

Perancangan Model Bisnis Platform CodeBridge

¹Maulana Abdul Azis, ²Rafli Ali Khan, ³Richacd Saputra Tjhai, ⁴Ananda Teguh, ⁵Nur Fajri Halim Tanthowi

^{1,2,3,4,5}Program Studi Teknik Informatika, Universitas Catur Insan Cendekia

Alamat Surat

Email: rafi.khan.ti.23@cic.ac.id*, maulana.azis.ti.23@cic.ac.id , richacd.tjhai.ti.23.@cic.ac.id

Article History:

Diajukan: 18 Februari 2026; Direvisi: 20 Februari 2026; Accepted: 10 April 2026

ABSTRAK

Perkembangan transformasi digital pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mendorong kebutuhan akan solusi teknologi yang terintegrasi dan terjangkau. Namun, keterbatasan sumber daya manusia di bidang teknologi informasi, tingginya biaya pengembangan sistem, serta minimnya akses terhadap programmer profesional menjadi hambatan utama dalam proses digitalisasi. Penelitian ini bertujuan merancang model bisnis platform CodeBridge sebagai marketplace jasa teknologi informasi yang menghubungkan pelaku UMKM dan toko ritel dengan programmer terpercaya. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan Business Model Canvas (BMC) untuk menganalisis dan memetakan sembilan elemen utama model bisnis, meliputi Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners, dan Cost Structure. Analisis dilakukan secara deskriptif untuk menghasilkan rancangan model bisnis yang terstruktur, berkelanjutan, dan adaptif terhadap kebutuhan pasar.

Kata kunci: Model Bisnis, Business Model Canvas, Marketplace Jasa IT, Transformasi Digital, UMKM, Startup Teknologi.

ABSTRACT

The advancement of digital transformation in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector has increased the demand for integrated and affordable technological solutions. However, limitations in human resources in the field of information technology, high system development costs, and limited access to professional programmers remain major obstacles in the digitalization process. This study aims to design the business model of the CodeBridge platform as an IT services marketplace that connects MSMEs and retail businesses with trusted programmers. The methodology employed in this study is the Business Model Canvas (BMC) approach to analyze and map the nine core elements of the business model, namely Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners, and Cost Structure. The analysis is conducted descriptively to develop a structured, sustainable, and market-adaptive business model framework.

Keywords: Business Model, Business Model Canvas, IT Services Marketplace, Digital Transformation, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Technology Startup.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan transformasi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam pola operasional dan strategi bisnis, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Digitalisasi tidak lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan utama untuk

meningkatkan efisiensi, daya saing, serta kualitas layanan kepada pelanggan. Implementasi sistem seperti aplikasi kasir digital, manajemen inventori, website bisnis, hingga sistem manajemen pelanggan menjadi bagian penting dalam mendukung pertumbuhan usaha di era ekonomi digital.

Namun demikian, proses digitalisasi masih menghadapi berbagai tantangan. Banyak pelaku UMKM dan toko ritel belum memiliki sumber daya manusia yang kompeten di bidang teknologi informasi. Selain itu, biaya pengembangan sistem yang relatif tinggi serta kesulitan dalam menemukan programmer atau pengembang aplikasi yang profesional dan terpercaya menjadi hambatan utama. Kondisi ini menyebabkan kesenjangan antara kebutuhan teknologi dan kemampuan pelaku usaha dalam mengakses layanan IT yang berkualitas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana merancang model bisnis platform CodeBridge sebagai marketplace jasa IT untuk mendukung digitalisasi UMKM?
2. Bagaimana penerapan Business Model Canvas (BMC) dalam memetakan struktur dan strategi bisnis CodeBridge?
3. Bagaimana model bisnis CodeBridge dapat menciptakan nilai tambah bagi pelaku UMKM dan programmer profesional?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Merancang model bisnis platform CodeBridge yang terstruktur dan berkelanjutan.
2. Menganalisis sembilan elemen Business Model Canvas dalam pengembangan platform CodeBridge.
3. Mengidentifikasi potensi pasar dan nilai strategis CodeBridge dalam mendukung transformasi digital UMKM.
4. Menyusun strategi operasional dan kemitraan untuk memastikan keberlanjutan bisnis platform.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi akademis dalam kajian perancangan model bisnis berbasis Business Model Canvas.
2. Menjadi referensi bagi pengembang startup teknologi dalam merancang marketplace jasa IT.
3. Mendukung percepatan transformasi digital pada sektor UMKM melalui model bisnis yang inovatif dan aplikatif.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Model Bisnis dan Business Model Canvas

Model bisnis merupakan kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana suatu organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai (value) dalam suatu aktivitas usaha. Model bisnis membantu perusahaan dalam menentukan strategi operasional, struktur pendapatan, segmentasi pasar, serta sumber daya yang diperlukan untuk mencapai keberlanjutan bisnis. Dalam konteks startup digital, perancangan model bisnis menjadi faktor krusial karena menentukan arah pertumbuhan dan daya saing di pasar.

Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam merancang model bisnis adalah Business Model Canvas (BMC) yang diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder. BMC merupakan alat manajemen strategis yang memetakan model bisnis ke dalam sembilan elemen utama, yaitu Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners, dan Cost Structure. Pendekatan ini memungkinkan analisis bisnis dilakukan secara sistematis dan terstruktur dalam satu kerangka visual yang komprehensif.

1.5.2 Marketplace Digital

Marketplace digital merupakan platform berbasis teknologi yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu sistem terintegrasi. Dalam konteks jasa, marketplace berfungsi sebagai perantara yang memfasilitasi transaksi antara penyedia layanan dan pengguna jasa dengan sistem yang

transparan dan terstandarisasi. Model ini banyak digunakan karena mampu menekan biaya operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan efisiensi transaksi.

Pada sektor jasa teknologi informasi, marketplace digital memberikan solusi terhadap kesenjangan antara kebutuhan pengembangan sistem dan ketersediaan tenaga profesional. Platform seperti ini memungkinkan pelaku usaha menemukan programmer sesuai kebutuhan tanpa harus merekrut tim internal secara permanen. Konsep ini menjadi landasan dalam pengembangan CodeBridge sebagai marketplace jasa IT yang berfokus pada kebutuhan UMKM dan toko ritel.

1.5.3 Transformasi Digital UMKM

Transformasi digital pada UMKM merupakan proses integrasi teknologi informasi dalam operasional bisnis untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing. Implementasi sistem digital seperti aplikasi kasir (POS), manajemen inventori, sistem keuangan, hingga website bisnis telah terbukti membantu pelaku usaha dalam mengelola operasional secara lebih sistematis.

Namun demikian, proses digitalisasi UMKM sering menghadapi hambatan seperti keterbatasan literasi digital, biaya pengembangan sistem, serta minimnya akses terhadap tenaga ahli IT. Oleh karena itu, dibutuhkan model bisnis yang mampu menyediakan solusi teknologi secara terjangkau dan mudah diakses. CodeBridge hadir sebagai bentuk inovasi platform yang dirancang untuk mendukung percepatan transformasi digital UMKM melalui sistem marketplace jasa IT yang terkurasi.

1.5.4 Penelitian Terkait

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas perancangan model bisnis startup digital menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Studi-studi tersebut menunjukkan bahwa BMC efektif dalam membantu startup memetakan strategi pasar, struktur biaya, serta mekanisme pendapatan secara komprehensif.

Penelitian lain juga menyoroti pentingnya platform digital dalam mendukung ekosistem UMKM, khususnya dalam meningkatkan akses terhadap teknologi dan memperluas jaringan bisnis. Model marketplace berbasis komisi dinilai mampu menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pengguna layanan. Berdasarkan kajian tersebut, pengembangan CodeBridge sebagai marketplace jasa IT mengadopsi pendekatan strategis berbasis Business Model Canvas untuk memastikan struktur bisnis yang terarah, berkelanjutan, serta relevan dengan kebutuhan pasar. Dengan mengintegrasikan konsep marketplace digital dan transformasi UMKM, CodeBridge diharapkan mampu menjadi solusi inovatif dalam menjembatani kebutuhan teknologi pelaku usaha dengan programmer profesional.

2. METODE

2.1 Arsitektur Sistem

Sistem CodeBridge dirancang menggunakan arsitektur berbasis web platform yang terintegrasi antara sisi pengguna (client-side), server (backend), dan basis data (database). Arsitektur ini bertujuan untuk memastikan proses pencarian jasa, transaksi, serta pengelolaan proyek dapat berjalan secara efisien, aman, dan terstruktur. Pada sisi frontend, platform menyediakan antarmuka pengguna (user interface) yang responsif dan mudah digunakan oleh dua jenis pengguna utama, yaitu pelaku UMKM sebagai klien dan programmer sebagai penyedia jasa. Sistem ini memungkinkan pengguna untuk melakukan registrasi, mengunggah kebutuhan proyek, mencari layanan yang tersedia, serta memantau progres pengerjaan secara real-time.

