

TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS TENTANG MODEL BISNIS BERBASIS PLATFORM DALAM EKONOMI DIGITAL: ARSITEKTUR, PENCIPTAAN NILAI, DAN EFEK JEJARING

Muhammad Yusril Haffandi, Jhon Veri

Magister Teknik Informatika, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang
Jl. Raya Lubuk Begalung Padang, Indonesia
myusrilhaffandi@gmail.com

ABSTRAK

Model bisnis berbasis platform telah menjadi kerangka utama dalam transformasi ekonomi digital global karena kemampuannya menghubungkan berbagai aktor dalam ekosistem digital melalui infrastruktur terbuka dan skalabel. Namun, pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana arsitektur bisnis ini dibangun, bagaimana nilai diciptakan, serta bagaimana efek jejaring dikelola masih tersebar dalam berbagai publikasi ilmiah yang belum tersintesis secara sistematis. Penelitian ini bertujuan melakukan tinjauan literatur sistematis terhadap model bisnis platform berbasis digital dengan fokus pada tiga aspek utama, yaitu arsitektur bisnis, penciptaan nilai (value creation), dan efek jejaring (network effects). Metode yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* (SLR) berbasis panduan PRISMA, dengan pengumpulan data dari database Scopus dan Google Scholar pada rentang tahun 2019–2025. Pencarian literatur dilakukan menggunakan perangkat lunak Publish or Perish dan menghasilkan 444 artikel. Setelah melalui proses penyaringan berbasis kriteria inklusi dan eksklusi, sebanyak 428 artikel dikaji lebih lanjut. Hasil analisis tematik menunjukkan bahwa keberhasilan model bisnis platform dipengaruhi oleh struktur modular terbuka, strategi kolaboratif dalam penciptaan nilai, serta pengelolaan efek jejaring yang tepat. Studi ini memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan skema bisnis digital yang berkelanjutan.

Kata kunci : Model Bisnis Platform, Ekonomi Digital, Arsitektur Bisnis, Penciptaan Nilai, Efek Jejaring, PRISMA

1. PENDAHULUAN

Dalam konteks Indonesia, pemahaman mendalam terhadap struktur dan pola kerja platform digital menjadi penting, tidak hanya bagi pengembang teknologi, tetapi juga bagi pembuat kebijakan dan pelaku usaha lokal dalam menyusun strategi yang adaptif di tengah disrupsi digital global.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam cara organisasi menciptakan, mengantarkan, dan menangkap nilai. Studi oleh Nurrahman, *et al.* [1] menyatakan bahwa *digital disruption* telah mengubah model bisnis tradisional menjadi bentuk digital yang lebih adaptif. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah munculnya model bisnis berbasis platform (*platform-based business models*), yang kini menjadi kerangka utama dalam berbagai sektor industri digital seperti e-commerce, transportasi daring, layanan keuangan digital, hingga media sosial.

Model ini memfasilitasi interaksi dan pertukaran nilai antara dua atau lebih kelompok pengguna, Nurrahman [1] menggarisbawahi bahwa platform digital bertindak sebagai penyedia tempat dan mediator pertukaran nilai yang praktis dan mudah diakses. Lebih lanjut, Fauziah, *et al.* [2] menunjukkan bahwa situs jejaring sosial mengumpulkan pengguna dalam jejaring besar yang mendukung kolaborasi sosial-ekonomi.

Platform tersebut juga memanfaatkan infrastruktur teknologi untuk mendukung pertumbuhan eksponensial melalui efek jejaring

(*network effects*). Studi oleh Prestise Journal [3] mengonfirmasi bahwa UMKM yang memanfaatkan platform digital mengalami peningkatan penetrasi pasar dan nilai tambah signifikan. Sementara itu, penelitian lain menyoroti kecepatan adopsi dan interaksi di media sosial yang memperkuat jejaring antar-pengguna [4].

