

**ANALISIS PENERAPAN POLA FREEMIUM DALAM MODEL BISNIS
APLIKASI STEAMING MUSIK SPOTIFY
(STUDI KASUS MODEL BISNIS FREEMIUM PADA APLIKASI SPOTIFY)**

Oleh ;

**Yanda Bara Kusuma¹ yanda_bara.adbis@upnjatim.ac.id
Indah Respati Kusumasari² indah_respati.adbis@upnjatim.ac.id**

¹² **Dosen Progdi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jatim**

ABSTRAK

Seiring kemajuan teknologi, konsumsi dan distribusi musik dunia telah bergeser ke digital. Musik dengan format digital bisa dipindah, disalin, atau bahkan dihapus sehingga masih dijumpai lagu bajakan yang diputar di berbagai negara. Salah satu alternatif penyelamat bagi industri musik adalah hadirnya aplikasi streaming musik, yang merupakan cara sah untuk mendengarkan musik dengan membayar lisensi karena perusahaan bekerja sama dengan perusahaan rekaman. Spotify merupakan salah satu aplikasi streaming musik yang merupakan contoh dari model bisnis *freemium* yang dapat digunakan pengguna secara gratis atau membayar. Penelitian ini berfokus pada analisis penerapan model bisnis freemium terhadap aplikasi Spotify. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dimana data diambil data sekunder berupa informasi perusahaan antara lain; profil perusahaan, layanan yang diberikan aplikasi Spotify, *business model canvas* Spotify, model bisnis perusahaan, serta review pengguna yang termuat dalam Google Playstore. Hasil yang diperoleh yakni masih ditemui pengguna yang mengeluh mengenai sistem yang sering mengalami gangguan seperti lagu tiba-tiba berhenti dan aplikasi mogok terus menerus, sehingga pengguna menyayangkan karena telah membayar layanan tersebut tetapi tidak sesuai yang diharapkan. Selain itu, masih ditemukan pengguna yang kesulitan dalam melakukan pembelian Freemium melalui aplikasi yang terkesan rumit dan kesulitan untuk tersambung. Di samping banyaknya keluhan yang masuk, masih juga ditemui respon pelanggan yang mengapresiasi baik dari segi harga yang ditawarkan oleh Spotify yang ramah di kantong pelajar serta adanya fitur-fitur menarik dibandingkan pesaing yang lain seperti tersedianya fitur lirik yang sangat membantu, opsi untuk shuffle dan masih banyak lainnya.

Kata Kunci : *Freemium*, Model Bisnis, Spotify

ABSTRACT

As technology advances, the world's consumption and distribution of music has shifted to digital. Music in digital format can be moved, copied, or even deleted so that pirated songs are still being played in various countries. One of the savior alternatives for the music industry is the presence of music streaming applications, which are a legal way to listen to music by paying for a license because the company works with record companies. Spotify is a music streaming application that is an example of a freemium business model that users can use for free or for a fee. This study focuses on analyzing the application of the freemium business model to the Spotify application. This research method uses descriptive qualitative research methods, where secondary data is taken in the form of company information, among others; company profile, services provided by the Spotify application, Spotify's business model canvas, company business model, and user reviews contained in the Google Playstore. The results obtained are that there are still users who complain about the system that often experiences disturbances such as songs suddenly stopping and the application crashing continuously, so users regret that they have paid for the service but it is not as expected. In addition, there are still users who find it difficult to make Freemium purchases through applications that seem complicated and difficult to connect. In addition to the many complaints that come in, there are still customer responses that appreciate both the price offered by Spotify which is friendly to students' pockets and the attractive features compared to other competitors such as the availability of a very helpful lyrics feature, the option to shuffle and many more. many others.