Pada sisi backend, sistem berfungsi sebagai pusat pengelolaan logika bisnis (business logic). Backend menangani proses autentikasi pengguna, manajemen proyek, sistem pencocokan (matching system) antara klien dan programmer, pengelolaan transaksi, serta sistem rating dan review. Proses ini memastikan setiap transaksi tercatat dengan baik serta meminimalkan risiko kesalahan atau penyalahgunaan.

2.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi kebutuhan UMKM serta analisis permasalahan yang sering

dihadapi dalam proses digitalisasi usaha. Data ini mencakup kebutuhan sistem seperti aplikasi kasir (POS), manajemen stok, website bisnis, dan sistem manajemen pelanggan.

Sementara itu, data sekunder diperoleh dari studi literatur terkait model bisnis startup digital, marketplace jasa, serta penerapan Business Model Canvas (BMC). Selain itu, dilakukan juga analisis terhadap platform marketplace jasa yang telah ada sebagai bahan perbandingan dalam merancang fitur dan strategi operasional CodeBridge.

2.3 Analisis Kebutuhan Sistem

Tahap analisis kebutuhan dilakukan untuk mengidentifikasi fitur utama yang harus tersedia dalam platform CodeBridge. Analisis ini mencakup kebutuhan fungsional dan non-fungsional.

Kebutuhan fungsional meliputi:

1. Registrasi dan autentikasi pengguna (klien dan programmer)
2. Sistem pengajuan dan manajemen proyek
3. Fitur pencarian dan pencocokan programmer
4. Sistem transaksi dan pembayaran
5. Fitur rating dan review

Sedangkan kebutuhan non-fungsional mencakup:

1. Keamanan data pengguna
2. Kemudahan penggunaan (user-friendly interface)
3. Skalabilitas system
4. Keandalan dan ketersediaan layanan

2.4 Implementasi Model Bisnis

Implementasi model bisnis CodeBridge dilakukan dengan memetakan sembilan elemen Business Model Canvas ke dalam strategi operasional platform. Model pendapatan dirancang berbasis komisi transaksi serta layanan maintenance berlangganan untuk menciptakan pendapatan berulang (recurring income).

Platform juga menerapkan sistem kurasi programmer untuk menjaga kualitas layanan. Proses ini meliputi verifikasi identitas, portofolio, serta sistem evaluasi berbasis rating dan ulasan dari klien. Selain itu, integrasi dengan payment gateway dilakukan untuk mendukung proses transaksi yang aman dan transparan. Strategi pemasaran difokuskan pada media sosial, komunitas UMKM, serta kerja sama dengan institusi pendidikan dan komunitas IT untuk memperluas jaringan mitra.

2.5 Evaluasi Model Bisnis

Evaluasi dilakukan dengan menganalisis kelayakan model bisnis berdasarkan aspek nilai tambah (value proposition), potensi pasar, struktur biaya, dan proyeksi pendapatan. Penilaian juga dilakukan terhadap keberlanjutan model komisi serta peluang pertumbuhan melalui perluasan fitur dan kemitraan.

Selain evaluasi konseptual, dilakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi keberhasilan platform. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa CodeBridge memiliki potensi yang kuat dalam menjawab kebutuhan digitalisasi UMKM dengan risiko yang dapat dikelola melalui strategi kemitraan dan pengembangan sistem yang berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Evaluasi Platform CodeBridge

Hasil evaluasi terhadap platform CodeBridge menunjukkan bahwa sistem memiliki kesiapan operasional yang baik dalam menghubungkan UMKM dengan talenta digital. Berdasarkan uji coba awal (pilot testing), fitur utama seperti pendaftaran UMKM, pencarian talenta, sistem matching, serta dashboard monitoring proyek dapat berjalan dengan stabil dan responsif.

Dari sisi user experience, mayoritas pengguna uji coba menyatakan bahwa alur penggunaan platform cukup intuitif dan mudah dipahami. Sistem matching berbasis kategori kebutuhan proyek mampu merekomendasikan talenta yang relevan sesuai kebutuhan UMKM. Namun, masih ditemukan

beberapa kendala minor seperti waktu respons sistem pada jam akses tinggi serta kebutuhan penyempurnaan pada sistem notifikasi.