Sejumlah perusahaan global seperti Google, Amazon, Gojek, dan Tokopedia telah memanfaatkan pendekatan ini dengan sangat efektif dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Namun demikian, literatur ilmiah terkait arsitektur platform, strategi penciptaan nilai, dan mekanisme pengelolaan efek jejaring masih tersebar dan belum terstruktur secara sistematis. Hal ini menyebabkan kesulitan bagi peneliti dan praktisi memahami dimensi kunci yang membentuk keberhasilan platform dalam ekonomi digital yang dinamis.

Penelitian ini bertujuan menjawab masalah tersebut melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) berbasis pedoman PRISMA. Fokus utama penelitian ini adalah mengkaji tiga aspek fundamental model bisnis platform: (1) arsitektur; (2) penciptaan nilai (value creation); dan (3) efek jejaring (network effects).

Dengan tinjauan literatur yang sistematis dan terarah, artikel ini diharapkan memberikan kontribusi konseptual signifikan terhadap pengembangan pengetahuan skema bisnis digital, sekaligus

memberikan panduan praktis bagi strategi bisnis platform yang berkelanjutan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka ini mengkaji tiga dimensi utama model bisnis berbasis platform, yaitu arsitektur platform digital, penciptaan nilai dalam ekosistem digital, dan efek jejaring. Ketiga aspek ini menjadi fondasi konseptual untuk memahami keberhasilan strategi bisnis digital dalam era ekonomi berbasis jaringan.

2.1. Arsitektur Bisnis Berbasis Platform

Arsitektur platform mengacu pada desain teknis dan struktur modular yang memungkinkan interoperabilitas serta pengembangan layanan tambahan oleh pihak ketiga. Dalam konteks ini, governance dan stabilitas API menjadi kunci keberhasilan jangka panjang. Platform seperti Android dan iOS menunjukkan bagaimana arsitektur terbuka mendorong terciptanya ekosistem pengembang yang besar dan dinamis.

Penelitian oleh Riyadhi, Purnamasari, dan Prihandani [5] menunjukkan bahwa penerapan pola arsitektur MVVM pada aplikasi Android berbasis pengaduan masyarakat terbukti meningkatkan skalabilitas, kemudahan pengelolaan, dan kolaborasi pengembang, sejalan dengan prinsip modularitas platform digital modern.

2.2. Penciptaan Nilai dalam Ekosistem Digital

Penciptaan nilai dalam model bisnis platform terjadi melalui interaksi antara berbagai aktor dalam ekosistem, bukan semata dari produsen ke konsumen. Chesbrough dan Rosenbloom dalam penelitiannya [6] memperkenalkan konsep "value co-creation" sebagai prinsip utama dalam model inovasi terbuka, yang juga berlaku dalam platform digital.

Sementara itu, Parker, Van Alstyne, dan Choudary [7] dalam bukunya Platform Revolution menjelaskan bahwa nilai diciptakan melalui penyediaan mekanisme interaksi yang efisien, pengurangan biaya transaksi, serta pengumpulan dan pemanfaatan data pengguna untuk personalisasi layanan. Data menjadi aset utama dalam penciptaan pengalaman yang relevan dan meningkatkan loyalitas pengguna.

Dalam konteks lokal, Fitriani [8] meneliti penggunaan media sosial sebagai platform edukasi interaktif dan menemukan bahwa partisipasi pengguna dalam bentuk berbagi konten, diskusi, dan kolaborasi pembelajaran digital menciptakan nilai sosial yang mendorong pertumbuhan komunitas pembelajaran yang aktif dan berkelanjutan di Indonesia. Temuan ini memperkuat konsep value co-creation dalam platform digital pendidikan.

2.3. Efek Jejaring dan Pertumbuhan Platform

Network effects merupakan inti dari daya tarik platform digital. Katz dan Shapiro [9] mendefinisikan

network effects sebagai kondisi di mana nilai suatu produk atau layanan meningkat seiring dengan penambahan jumlah pengguna. Platform seperti Facebook, Uber, dan Airbnb menunjukkan bahwa keberhasilan mereka sangat bergantung pada pertumbuhan basis pengguna secara eksponensial.