Keywords: Freemium, Business Model, Spotify

BAB I : PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring kemajuan teknologi, konsumsi dan distribusi musik dunia telah bergeser ke digital. Musik dengan format digital dapat dipindahkan, disalin, atau bahkan dihapus sehingga masih dijumpai lagu bajakan yang diputar di berbagainegara dan ini telah menjadi perhatian di industri musik karena mengurangi penjualan CD hingga 10-30%. Salah satu alternatif penyelamat bagi industri musik adalah hadirnya aplikasi streaming musik, yang merupakan cara sah untuk mendengarkan musik dengan membayar lisensi karena perusahaan bekerja sama dengan perusahaan rekaman. Salah satu aplikasi streaming musik secara luas terbesar di dunia adalah Spotify. Spotify merupakan contoh model bisnis *freemium* yang dapat digunakan pengguna secara gratis atau berbayar. Untuk sekarang, telah dijangkau pengguna Spotify di seluruh dunia sebanyak 207 juta pengguna. Keuntungan yang didapat Spotify berasal dari iklan pada pengguna gratis sebesar 11% dan 89% dari pengguna berbayar. Walaupun begitu, keuntungan yang didapat Spotify selama 10 tahun lebih di dunia streaming music digital masih belum banyak memperoleh keuntungan dikarenakan jumlah pengguna gratis masih lebih besar daripada pengguna berbayar. Untuk mengantisipasi hal tersebut, Spotify perlu meningkatkan inovasi perkembangan agar

model bisnis berbayar (*Freemium*) ini dapat diterima dan dinikmati bagi masyarakat luas agar mereka bisa beralih menggunakan paket premium ini. Diharapkan dengan fasilitas yang disediakan dalam paket premium ini bisa meningkat kepuasan pelanggan dibanding saat mereka menggunakan fitur gratis.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana sistematika model bisnis *Freemium* pada aplikasi Spotify?
2. Apa kelebihan dan kekurangan model bisnis *Freemium* pada aplikasi Spotify?
3. Bagaimana respon pelanggan terhadap kepuasan saat menggunakan model bisnis *Freemium* pada aplikasi Spotify?
4. Bagaimana penerapan *Business Model Canvas* model bisnis *Freemium* pada aplikasi Spotify?

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pemodelan Bisnis

Model bisnis adalah suatu gambaran tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai dari bisnisnya. Model bisnis sangatlah penting bagi perusahaan karena merupakan gambaran bisnis, termasuk langkah- langkah strategis. Langkah-langkah strategis tersebut untuk memastikan bahwa bisnis itu berhasil, layak, dan, tentu saja menguntungkan.

Ada beberapa manfaat dari penerapan model bisnis bagi perusahaan, yaitu (1) komponen model bisnis yang mempermudah perusahaan dalam mengambil keputusan sehingga dapat menghasilkan nilai bagi pelanggan dan perusahaannya. (2) pemodelan bisnis bisa digunakan perusahaan sebagai penguji konsistensi hubungan antar komponen (3) pemodelan bisnis dapat digunakan perusahaan sebagai penguji pasar dan asumsi untuk mengembangkan bisnis. (4) pemodelan bisnis bisa digunakan perusahaan sebagai petunjuk sebesar apa radikal perkembangan yang dilakukan dan bagaimana konsekuensinya.

Freemium

Istilah “*freemium*” dikemukakan Fred Wilson dari Union Square Ventures pertama kali pada tahun 2006. Anderson dalam Hao-Chen (2014) berpendapat bahwa “*Freemium* model berarti sebuah model bisnis yang menyediakan layanan gratis dengan fungsi dasar dan menarik pengguna dengan layanan-layanan gratis. Setelah mendapatkan konsumen dengan jumlah yang banyak, suatu bisnis menyediakan layanan dengan fitur yang berbeda dengan layanan gratis dengan cara konsumen diharuskan untuk membayar bila ingin mendapatkan layanan premium. Layanan *free* dan premium bukan berarti memberikan layanan yang berbeda melainkan menyediakan layanan dengan level yang berbeda. Kunci utama disini adalah tingkat

konversi pengguna yang akan beralih dari pengguna biasa menjadi pengguna berbayar.