3.2 Hasil Evaluasi Model Bisnis

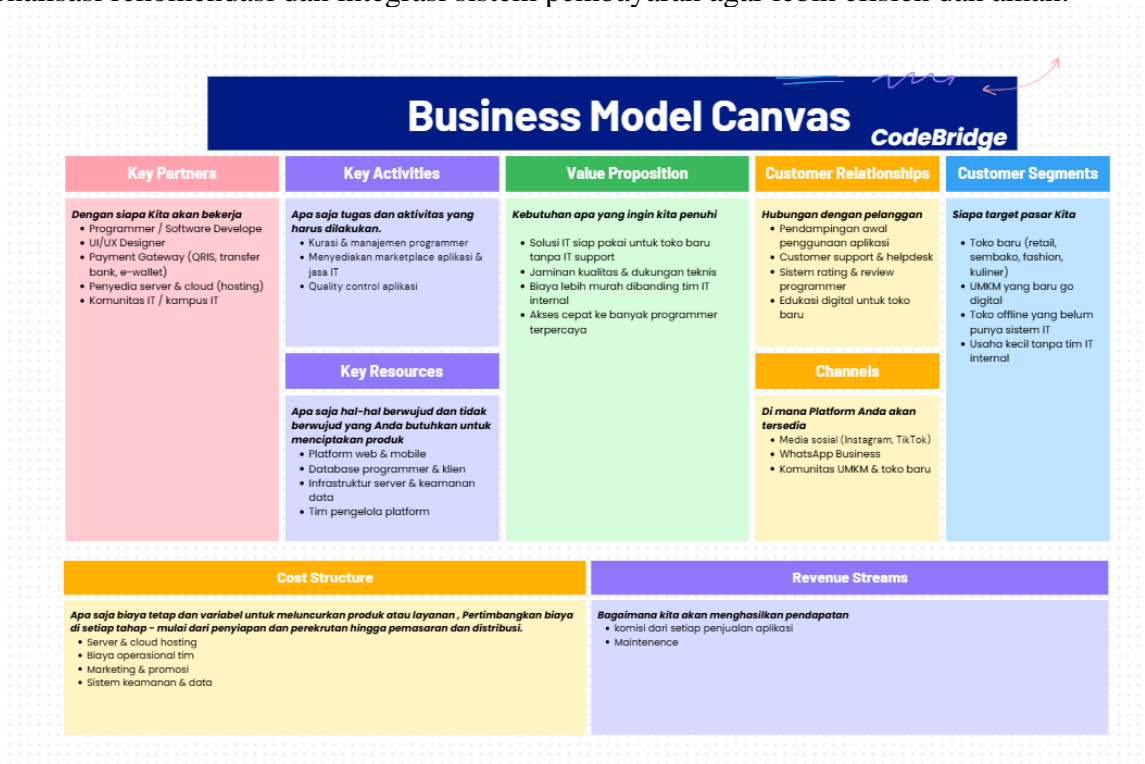
Evaluasi model bisnis menunjukkan bahwa CodeBridge memiliki proposisi nilai yang kuat, yaitu menyediakan solusi digitalisasi yang terjangkau dan terstruktur bagi UMKM. Potensi pasar dinilai besar mengingat masih banyak UMKM yang belum terdigitalisasi secara optimal.

Struktur pendapatan berbasis komisi transaksi proyek dan layanan tambahan (maintenance, konsultasi, dan fitur premium) dinilai cukup berkelanjutan. Simulasi proyeksi pendapatan menunjukkan bahwa platform dapat mencapai titik impas (break-even point) ketika jumlah proyek aktif dan mitra UMKM mencapai skala tertentu. Namun, keberhasilan monetisasi sangat bergantung pada volume transaksi dan tingkat retensi pengguna.

3.3 Analisis Sistem Matching dan Fitur

Analisis terhadap mekanisme matching menunjukkan bahwa sistem mampu menghubungkan kebutuhan UMKM dengan kompetensi talenta secara cukup akurat berdasarkan kategori proyek, estimasi biaya, dan durasi pengerjaan. Fitur dashboard memungkinkan UMKM memantau progres proyek secara transparan.

Selain itu, fitur komunikasi internal membantu meminimalkan miskomunikasi antara UMKM dan talenta. Namun demikian, pengembangan lebih lanjut diperlukan untuk meningkatkan personalisasi rekomendasi dan integrasi sistem pembayaran agar lebih efisien dan aman.



