

Model bisnis sebagai tanda kepercayaan

Bagaimana sebuah layanan didanai secara ekonomi menentukan apa arti pengguna bagi layanan tersebut. Analisis terhadap model yang beredar dan pertanyaan yang sebaiknya diajukan sebelum mengadopsinya.

Singkatnya: Perusahaan yang tidak membebankan biaya kepada Anda, membebankan biaya kepada orang lain — dan orang tersebut menginginkan imbalan. Terkadang imbalan itu adalah Anda: data Anda, perhatian Anda, kontak Anda. Terkadang tidak. Pertanyaan sebelum mengadopsi layanan profesional bukanlah apakah layanan itu gratis; melainkan dari mana operator mendapatkan uangnya.

Pertanyaan mendasar tentang ekonomi digital

Percakapan dewasa tentang layanan digital cepat atau lambat akan berujung pada pertanyaan yang sama: bagaimana perusahaan ini menghasilkan uang? Pertanyaan ini tidak menyinggung. Layanan apa pun yang ada harus didanai dengan cara tertentu; jika tidak terlihat caranya, sebaiknya periksa kembali. Masalahnya bukan apakah layanan tersebut menghasilkan uang — ia harus menghasilkannya, atau ia akan hilang — melainkan siapa yang membayarnya dan mengapa.

Ada intuisi yang sering diungkapkan oleh pembaca umum dalam kalimat «jika produknya gratis, maka produknya adalah Anda». Kalimat ini terkenal, tegas, dan seperti kebanyakan kalimat terkenal, merupakan sebuah penyederhanaan. Ada layanan gratis yang modelnya bukan untuk menjual Anda; ada layanan berbayar yang modelnya juga mencakup menjual kembali data Anda. Namun intuisi tersebut menangkap sesuatu yang penting: ketika salah satu pihak — pengguna — bukan pihak yang membayar, kita harus melihat siapa yang membayar, dan apa yang mereka inginkan sebagai imbalannya.

Apa artinya «produknya adalah Anda»

Rumus klasik dari model periklanan adalah sebagai berikut. Perusahaan menawarkan layanan gratis kepada jutaan pengguna. Pengguna-pengguna ini menghasilkan dua hal berharga saat menggunakan layanan tersebut: perhatian — yang dijual kepada pengiklan dalam bentuk impresi iklan — dan data — perilaku, preferensi, lokasi, hubungan, riwayat — yang digunakan untuk mensegmentasi siapa yang harus diperlihatkan iklan apa dan dengan harga berapa. Pelanggan layanan tersebut, dalam pengertian ekonomi yang ketat, bukanlah pengguna. Melainkan pengiklan. Pengguna adalah perhatian dan data yang dijual kepada pengiklan.

Ini sendiri bukanlah hal yang ilegal. Itulah yang dilakukan oleh televisi komersial sejak tahun lima puluhan. Perbedaannya dengan televisi adalah pada skalanya: saluran televisi mengetahui secara kasar slot waktu mana yang ditonton oleh pemirsa mereka; platform digital kontemporer mengetahui dengan presisi individu siapa yang melihat apa, kapan, berapa lama, dengan siapa, dari mana, dan kemungkinan suasana hati mereka. Presisi tersebut mengubah sifat pertukaran: perhatian tetap dijual, tetapi identitas juga ikut dijual.

Pemetaan singkat model yang beredar

Tanpa bermaksud memberikan daftar yang lengkap, sebaiknya kita mencatat model-model yang ditemukan oleh seorang profesional saat ini dalam praktik sehari-hari mereka.