Dalam model *freemium*, penawaran dasar adalah memberikan penawaran secara gratis dengan harapan pada akhirnya mempengaruhi pengguna untuk membayar layanan yang lebih, dengan kata lain memberikan layanan yang berkelanjutan dari layanan yang gratis, dengan harapan pada akhirnya mempengaruhi pengguna gratis untuk beralih ke layanan yang lebih. Model *freemium* mengangkat pertanyaan yang sangat penting, yaitu apa nilai yang diberikan kepada pengguna gratis. Dalam model *freemium* kita memilih untuk memberikan layanan secara gratis dengan harapan mendapatkan jumlah pengguna yang banyak, lalu mengkonversikan beberapa pengguna menjadi pengguna berbayar”.

Sistem Kerja Model Bisnis *Freemium*

Adapun beberapa tahapan dari sistem kerja model bisnis *freemium*, yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan *freemium* akan menawarkan produknya secara gratis di pasar sebagai edukasi dan mendapatkan *mindshare*.
2. Perusahaan *Startup freemium* akan memanfaatkan penggunaan data untuk meningkatkan kualitas produk mereka. Perusahaan akan menggunakan *A/B Testing* untuk membuat strategi yang menguntungkan. Kemudian *marketing*

team dapat menyaringnya melalui data yang telah dianalisis untuk memahami segmentasi pasar, *funner efficiency*, dan manajemen produk dapat menganalisis data tersebut untuk meningkatkan pengalaman pengguna. 3. *Startup freemium* mengumpulkan informasi tentang basis pengguna mereka seperti memahami siapa pengguna tersebut dan menganalisis pola penggunaan produknya untuk memprioritaskan upaya penjualan mereka.

Model bisnis *Freemium* dapat dibilang atraktif, tetapi ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan sebelum memulai bisnis *Freemium*. Seperti perusahaan harus mempertimbangkan puluhan juta pengguna potensial, distribusi gratis, produk yang diunduh oleh pengguna gratis harus memiliki proposisi nilai yang sederhana dan jelas, dan biaya margin untuk melayani pengguna yang rendah.

Business Model Canvas (BMC)

Osterwalder & Pigneur (2014) berpendapat bahwa model bisnis kanvas merupakan sebuah contoh usaha yang mendeskripsikan dasar pemikiran mengenai bagaimana sebuah organisasi/perusahaan menciptakan, menyerahkan, dan menangkap nilai. Dewasa dalam konsep model bisnis ini tidak ada kepastiannya. Oleh karena itu, konsep model bisnis kanvas ini bisa diartikan sebagai

konsep yang dapat menjadi bahasa bersama yang memungkinkan untuk mendeskripsikan dan memanipulasi model bisnis untuk menciptakan alternatif. Dalam bukunya yang berjudul “*Business Model Generation*” (2014), Osterwalder & Pigneur menciptakan suatu kerangka model bisnis dengan bentuk kanvas yang memuat 9 kotak berisikan elemen-elemen yang saling berkaitan. Kesembilan blok tersebut yakni:

1. *Customer Segment* (Segmentasi Pasar)
2. *Value Proposition* (Nilai tambah ditujukan untuk pelanggan)
3. *Channels* (Saluran penghubung dengan pelanggan)
4. *Customer Relationship* (Relasi yang hendak dibangun dengan para pelanggan)
5. *Revenue Streams* (Pendapatan yang diperoleh perusahaan)
6. *Key Resources* (Sumber daya yang diperlukan perusahaan)
7. *Key Activities* (Kegiatan yang dilaksanakan untuk menambah nilai tambah perusahaan)
8. *Key Partnership* (Mitra kerja sama)
9. *Cost Structure* (Komponen dana yang dikeluarkan)

BAB III : METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan

penjelasan atau gambaran mengenai fenomena yang terjadi pada masa sekarang. Adapun manfaat dari metode penelitian kualitatif deskriptif ini adalah untuk mendeskripsikan penerapan pola *freemium* dalam model bisnis aplikasi streaming Spotify. Melalui pemahaman dan data-data yang diperoleh peneliti, kemudian peneliti dapat menyusun hasil analisis penerapan model bisnis freemium pada aplikasi Spotify.

