris yang substansial, terutama mengingat posisi kompetitif Mirae Asset yang unik, berada di peringkat kelima dalam frekuensi transaksi *structured warrant* (BEI, Maret 2026), namun menunjukkan karakteristik keterlibatan nasabah yang aktif (*active user engagement*) melalui pola *net buying* yang positif. Keunikan posisi ini di mana platform memiliki basis pengguna dengan intensitas transaksi tinggi di tengah persaingan ketat dengan pemimpin pasar merupakan fenomena strategis yang memerlukan kajian mendalam mengenai bagaimana mekanisme *customer acquisition* dan *onboarding* digital berperan dalam memfasilitasi aktivitas investasi tersebut. Penelitian ini berkontribusi langsung dalam mengisi kekosongan ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Bachmann et al. (2025) dan Altafin et al. (2025) telah memberikan sumbangan teoritis yang berharga melalui pengembangan kerangka *Digital Business Model Canvas*, namun keduanya bersifat konseptual dan tidak menghasilkan temuan berbasis data empiris dari lapangan. Penelitian Wijaya et al. (2022) dan Suherman et al. (2024) mengkaji *customer acquisition* pada platform trading digital, namun tanpa mengintegrasikannya dalam kerangka DBMC dan tanpa analisis *revenue stream*. Sementara itu, Kurniawan et al. (2021) dan Farida et al. (2023) yang menggunakan BMC sebagai kerangka analisis tidak menyentuh konteks industri sekuritas atau pasar modal. Tidak satu pun penelitian yang ada secara spesifik mengkaji implementasi DBMC pada platform M Stock Mirae Asset Sekuritas dalam konteks dinamika industri pasar modal digital

Indonesia terkini. Oleh karena itu, penelitian ini diposisikan untuk mengisi kekosongan yang belum tertangani tersebut.

Secara keseluruhan, data Tabel 1.4 memberikan landasan empiris yang kuat untuk menganalisis DBMC Mirae Asset Sekuritas secara kritis. Posisi kelima dengan frekuensi transaksi yang aktif namun nilai yang relatif modest menunjukkan bahwa Mirae Asset memiliki basis pengguna yang cukup *engaged*, namun rata-rata nilai investasi per nasabah masih perlu ditingkatkan. Implikasi praktisnya adalah perlunya optimalisasi strategi *customer acquisition* yang tidak hanya berfokus pada pertumbuhan jumlah pengguna baru, tetapi juga pada peningkatan kualitas nasabah yakni investor dengan kapasitas modal lebih besar dan intensitas transaksi lebih tinggi sebagai fondasi pengembangan *revenue stream* yang lebih berkelanjutan (Fischer, 2021).

Untuk memperoleh gambaran awal mengenai permasalahan yang diteliti, peneliti melakukan wawancara pendahuluan dengan Bapak Ivan, selaku *Investment Specialist* PT Mirae Asset Sekuritas Indonesia Cabang Bandung. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diperoleh informasi bahwa perkembangan industri investasi digital yang semakin pesat telah meningkatkan tingkat persaingan antar perusahaan sekuritas dalam memperoleh dan mempertahankan nasabah. Narasumber menjelaskan bahwa perusahaan terus berupaya mengembangkan berbagai strategi digital untuk meningkatkan jumlah investor aktif melalui platform M Stock, baik melalui edukasi investasi, pengembangan fitur aplikasi, maupun penyederhanaan proses pembukaan rekening secara digital. Menurut narasumber, tantangan utama yang dihadapi perusahaan saat ini tidak hanya terletak pada peningkatan jumlah

pengguna baru, tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam mendorong pengguna untuk menjadi investor aktif yang melakukan transaksi secara berkelanjutan. Sebagaimana disampaikan oleh narasumber:

"Tantangan kami bukan hanya memperoleh nasabah baru, tetapi bagaimana nasabah tersebut dapat menjadi investor aktif yang memanfaatkan berbagai fitur dan layanan yang tersedia pada platform M Stock."

Selain itu, narasumber juga menyampaikan bahwa optimalisasi sumber pendapatan perusahaan menjadi salah satu fokus penting dalam menghadapi dinamika industri sekuritas digital. Perusahaan perlu terus berinovasi dalam menciptakan nilai tambah bagi nasabah agar aktivitas transaksi dan penggunaan layanan digital dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan bisnis perusahaan. Terkait hal tersebut, narasumber menyatakan:

"Kami terus melakukan pengembangan layanan dan fitur digital agar dapat memberikan pengalaman investasi yang lebih baik bagi nasabah. Dengan meningkatnya aktivitas pengguna, perusahaan berharap dapat menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif."