1. **Langganan periodik tetap.** Anda membayar setiap bulan atau setiap tahun dan mendapatkan akses ke layanan; insentif operator adalah agar layanan tersebut memuaskan, atau Anda tidak akan memperbaruinya. Namun "memuaskan" memungkinkan dua interpretasi: memberikan nilai nyata atau sulit untuk ditinggalkan. Netflix, misalnya, sengaja bertaruh pada konten berseri daripada film. Sebuah film berakhir; penonton bebas membandingkannya dengan platform lain. Sebuah serial memikat episode demi episode: insentif untuk memperbarui adalah karena bab selanjutnya ada di balik pembayaran. Bentuk produk dapat mendorong retensi daripada kepuasan, tanpa mengubah model langganan.
2. **Bayar per penggunaan atau transaksional.** Anda membayar berdasarkan apa yang Anda konsumsi; insentifnya adalah agar setiap penggunaan cukup bernilai sehingga Anda kembali lagi.
3. **Model freemium.** Tingkat gratis menarik pengguna, tingkat berbayar memonetisasi sebagian kecil; transparan ketika kedua tingkat memiliki fungsi yang jelas, ambigu ketika tingkat gratis dirancang untuk memberikan ketidaknyamanan yang cukup untuk memicu pembayaran.
4. **Model periklanan.** Gratis bagi pengguna, didanai oleh pengiklan; penyelarasan insentif campuran.
5. **Model monetisasi data.** Operator menjual segmen data tentang perilaku agregat atau data yang tidak terlalu agregat kepada pihak ketiga selain pengguna; sering kali tidak transparan.
6. **Pendanaan publik.** Jarang terjadi di industri teknologi, umum dalam penyiaran Eropa; insentif khusus tergantung pada rezim institusional operator.

Model-model ini tidak saling eksklusif. Sebagian besar penyedia besar menggabungkan dua atau tiga model. Microsoft 365 adalah langganan dan, tergantung modulnya, juga mengeksploitasi data untuk personalisasi iklan di properti lainnya. Google Workspace adalah langganan bagi pelanggan bisnis sekaligus eksploitasi perhatian dan data untuk layanan gratis paralelnya. Yang penting bukanlah model yang dinyatakan di halaman depan, melainkan kombinasi efektif dalam praktiknya.

Penyelarasan insentif

Alasan mengapa model bisnis itu penting memiliki nama teknis: penyelarasan insentif. Insentif operator menentukan ke arah mana desain produk didorong.

1. **Operator yang menarik biaya langganan.** Memiliki insentif agar pelanggan puas — jika tidak, pelanggan akan berhenti berlangganan; desain cenderung dioptimalkan menuju utilitas nyata yang dirasakan.
2. **Operator yang memonetisasi perhatian.** Memiliki insentif agar pelanggan tetap terhubung selama mungkin; desain cenderung dioptimalkan menuju penangkapan perhatian, yang tidak sama dengan kepuasan, dan terkadang justru sebaliknya.
3. **Operator yang memonetisasi data.** Memiliki insentif untuk mengumpulkan data sebanyak mungkin; desain cenderung memaksimalkan pengumpulan, meminta izin yang luas dan menyimpan informasi yang sebenarnya tidak diperlukan untuk pengoperasian layanan secara ketat.

Tidak ada niat buruk yang mutlak dalam ketiga model tersebut. Yang ada adalah insentif. Insentif tersebut menghasilkan produk yang secara sistematis berbeda satu sama lain melalui ratusan keputusan desain, meskipun tujuan yang dinyatakan identik.

Pertanyaan ketika data milik pihak ketiga

Bagi profesional, pertanyaan tentang model bisnis memiliki lapisan tambahan. Pengacara, dokter, psikolog, penasihat pajak, jurnalis yang menangani sumber, tidak hanya memproses data mereka sendiri; mereka memproses data pihak ketiga yang dipercayakan kepada mereka. Ketika sebuah layanan profesional memutuskan untuk mengadopsi alat digital yang pendanaannya mencakup eksploitasi data, mereka tidak memutuskan tentang data mereka sendiri: mereka memutuskan tentang data yang dipercayakan orang lain untuk tujuan tertentu.

Tujuan tertentu tersebut — menangani kasus Anda, mengobati penyakit Anda, menyiapkan laporan pajak Anda — jarang sekali mencakup «dan mendanai operasional penyedia alat».

GDPR mencantumkan persyaratan ini dalam Pasal 6: setiap pemrosesan data pribadi memerlukan dasar hukum yang eksplisit, dan dasar yang dipilih mengikat pemrosesan tersebut pada tujuan yang dinyatakan. Memproses data pelanggan dengan dasar yang berbeda dari tujuan yang dipercayakan, meskipun melalui penyedia teknologi perantara, menimbulkan masalah kepatuhan yang dapat diperiksa oleh otoritas perlindungan data. Harga dari layanan gratis, dalam hal ini, dibayar oleh pelanggan profesional tanpa mereka sadari.