Salah satu jenis penelitian deskriptif adalah studi kasus. Dikutip dari buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Hardani, 2020), studi kasus merupakan metode untuk menganalisis data yang berkenaan dengan suatu kasus, di mana studi kasus ini mengarah kepada suatu kasus untuk mengkaji kondisi, kegiatan, perkembangan serta faktor-faktor yang penting dan menunjang kondisi dan perkembangan tersebut.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang peneliti peroleh dan kumpulkan dari dokumen-dokumen, dalam penelitian ini data sekunder yang dibutuhkan berupa informasi perusahaan antara lain; profil perusahaan, layanan yang diberikan aplikasi *Spotify*, *business model canvas Spotify*, dan model bisnis perusahaan.

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Dikutip dari buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Hardani,

2020), metode dokumentasi adalah suatu bentuk pengumpulan data dengan mencatat data yang sudah ada melalui dokumen-dokumen seperti jurnal-jurnal, internet, dan lain sebagainya.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistematika Model Bisnis Freemium Pada Aplikasi Spotify

Pada sistematikanya, Spotify sendiri menyediakan beberapa pilihan paket premium yang dapat dipilih dan disesuaikan dengan kebutuhan dari si calon pembeli. Adapun pilihan paket premium yang disediakan diantaranya yakni :

- a) *Mini* (Mulai dari Rp 2,500/hari untuk 1 akun)
- b) *Individual* (Mulai Rp 54,990/bulan setelah periode tawaran untuk 1 akun)
- c) *Duo* (Mulai dari Rp 71,490/bulan setelah periode tawaran untuk 2 akun)
- d) *Family* (Mulai dari Rp 86,900/bulan setelah periode tawaran untuk 6 akun)

Kelebihan Dan Kekurangan Menggunakan Aplikasi Spotify Freemium

Spotify, aplikasi yang menawarkan lebih dari 30 juta musik memiliki kelebihan dan kekurangannya tersendiri. Adapun beberapa kekurangan pada aplikasi Spotify *free version* adalah (1) Tidak dapat memutar lagu dengan keinginan pendengar (harus di *shuffle*), (2) Ada

banyak iklan di setiap beberapa menit saat memutar lagu secara acak, (3) Tidak dapat mendownload lagu secara offline, (4) Memiliki batas dalam *skip* lagu (maks. 6 *skip* untuk 1 jam).

Adapun kelebihan aplikasi Spotify premium versionnya adalah (1) Dapat memutar lagu secara bebas, (2) Tidak ada iklan, (3) Dapat mendownload lagu yang diinginkan dan mendengarnya secara offline, (4) Dapat *skip* lagu sesuai keinginan pendengar.

Kepuasan Pelanggan Menggunakan Aplikasi Spotify Freemium

Berdasarkan hasil pengamatan kami pada bulan Mei - Juni 2022 dari beberapa penilaian yang relevan pada *review Google Playstore* terhadap aplikasi Spotify ini terdapat pengguna yang masih mengeluh mengenai sistem yang sering mengalami gangguan seperti lagu tiba-tiba berhenti dan aplikasi mogok terus menerus, sehingga pengguna menyayangkan karena telah membayar layanan tersebut tetapi tidak sesuai yang diharapkan. Dan juga masih ditemukan pengguna yang kesulitan dalam melakukan pembelian Freemium melalui aplikasi yang terkesan rumit dan kesulitan untuk tersambung.

Di samping banyaknya keluhan yang masuk, masih juga ditemui respon pelanggan yang mengapresiasi baik dari segi harga yang ditawarkan oleh Spotify yang ramah di kantong pelajar. Hal tersebut dikarenakan Spotify selain menyediakan berbagai pilihan

model freemium juga menyediakan diskon khusus bagi para pelajar yang tentunya disambut baik pula. Dan juga pilihan lagu yang beragam serta adanya fitur-fitur menarik dibandingkan pesaing yang lain seperti tersedianya fitur lirik yang sangat membantu, opsi untuk shuffle dan masih banyak lainnya.