Gambar 1. Business Model Canvas Platform CodeBridge

Elemen Business Model Canvas Platform CodeBridge

1. Key Partners

Pihak yang diajak kerja sama agar bisnis berjalan lancar, seperti:

- Programmer & UI/UX
- Payment gateway
- Penyedia server/cloud
- Komunitas IT

2. Key Activities

Aktivitas utama yang dilakukan:

- Kurasi & manajemen programmer

- Menyediakan marketplace aplikasi & jasa IT
- Quality control aplikasi

3. Key Resources

Sumber daya yang dibutuhkan:

- Platform web & mobile
- Database klien & programmer
- Server & sistem keamanan
- Tim pengelola

4. Value Proposition

Nilai yang ditawarkan ke pelanggan:

- Solusi IT siap pakai
- Lebih murah dari tim IT internal
- Akses cepat ke programmer terpercaya
- Dukungan teknis terjamin

5. Customer Relationships

Cara menjaga hubungan dengan pelanggan:

- Pendampingan awal
- Customer support & helpdesk
- Sistem rating/review
- Edukasi digital

6. Channels

Media untuk menjangkau pelanggan:

- Instagram & TikTok
- WhatsApp Business
- Komunitas UMKM

7. Customer Segments

Target pasar:

- Toko baru & UMKM
- Usaha yang baru go digital
- Bisnis tanpa tim IT

8. Cost Structure

Biaya yang dikeluarkan:

- Server & hosting
- Operasional tim
- Marketing
- Keamanan data

9. Revenue Streams

Sumber pendapatan:

- Komisi dari penjualan aplikasi
- Biaya maintenance

3.4 Perbandingan dengan Alternatif Solusi

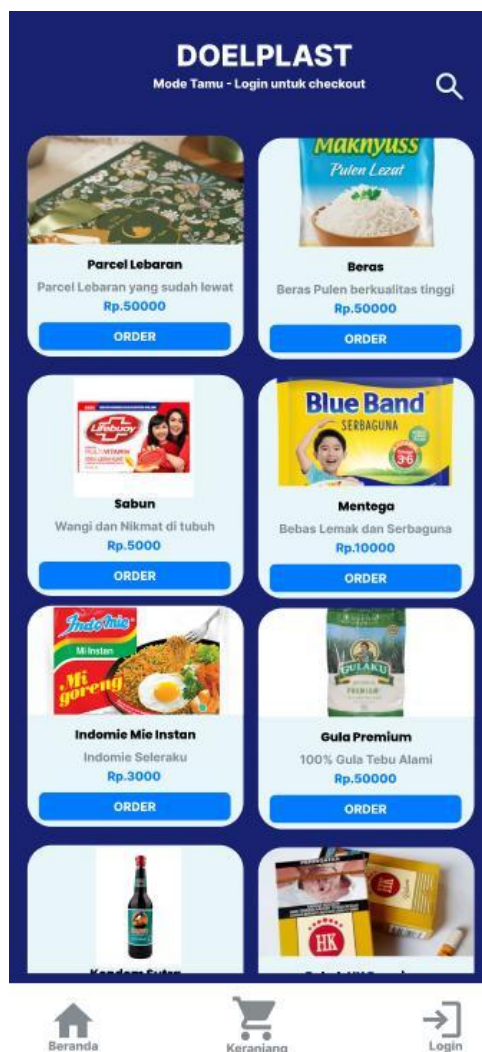
Dibandingkan dengan marketplace freelancer umum, CodeBridge menawarkan keunggulan dalam fokus pada segmen UMKM dan kurasi talenta yang lebih spesifik pada kebutuhan digitalisasi bisnis. Platform ini tidak hanya menjadi tempat transaksi jasa, tetapi juga menyediakan pendekatan yang lebih terarah dan berbasis kebutuhan usaha kecil.

Keunggulan kompetitif terletak pada sistem komisi yang lebih terjangkau serta potensi kemitraan dengan komunitas UMKM dan institusi pendidikan. Namun, platform masih perlu membangun brand awareness dan kepercayaan pasar untuk dapat bersaing dengan platform yang sudah mapan.

3.5 Aplikasi dan Potensi Pengembangan

CodeBridge memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut melalui integrasi fitur tambahan seperti sistem rating dan review berbasis performa proyek, dashboard analitik bisnis untuk UMKM, serta program pelatihan digital bagi pelaku usaha.