Kasus dalam jangka pendek baru-baru ini

Dalam beberapa tahun terakhir, industri telah menghasilkan contoh yang sangat jelas tentang perubahan insentif ketika model pendanaan berubah. Reddit, sebuah platform komunitas selama lima belas tahun yang didanai oleh iklan ringan dan donasi, memutuskan pada tahun 2023 untuk menutup akses bebas ke antarmuka pemrogramannya (API) setelah mengumumkan rencana IPO. Aplikasi pihak ketiga yang digunakan komunitas untuk mengakses layanan tersebut menghilang pada Juli tahun itu. IPO yang selesai pada Maret 2024 memerlukan model bisnis yang dapat dipertanggungjawabkan kepada pemegang saham; model yang dapat dipertanggungjawabkan tersebut mencakup monetisasi agresif atas data yang diproduksi oleh komunitas selama lima belas tahun. Komunitas telah menghasilkan aset keuangan yang baru mereka sadari ketika perusahaan memutuskan untuk memungut biaya darinya.

Kasus ini mencerahkan bukan karena Reddit melakukan sesuatu yang salah, melainkan karena ia menunjukkan polanya dengan jelas. Sebuah layanan bertahan selama bertahun-tahun dengan model tertentu dan mengomunikasikan «pakta» implisit tertentu dengan penggunanya. Ketika tuntutan finansial berubah — habisnya modal ventura, tuntutan IPO, akuisisi oleh perusahaan lain —, pakta implisit tersebut ditulis ulang tanpa negosiasi dengan pengguna. Pertanyaan «bagaimana perusahaan ini menghasilkan uang hari ini?» kemudian dilengkapi dengan «bagaimana perusahaan ini harus menghasilkannya dalam tiga tahun ke depan, dan apa yang harus dilakukannya terhadap data saya?».

Pengecualian institusional

Ada layanan yang pendanaannya tidak bertumpu pada model komersial pada umumnya. Radio dan televisi publik di banyak negara Eropa — BBC, RTVE, RAI, ZDF — didanai melalui iuran atau anggaran publik yang membebaskan mereka dari insentif periklanan. Masalah mereka berbeda: ketergantungan politik, tekanan dari pemerintah yang sedang berkuasa. Namun sifat insentifnya berbeda. Di tingkat digital, proyek yayasan nirlaba (Mozilla selama bertahun-tahun, Wikipedia, Signal Foundation) beroperasi dengan model serupa: donasi, hibah, tanpa eksploitasi komersial terhadap pengguna. Keberlanjutan model ini lebih rapuh; namun penyelarasan insentifnya lebih jelas.

Sebuah rumusan yang tidak boleh diabaikan: perusahaan swasta dengan model langganan, dalam hal penyelarasan, lebih mirip dengan model institusional daripada model periklanan, meskipun ia milik swasta. Perusahaan tersebut menarik biaya dari pengguna untuk melayani pengguna. Ketika ikatan tersebut tetap murni — uang pengguna dan hanya uang pengguna —, insentifnya secara wajar selaras dengan kepentingan pengguna.

Untuk pembaca profesional

Lima pertanyaan yang sebaiknya diajukan sebelum mengadopsi layanan digital untuk data profesional, terutama jika data tersebut bukan milik profesional melainkan milik klien, pasien, atau pihak yang diwakilinya:

1. Dari sumber mana tepatnya pendapatan operator berasal? Satu sumber, dua, atau campuran?
2. Jika pendapatan mencakup iklan atau monetisasi data, data apa yang dimonetisasi, atas dasar hukum apa, dan apakah tujuan yang dinyatakan mencakup data pihak ketiga yang akan dimasukkan oleh profesional ke

dalam layanan tersebut?

3. Bagaimana situasi keuangan operator dalam tiga atau lima tahun ke depan? Apakah sedang dalam fase modal ventura, fase profitabilitas, mendekati IPO (penawaran umum perdana), atau dalam proses akuisisi?
4. Jika tuntutan finansial operator berubah, bagian mana dari kesepakatan dengan pengguna yang akan terpengaruh? Apa yang akan terjadi dengan data yang sudah diserahkan?
5. Apakah ada alternatif dengan model yang lebih selaras — langganan murni, perangkat lunak bebas (open source), hosting mandiri (self-hosting), alternatif Eropa — yang biaya nyatanya, dibandingkan dengan risiko yang dievaluasi, membenarkan perubahan tersebut?