Business Model Canvas dari Aplikasi

Spotify Freemium

1. **Customer Segments:** Spotify menggunakan model platform multisisi untuk segmentasi pelanggannya, yaitu pada komunitas anak muda dan pengiklan untuk *advertising* lagu mereka). Spotify mempunyai audiens yang besar serta dapat menarik pengiklan, karena dari total pengguna Spotify hanya 25% yang menggunakan *premium* (berbayar), sisanya mendengarkan dengan versi gratis. Di sinilah pendapatan dihasilkan dari pengiklanan. Jadi, 2 basis pendapatan Spotify adalah pengguna *premium* (berbayar) dan pengiklanan yang beriklan di Spotify.
2. **Value Propositions:** *Value proposition* yang ditawarkan Spotify adalah kebaruannya, aksesibilitas, dan kenyamanan bagi pengguna yang melakukan *streaming* musik *online*. Ada 2 cara untuk mendengarkan lagu di Spotify, (1) Pengguna dapat mendengarkannya secara gratis tetapi harus mendengarkan iklan, dan (2) Pengguna dapat membeli akun

premium untuk mendengarkan musik selama satu bulan sepuasnya di Spotify. Proporsi nilai dalam Spotify adalah pelanggan memiliki akses ke seluruh *database*, tetapi ada *trade-off* di mana pelanggan tidak memiliki salah satu lagu, mereka hanya membeli hak untuk streaming dari *database* untuk jangka waktu yang dibeli untuk akun *premium* atau mendengarkan iklan jika menggunakan akun gratis.

3. **Channels:** Layanan ini tersedia di banyak platform dari komputer ke *handphone*, meskipun ada perbedaan untuk pengguna *premium* dan gratis. Channel utama adalah situs web perusahaan Spotify.com, aplikasi perangkat lunak, dan aplikasi seluler.
4. **Customer Relationships:** *Customer relationship* pada aplikasi Spotify adalah layanan otomatis yang merupakan bentuk swalayan yang lebih canggih. Pengguna dapat membeli *premium version* secara *online* dan menyesuaikannya dengan kebutuhan spesifik mereka. Pelanggan diberikan semua saran untuk membeli, mengunduh, dan menggunakan perangkat lunak itu sendiri. Hubungan ini didasarkan pada layanan mandiri dari bagian pertanyaan yang sering diajukan di situs web mereka, dan terdapat kontak pribadi (*direct contact*) untuk masalah teknis lebih lanjut. Selain itu, ada pemberian *rating/nilai*

terkait layanan yang ditawarkan Spotify. Spotify juga memprioritaskan pembeli dengan skala besar karena itu adalah bagian penting dari model bisnis *Freemium*.

5. **Revenue Streams:** Spotify beroperasi dengan model *Freemium* di mana mereka menawarkan layanan dasar *streaming online* dan dengan akun *premium* mereka menambahkan lebih banyak fitur ke dalamnya. Aliran pendapatan Spotify berasal dari biaya berlangganan dari pengguna *premium* serta dari biaya iklan dari perusahaan yang beriklan di platform untuk pengguna gratis. Pendapatan ini menciptakan total pendapatan di mana 70% digunakan untuk biaya lisensi lagu dan 30% untuk pendapatan tetap perusahaan.
6. **Key Resources:** *Key resources* utama perusahaan adalah perjanjian lisensi yang mereka miliki dengan label musik. *Key resources* fisik utama adalah platform dan perangkat lunak yang mereka butuhkan untuk mengoperasikan layanan dan menawarkan kepada pelanggan. *Key resources* intelektualnya adalah nama brandnya sendiri yang dibuat, yaitu Spotify. Dan sumber daya manusia utamanya adalah insinyur jaringan iklan perangkat lunak yang memastikan pengoperasian, pengembangan, dan evolusi perangkat lunak.