Penelitian oleh Setyanto, Samodra, dan Pratama [10] mengungkapkan bahwa pemanfaatan platform digital oleh UMKM di Indonesia memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan usaha dan perluasan jangkauan pelanggan melalui efek jejaring digital. Peningkatan pengguna dalam satu kategori UMKM mendorong peningkatan nilai pada pengguna lain melalui sistem rating dan interaksi digital secara luas.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) yang disusun mengikuti pedoman PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) sebagai acuan utama dalam proses seleksi dan analisis literatur ilmiah. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh gambaran yang terstruktur dan menyeluruh mengenai kontribusi teknologi informasi dalam mendukung pengembangan kewirausahaan, khususnya melalui kajian literatur yang terdokumentasi dengan baik.

Pengumpulan data dilakukan secara sistematis melalui *Google Scholar* dan *Scopus* menggunakan perangkat lunak *Publish or Perish*, yang memfasilitasi proses ekstraksi data kutipan dan metrik publikasi. Artikel-artikel ilmiah yang diperoleh dianalisis lebih lanjut menggunakan metode *Confidence*, yakni dengan mengevaluasi relevansi dan kualitas konten berdasarkan kemunculan kata kunci utama dan penilaian konten ilmiahnya secara kritis [11].

Tujuan utama dari pendekatan SLR ini adalah untuk menghimpun, mengevaluasi, dan menyintesis temuan-temuan dari berbagai studi terdahulu yang relevan, sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang valid secara metodologis. Proses ini dilakukan dengan menetapkan kriteria inklusi dan eksklusi secara eksplisit, serta menilai kelayakan setiap publikasi berdasarkan kontribusi dan ketajaman analisisnya terhadap topik yang ditinjau [12].

Dalam penulisan artikel ini, pencarian referensi dilakukan menggunakan perangkat lunak *Publish or Perish* dengan memasukkan kata kunci yang dipisahkan menggunakan operator boolean seperti "AND", "OR", dan "NOT" [13]. Proses pencarian ini mencakup beberapa langkah, yaitu mengidentifikasi istilah-istilah utama, merumuskan string pencarian yang efektif, memilih sumber informasi yang relevan, serta menguji dan memvalidasi string tersebut untuk memastikan ketepatan dan relevansi hasil pencarian.

Adapun tahapan dari SLR yang digunakan dalam artikel ini adalah sebagai berikut [14]:

3.1. Research Question

Adalah tahap dibuatnya pertanyaan sesuai dengan topik. Adapun pertanyaannya adalah sebagai berikut:

- RQ1 : Bagaimana struktur arsitektur dari platform-based business model?
- RQ2 : Strategi apa yang digunakan untuk penciptaan nilai pada platform digital?
- RQ3 : Bagaimana network effects dikonseptualisasikan dan dimanfaatkan?

3.2. Search Process

Tahap ini, dilakukan pencarian untuk memperoleh referensi berdasarkan dari *Research Question*. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian jurnal terkait adalah:

("platform-based business model" OR "digital platform" OR "multi-sided platform") AND ("value creation" OR "network effects" OR "business architecture") AND ("digital economy")

3.3. Inclusion and Exclusion Criteria

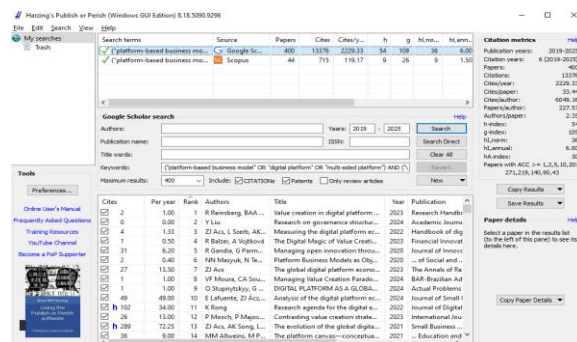
Tahap ini dilakukan untuk menemukan data *Seach Question* yang digunakan

3.4. Data Collection

Pada proses pengumpulan data, dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak *Publish or Perish* dengan memasukkan kata kuncinya, pengumpulan data dilakukan melalui *Google Scholar* dan *Scopus*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penggunaan perangkat lunak *Publish or Perish*, didapatkan 444 artikel yang sesuai dengan kata kunci yang dimasukkan. Artikel tersebut disimpan dalam format .CSV atau .RIS.