Pertanyaannya bukan ideologis: ini operasional. Seorang profesional yang mempercayakan data pihak ketiga ke layanan yang ekonominya didukung oleh eksploitasi data tersebut mengambil keputusan yang secara deontologis sulit dijelaskan kepada klien. Fakta bahwa keputusan tersebut umum dilakukan tidak membuatnya menjadi benar. Fakta bahwa alat tersebut populer tidak menyelesaikan pertanyaan tentang dasar hukum.

«Jika Anda tidak memahami bisnisnya, jangan percaya» adalah ungkapan populer yang beredar di internet selama satu dekade. Seperti kebanyakan ungkapan populer, ungkapan ini memiliki sisi benar dan sisi penyederhanaan. Versi analitis dari ide yang sama adalah ini: model bisnis dari layanan apa pun menentukan, dengan tingkat keandalan yang cukup tinggi dan dalam jangka waktu lama, apa yang akan dilakukan layanan tersebut dengan data yang Anda percayakan kepadanya. Tidak selalu buruk. Tidak selalu lebih buruk. Namun akan berbeda tergantung pada modelnya. Dan seorang profesional yang memilih alat untuk data yang bukan miliknya harus memahami «perbedaan» tersebut sebelum memilih.

Sumber dan bacaan lebih lanjut

- Peraturan (UE) 2016/679, Pasal 6 — dasar hukum pemrosesan data pribadi. Tujuan yang dinyatakan mengikat pemrosesan dan membatasi penggunaan selanjutnya.
- Peraturan (UE) 2016/679, Pasal 28 — pengolah data. Rezim yang berlaku bagi penyedia teknologi yang memproses data atas nama penanggung jawab profesional.
- Zuboff, S. — *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power* (PublicAffairs, 2019). Analisis sistematis terhadap model bisnis yang didasarkan pada penangkapan dan eksploitasi perilaku.
- Reddit, Inc. — Formulir S-1 yang diajukan ke SEC pada 22 Februari 2024, mendaftarkan IPO pada Maret 2024. Dokumentasi publik tentang perubahan model.
- Peraturan (UE) 2022/1925 tentang Pasar Digital (DMA) — kewajiban transparansi komersial bagi penjaga gerbang digital yang ditunjuk, berlaku sejak Mei 2023.

[← Sebelumnya](#)[Enkripsi ujung-ke-ujung, penjelasan yang sebenarnya](#)[Berikutnya](#) → 24 kata: apa itu identitas kriptografi

Bacaan terbaru

- [Analisis · 18 Mei 2026 Privasi nyata vs semu: pertanyaan yang perlu Anda ajukan](#)
- [Analisis · 18 Mei 2026 Self-hosting sebagai praktik profesional](#)
- [Konsep · 18 Mei 2026 24 kata: apa itu identitas kriptografi](#)

Bawa artikel ini bersama Anda ke mana pun Anda membutuhkannya.

[↓ Markdown](#) [↓ Teks murni](#) [↓ PDF](#)

File akan diunduh ke perangkat Anda. Dari sana Anda dapat menyimpannya, mengimpornya ke Solo2, atau membagikannya di mana pun Anda mau. Cuadernos tidak memutuskan tujuan untuk Anda.

Segel lilin · SHA-256 831b0832db87d3f254e4ec0311f6360132a33e76b1273d03ef345f1ed0bf1a7e

Cuadernos Lacre · Publikasi dari [Menzuri Gestión S.L.](#) ·
ditulis oleh R.Eugenio · disunting oleh tim [Solo2](#).

Situs web ini tidak menggunakan cookie dan tidak memuat sumber daya pihak ketiga. Menggunakan penghitung kunjungan anonim yang di-hosting sendiri (Umami, di server Eropa kami) dan JavaScript minimum yang diperlukan untuk dua kontrol header: tema terang atau gelap, dan pemilih bahasa. Tanpa pelacak, tanpa pemrofilan, tanpa berbagi data. Jika Anda ingin mengikuti kami: [RSS](#).