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan tersebut, dapat disimpulkan bahwa aspek *revenue stream* dan *customer acquisition* menjadi isu strategis yang perlu mendapat perhatian dalam pengembangan model bisnis digital M Stock. Guna memperkuat temuan tersebut, peneliti selanjutnya melakukan observasi terhadap ulasan pengguna aplikasi M Stock Mirae Asset Sekuritas pada Google Play Store. Berdasarkan hasil observasi tersebut, ditemukan beberapa keluhan pengguna yang berkaitan dengan aspek fungsionalitas platform, pengalaman pengguna dalam proses transaksi, serta fitur-fitur yang memengaruhi kepuasan dan retensi nasabah

sebagai bagian dari *customer acquisition* dalam kerangka *Digital Business Model Canvas*.

Tabel 1. 5
Data Persepsi Pengguna Aplikasi M Stock pada Google Play Store

INDIKATOR	NILAI	KETERANGAN
Rating Aplikasi	3,2 dari 5,0	Skala bintang 1-5 pada Google Play Store
Jumlah Ulasan	± 1.430 ulasan	Ditampilkan Google Play sebagai “1,43 RB ulasan”
Jumlah Unduhan	> 100.000 unduhan	Kategori agregat “100 RB+” pada Google Play
Pembaruan Terakhir	Juni 2026	Versi aplikasi yang dinilai pengguna

Sumber: Google Play Store, Diolah Peneliti Juni 2026

Berdasarkan Tabel 1.5 menunjukkan bahwa aplikasi M Stock memperoleh rating 3,2 dari skala 5,0 berdasarkan akumulasi sekitar 1.430 ulasan pengguna pada Google Play Store per tanggal akses 30 Juni 2026, dengan jumlah unduhan pada kategori agregat di atas 100.000. Rating tersebut tergolong moderat-rendah dibandingkan rentang ideal rating aplikasi finansial yang umumnya berada di atas 4,0, dan beberapa ulasan pengguna yang teridentifikasi mengeluhkan kendala teknis seperti akses fitur grafik (*charting*), serta ketidakpuasan sebagian pengguna terhadap penggunaan layanan grafik pihak ketiga dibandingkan fitur grafik yang terintegrasi secara langsung dalam aplikasi. Meskipun demikian, data yang tersaji pada Tabel 1.5 perlu diinterpretasikan secara hati-hati dan tidak dapat digeneralisasi sebagai representasi kinerja platform M Stock secara menyeluruh, mengingat rating dan ulasan pada Google Play Store hanya mencerminkan persepsi sebagian kecil pengguna yang secara sukarela memberikan penilaian (*self-selected sample*), umumnya didominasi oleh pengguna dengan pengalaman negatif yang ekstrem,

serta hanya mencakup pengguna platform Android tanpa merepresentasikan pengguna iOS maupun pengguna versi web/desktop M Stock. Oleh karena itu, informasi ini digunakan sebagai data pendukung yang bersifat indikatif dan kontekstual dalam menganalisis aspek *customer acquisition* pada kerangka *Digital Business Model Canvas* (DBMC), bukan sebagai indikator utama dalam menilai keseluruhan performa platform.

Tabel 1. 6
Research Gap Penelitian

Penelitian	Fokus Kajian	Celah Penelitian (<i>Research Gap</i>)
Bachmann et al. (2025)	Pengembangan kerangka <i>Digital Business Model Canvas</i> (DBMC) dengan 18 elemen	Bersifat konseptual, belum diuji secara empiris pada industri spesifik seperti sekuritas
Altafin et al. (2025)	Pengembangan DBMC dengan komponen baru (<i>early adopters, pricing, investment sources</i>) pada startup digital	Studi kasus pada <i>startup digital</i> luar negeri, belum spesifik pada industri sekuritas/pasar modal
Nainggolan & Handayani (2023)	Faktor yang memengaruhi niat individu menggunakan platform investasi pasar modal <i>online</i>	Berfokus pada perilaku individu pengguna, belum mengintegrasikan analisis DBMC secara menyeluruh maupun <i>revenue stream</i>
Zhuoning Zhang dan Zhongsheng Hua (2025)	<i>Revenue stream</i> pada platform video <i>online</i> (model <i>subscription</i> vs <i>mixed</i>)	Fokus murni pada <i>revenue stream</i> lewat pemodelan ekonomi, tidak menyentuh <i>customer acquisition</i> maupun kerangka DBMC secara utuh
Fakieh, Al-Ghamdi, & Ragab (2022)	9 elemen BMC pada UKM <i>e-commerce</i> , termasuk <i>revenue streams</i> (dicatat sebagai elemen masih lemah)	Menyebut <i>revenue stream</i> sebagai elemen yang kurang dipahami UKM, tapi kuantitatif-survei, tidak ada <i>customer acquisition</i> dan bukan sektor keuangan