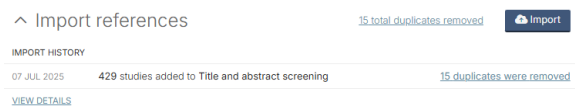


Gambar 1. Publish or Perish

Data yang telah diperoleh selanjutnya diolah menggunakan *tools Convidence*. Adapun tahapan yang terdapat dalam *tools Convidence* yaitu sebagai berikut:

4.1. Import References

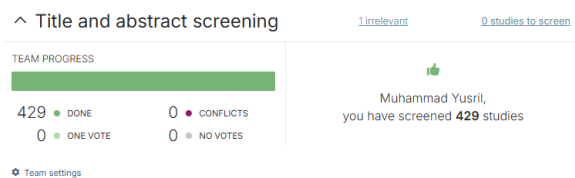
Tahap ini, data yang di *import* akan di filter jika terdapat artikel yang sama / duplikat akan dihapus.



Gambar 2. Import References

4.2. Title and Abstract Screening

Tahap ini, akan dilakukan seleksi apabila terdapat judul dan abstrak yang tidak sesuai dengan topik.



Gambar 3. Title and Abstract Screening

4.3. Full Text Review

Pada tahap ini, dilakukan pemeriksaan menyeluruh isi dari artikel.

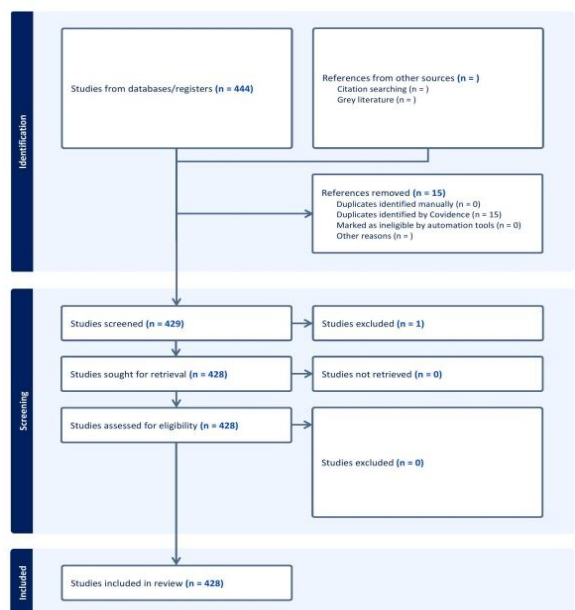


Gambar 4. Full Text Review

4.4. Extraction

Tahap akhir dari *Convidence* untuk melengkapi informasi sesuai dengan kebutuhan.

Setelah melalui 4 tahap diatas, diperoleh sebanyak 428 artikel yang terjaring. Maka dapat ditampilkan PRISMA dari hasil *Extraction* dari penggunaan *tools Convidence* yaitu sebagai berikut:



Gambar 5. Panduan PRISMA

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan model bisnis berbasis platform dalam ekonomi digital ditentukan oleh arsitektur modular yang terbuka, strategi penciptaan nilai berbasis kolaborasi dan data, serta pengelolaan efek jejaring yang efektif. Dari 444 artikel yang ditinjau, 428 dianalisis secara tematik dengan hasil yang konsisten menunjukkan pentingnya integrasi teknologi dan partisipasi pengguna dalam membangun ekosistem digital yang berkelanjutan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dilakukan studi empiris di sektor lokal guna menguji implementasi nyata dari model ini, serta mengembangkan kerangka evaluasi keberlanjutan platform dalam konteks sosial dan ekonomi yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Nurrahman *et al.*, “Pemanfaatan Platform Digital E-commerce Tiktok & Shopee Affiliate dalam Manajemen Resiko dan Ketahanan UMKM Budidaya Jangkrik dan Usaha Dimsum,” *J. Community Res. Engagem.*, vol. 1, no. 1, pp. 23–35, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.stieganeshia.ac.id/index.php/jcre/article/view/36>.
- [2] I. N. N. Fauziah, S. A. Saputri, and Y. T. Herlambang, “Teknologi Informasi: Dampak Media Sosial pada Perubahan Sosial Masyarakat,” *Indo-MathEdu Intellectuals J.*, vol. 5, no. 1, pp. 757–766, 2024, doi: 10.54373/imeij.v5i1.645.
- [3] E. Shakira, H. K. Rahmawulan, and V. S. Asih, “Dampak Penggunaan Platform Digital Terhadap Perkembangan UMKM Indonesia,” *Prestise J. Pengabd. Kpd. Masy. Bid. Ekon. dan Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 32–40, 2023, doi: 10.15575/prestise.v3i1.30447.
- [4] D. Rahmawati, “Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial: Kajian Terhadap Kerentanan Sosial dan Ketahanan Bangsa,” *J. Kaji. Lemhanas RI*, vol. 33, no. Maret, pp. 37–49, 2018.
- [5] I. M. Riyadhi, Intan Purnamasari, and Kamal Prihandani, “Penerapan Pola Arsitektur Mvvm Pada Perancangan Aplikasi Pengaduan Masyarakat Berbasis Android,” *INFOTECH J.*, vol. 9, no. 1, pp. 147–158, 2023, doi: 10.31949/infotech.v9i1.5246.
- [6] H. Chesbrough, “Business model innovation: Opportunities and barriers,” *Long Range Plann.*, vol. 43, no. 2–3, pp. 354–363, 2010, doi: 10.1016/j.lrp.2009.07.010.
- [7] G. G. Parker, M. W. Van Alstyne, and S. P. Choudary, *Platform Revolution*. 2016.
- [8] D. R. Anita and F. Rachmawati, “Konten Edutainment Di Media Sosial Tiktok @Pilihjurusan.Id,” *Restorica J. Ilm. Ilmu Adm. Negara dan Ilmu Komun.*, vol. 9, no. 2, pp. 40–46, 2023, doi: 10.33084/restorica.v9i2.5394.
- [9] M. L. Katz, C. Shapiro, T. American, E. Review, and N. Jun, “Network Externalities , Competition , and Com pati bility,” vol. 75, no. 3, pp. 424–440, 2007.
- [10] T. Mianto, D. Prasetyo, and H. Utomo, “Pengaruh Ekonomi Digital Platform Digital dan Pemasaran Digital Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Go Online di Kota Kediri,” *Ekon. J. Ilmu Ekon. dan Stud. Pembang.*, vol. 23, no. 1, pp. 129–145, 2023, doi: 10.30596/ekonomikawan.v23i1.12094.
- [11] J. Nazir and P. K. Das, “A systematic literature review on factors of perception impacting entrepreneurial success based on PRISMA framework,” *J. Innov. Entrep.*, vol. 14, no. 1, 2025, doi: 10.1186/s13731-025-00491-y.
- [12] T. Yuwono, A. Suroso, and W. Novandari, “Information and communication technology in SMEs: a systematic literature review,” *J. Innov. Entrep.*, vol. 13, no. 1, 2024, doi: 10.1186/s13731-024-00392-6.
- [13] Y. C. Kurniawan and S. R. Surtiningtyas, “Systematic Literature Review (SLR): Peran Keterampilan Kepemimpinan dalam Organisasi Bidang Transportasi,” *J. Syntax Imp. J. Ilmu Sos. dan Pendidik.*, vol. 5, no. 3, pp. 392–403, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.syntaximperatif.co.id/index.php/syntax-imperatif/article/view/420>.
- [14] M. D. Zulfahmi, M. Y. Rahmana, A. T. Nugroho, N. H. Hermaya, and D. Novita, “Analisis Metode Pengembangan Sistem Pendukung Keputusan Penerima Bantuan Sosial Korban Bencana Alam: Systematic Literature Review,” *Device J. Inf. Syst. Comput. Sci. Inf. Technol.*, vol. 4, no. 2, pp. 158–170, 2023, doi: 10.46576/device.v4i2.4041.