Ke depan, peluang ekspansi dapat dilakukan melalui kerja sama dengan pemerintah daerah, inkubator bisnis, maupun lembaga keuangan untuk mendukung pembiayaan proyek digitalisasi. Dengan strategi ekspansi yang tepat, CodeBridge berpotensi menjadi ekosistem digitalisasi UMKM yang terintegrasi.



Gambar 2. Tampilan Antarmuka Aplikasi CodeBridge

Pada bagian header bagian atas:

- Nama toko DOELPLAST
- Mode tamu — pengguna belum login
- Info "Login untuk checkout" — harus login untuk menyelesaikan pembelian

Ikon search untuk mencari produk. Daftar Produk meliputi:

- Gambar produk
- Nama Produk (contoh: Sabun, Mentega, dll)
- Deskripsi singkat
- Harga (RP)
- Tombol order untuk menambahkan produk ke keranjang

Tombol Order berfungsi menambahkan produk ke keranjang. Namun karena masih mode tamu, kemungkinan checkout akan meminta login terlebih dahulu. Bottom Navigation Bar (Menu Bawah) terdiri dari: Beranda — menampilkan halaman utama (daftar produk), Keranjang — menampilkan daftar barang yang sudah di-order, dan Login — untuk masuk ke akun agar bisa checkout.

3.6 Limitasi dan Tantangan

Beberapa tantangan utama yang dihadapi CodeBridge meliputi kebutuhan pendanaan untuk pengembangan sistem, akuisisi pengguna di tahap awal, serta pembangunan kepercayaan antara UMKM dan talenta digital. Selain itu, risiko ketidakseimbangan antara jumlah permintaan proyek dan ketersediaan talenta juga perlu dikelola secara strategis.

Keberlanjutan model komisi sangat bergantung pada pertumbuhan volume transaksi. Oleh karena itu, strategi pemasaran, peningkatan kualitas layanan, serta pengembangan fitur secara berkelanjutan menjadi faktor kunci dalam menjaga daya saing platform.

4. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Penelitian ini berhasil merancang dan mengevaluasi platform CodeBridge sebagai solusi penghubung antara UMKM dan talenta digital dalam mendukung proses digitalisasi bisnis. Platform yang dikembangkan menawarkan sistem yang terstruktur, mencakup fitur pendaftaran pengguna, mekanisme pencocokan kebutuhan proyek dengan kompetensi talenta, dashboard monitoring, serta skema monetisasi berbasis komisi.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa CodeBridge memiliki proposisi nilai yang kuat dalam menjawab kebutuhan digitalisasi UMKM yang masih belum terlayani secara optimal. Model bisnis yang dirancang dinilai memiliki potensi pasar yang besar dengan struktur biaya dan proyeksi pendapatan yang realistis. Analisis SWOT juga mengindikasikan bahwa kekuatan utama platform terletak pada fokus segmen UMKM, fleksibilitas layanan, dan peluang kemitraan strategis. Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan, seperti kebutuhan penguatan brand awareness, pengembangan fitur yang lebih adaptif, serta strategi menjaga keseimbangan antara permintaan proyek dan ketersediaan talenta. Secara keseluruhan, CodeBridge memiliki potensi yang menjanjikan untuk berkembang sebagai ekosistem digitalisasi UMKM yang berkelanjutan apabila didukung oleh strategi pengembangan dan kemitraan yang tepat.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Mengembangkan sistem matching yang lebih cerdas dan personal melalui integrasi algoritma rekomendasi berbasis data historis proyek dan preferensi pengguna.
2. Menambahkan fitur rating dan review berbasis performa untuk meningkatkan transparansi serta membangun kepercayaan antara UMKM dan talenta digital.
3. Mengintegrasikan sistem pembayaran yang lebih aman dan terotomatisasi guna meningkatkan efisiensi transaksi serta meminimalkan risiko.
4. Membangun kemitraan strategis dengan pemerintah daerah, institusi pendidikan, dan komunitas UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan mempercepat adopsi platform.
5. Mengembangkan fitur analitik bisnis bagi UMKM agar platform tidak hanya menjadi penghubung jasa, tetapi juga memberikan insight untuk pengambilan keputusan usaha.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. K&S Ranch.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management information systems: Managing the digital firm* (16th ed.). Pearson.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.

- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). *Information technology for management: On-demand strategies for performance, growth and sustainability* (11th ed.). Wiley.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan data UMKM di Indonesia*.