Sumber: Diolah Peneliti Agustus 2026

Berdasarkan Tabel 1.6 tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian terdahulu cenderung terbagi ke dalam tiga kecenderungan utama. Pertama, penelitian yang mengembangkan kerangka DBMC secara konseptual

namun belum diuji secara empiris pada industri tertentu (Bachmann et al., 2025; Altafin et al., 2025). Kedua, penelitian yang mengkaji salah satu elemen DBMC secara terpisah dan belum mengintegrasikannya secara utuh: Nainggolan & Handayani (2023) berfokus pada perilaku individu pengguna platform investasi tanpa menyentuh struktur model bisnis, Zhang & Hua (2025) mengkaji *revenue stream* secara mendalam melalui pemodelan ekonomi pada platform video *online* namun tanpa mengaitkannya dengan *customer acquisition* maupun kerangka DBMC secara menyeluruh, sementara Fakieh, Al-Ghamdi, & Ragab (2022) mencatat *revenue streams* sebagai elemen BMC yang masih lemah dipahami oleh UKM *e-commerce*, tetapi menggunakan pendekatan survei-kuantitatif dan tidak menjangkau sektor keuangan maupun aspek *customer acquisition*. Ketiga, seluruh penelitian tersebut menunjukkan bahwa kajian terhadap *revenue stream* dan *customer acquisition* masih dilakukan secara parsial dan belum pernah diterapkan secara terintegrasi dalam kerangka DBMC pada konteks industri sekuritas digital di Indonesia. Celah inilah yang berupaya dijembatani oleh penelitian ini, yaitu dengan menganalisis secara spesifik dua elemen DBMC, yaitu *Revenue Stream* dan *Customer Acquisition* pada platform M Stock Mirae Asset Sekuritas.

Berdasarkan seluruh latar belakang yang telah diuraikan secara sistematis dari fenomena yang terjadi pada platform M Stock hingga konteks transformasi digital yang lebih luas, penelitian yang berjudul **"ANALISIS *DIGITAL BUSINESS MODEL CANVAS*: KAJIAN *REVENUE STREAM* DAN *CUSTOMER ACQUISITION* PADA PLATFORM M STOCK MIRAE ASSET SEKURITAS (Studi pada Mirae Asset Sekuritas Bandung)"** ini hadir sebagai

upaya untuk memahami secara mendalam efektivitas model bisnis platform saat ini, mengidentifikasi tantangan dalam perolehan serta retensi nasabah, serta merumuskan strategi pengembangan yang berbasis pada optimalisasi arus pendapatan dan akuisisi pelanggan di pasar modal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya berkontribusi pada pengembangan keilmuan di bidang manajemen bisnis digital, tetapi juga dapat menjadi referensi praktis yang berharga bagi Mirae Asset Sekuritas maupun perusahaan sekuritas lainnya dalam merancang model bisnis yang adaptif dan berdaya saing tinggi di tengah kompetisi era digital yang semakin ketat.

1.2 Identifikasi Penelitian dan Rumusan Penelitian

Identifikasi dan rumusan penelitian dalam penelitian ini bertujuan untuk merumuskan serta menjelaskan permasalahan utama yang menjadi fokus kajian, sehingga dapat mempermudah proses penelitian dan analisis hasil. Penelitian ini menyoroti elemen-elemen *Digital Business Model Canvas* (DBMC) pada platform M Stock Mirae Asset Sekuritas Indonesia dalam menghadapi perkembangan digitalisasi industri pasar modal. Fokus penelitian diarahkan pada analisis *revenue stream* dan *customer acquisition* sebagai bagian dari DBMC untuk memahami bagaimana platform M Stock menciptakan sumber pendapatan serta memperoleh dan mempertahankan pelanggan melalui layanan berbasis digital.

1.2.1 Identifikasi Penelitian

Identifikasi masalah merupakan proses pengenalan dan penetapan berbagai permasalahan yang terdapat pada objek penelitian sebagai dasar dalam menentukan fokus, batasan, dan arah penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi sejumlah permasalahan yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini, antara lain:

1. Belum optimalnya integrasi elemen digital pada kerangka *Business Model Canvas* platform M Stock, sehingga mekanisme penciptaan nilai digital belum terpetakan secara komprehensif.
2. Adanya disparitas signifikan dalam volume transaksi *structured warrant* antara Mirae Asset dengan kompetitor utama, yang mengindikasikan adanya celah strategis dalam mekanisme *Customer Acquisition* dan konversi pengguna menjadi investor aktif.
3. Belum teridentifikasinya secara komprehensif faktor-faktor yang memengaruhi *Revenue Stream* dan *Customer Acquisition* pada platform M Stock, sehingga rekomendasi strategis berbasis kerangka DBMC belum dapat dirumuskan secara sistematis.

1.2.2 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan elemen *Revenue Stream* dalam kerangka *Digital Business Model Canvas* (DBMC) pada platform M Stock di era transformasi digital pasar modal Indonesia?
2. Bagaimana mekanisme *Customer Acquisition* melalui platform M Stock dalam menarik, memperoleh, mengonversi, dan mempertahankan investor ritel sebagai pengguna aktif?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis penerapan elemen *Revenue Stream* dalam kerangka *Digital Business Model Canvas* pada platform M Stock di era transformasi digital pasar modal Indonesia.
2. Menganalisis mekanisme *Customer Acquisition* yang diterapkan pada platform M Stock dalam menarik, memperoleh, mengonversi dan mempertahankan investor ritel.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat berguna secara teoritis maupun praktis, dan dapat memberikan manfaat serta dapat menjadi bahan kajian untuk dikembangkan dan diteliti lebih mendalam lagi bagi pihak yang berkepentingan, terutama yang berhubungan dengan analisis *Digital Business Model Canvas*, *Revenue Stream*, *Customer Acquisition*, dan platform investasi digital dalam konteks perkembangan industri sekuritas di era digital.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan teori dan ilmu pengetahuan serta dunia akademis terkait dengan manajemen bisnis digital, khususnya dalam hal penerapan kerangka *Digital Business Model Canvas* sebagai instrumen analisis strategis pada platform investasi digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai aplikasi teori *Revenue Stream* dan *Customer Acquisition* dalam konteks industri sekuritas berbasis teknologi digital, baik sebagai referensi teoritis bagi penelitian sejenis maupun sebagai landasan bagi penelitian lanjutan yang lebih mendalam.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan peneliti terkait penerapan *Digital Business Model Canvas* pada platform investasi digital, khususnya yang menyangkut analisis *Revenue Stream* dan *Customer Acquisition* pada platform M Stock Mirae Asset Sekuritas. Selain itu, penelitian ini menjadi wahana bagi peneliti untuk mengaplikasikan teori dan ilmu manajemen bisnis digital yang telah diperoleh selama masa studi ke dalam konteks permasalahan bisnis yang nyata dan aktual.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berharga dan rekomendasi strategis bagi PT Mirae Asset Sekuritas Indonesia, khususnya kantor cabang Bandung, dalam upaya mengoptimalkan model bisnis platform

M Stock secara lebih efektif dan efisien. Temuan penelitian ini diharapkan pula dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merancang kebijakan pengembangan *Revenue Stream* yang berkelanjutan serta strategi *Customer Acquisition* yang lebih adaptif dan kompetitif di tengah dinamika persaingan industri sekuritas digital yang terus berkembang.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi akademis yang relevan bagi peneliti selanjutnya yang bermaksud mengkaji topik serupa, yakni terkait *Digital Business Model Canvas*, *Revenue Stream*, maupun *Customer Acquisition* pada platform investasi atau bisnis digital lainnya. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan strategis bagi organisasi atau perusahaan lain yang bergerak di industri teknologi keuangan (*financial technology*) yang menghadapi tantangan dan permasalahan serupa dalam pengembangan model bisnisnya.