7. **Key Activities:** *Key activities* yang paling penting adalah menjaga agar platform/perangkat lunak tetap beroperasi setiap saat untuk memenuhi harapan pelanggan. Pemeliharaan platform adalah kegiatan terpenting karena merupakan hubungan langsung dengan pelanggan dan gangguan apapun dapat menimbulkan resiko besar dan akan merusak *brand*, basis pelanggan, dan perusahaan itu sendiri.
8. **Partner Network:** Pemasok utama adalah label musik besar dan perusahaan rekaman, yang melisensikan musik ke Spotify. Spotify juga memiliki berbagai mitra di berbagai negara, kemitraan ini digunakan untuk merek bersama dan menjual tanpa batas untuk mempromosikan Spotify dan produk tertentu.
9. **Cost Structure:** *Cost* (biaya) paling penting dari Spotify adalah biaya lisensi dengan label musik dan perusahaan *recording*, yang mengambil 70% dari pendapatan. Sisa 30% dari pendapatan digunakan untuk menutupi biaya operasional perusahaan seperti gaji dan biaya lainnya. Biaya penting lainnya adalah biaya pemeliharaan platform seperti server, program, dan lain sebagainya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Spotify merupakan salah satu contoh dari model bisnis freemium dimana pengguna dapat menikmati aplikasi ini secara gratis atau berlangganan untuk membayar. Untuk sekarang, telah dijangkau pengguna Spotify secara global sebanyak 207 juta pengguna. Keuntungan yang didapat Spotify berasal dari iklan pada pengguna gratis sebesar 11% dan 89% dari pengguna berbayar. Walaupun begitu, keuntungan yang didapat Spotify selama 10 tahun lebih di dunia streaming music digital masih belum banyak memperoleh keuntungan dikarenakan jumlah pengguna gratis masih lebih besar daripada pengguna berbayar. Untuk mengantisipasi hal tersebut, Spotify perlu meningkatkan inovasi perkembangan agar layanan berbayar ini dapat dinikmati oleh masyarakat luas sehingga mereka bisa beralih menggunakan paket premium.

Keuntungan yang didapat dari pengguna Freemium pada Aplikasi Spotify ini adalah terbebas dari iklan, dilengkapi fitur-fitur tambahan yang sangat membantu seperti adanya lirik, opsi shuffle lagu, fitur *download* lagu pada playlist, dan masih banyak lainnya. Namun disamping itu masih banyak ditemui respon pelanggan akan keluhan-keluhan yang terjadi yang diharapkan bisa cepat diatasi agar menjaga kepuasan pelanggan.

Saran

Penyedia layanan streaming musik seperti Spotify didorong untuk mengoptimalkan nilai

atau manfaat layanan premium agar dapat membuat penggunanya senang dan terus mengabdikan pada perusahaannya. Beberapa cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan layanan streaming musik premium dari sudut pandang pengguna adalah dengan mengidentifikasi fitur dan manfaat utama yang dicari konsumen, atau secara teratur menyelidiki kekurangan dan manfaat layanan. Layanan kompetitor memperhatikan apa yang menjadi pelanggan Anda, nantinya akan diadaptasi dan dikembangkan kembali oleh perusahaan, serta dibandingkan dengan kompetitor yang bergerak di bidang yang sama. Selain itu, disarankan untuk bersikap tanggap dalam menanggapi kekurangan yang terjadi dan menjaga kepercayaan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewantara, D., & Indriyani, R. (2020).
Analisa Pengembangan Bisnis pada PT. Sentosa Adi Makmur Surabaya (Studi Kasus pada Aspek Pemasaran). *Agora*, 3(1).
- Febriani, A., & Tiorida, E. (2019).
Pengaruh Perceived Value Spotify Premium Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa di Wilayah Bandung Raya). *In Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1193–1203.
- Hardani. Ustiawaty, J. A. H. (2019).
Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Issue April).
- Majid, Z. H., Brawijaya, U., Administrasi, F. I., Bisnis, J. A., & Pemasaran, K. M. (2018) *DALAM MODEL BISNIS APLIKASI*.
- Spotify Solvay Case. (n.d.). *Spotify Business Model Canvas*.
<https://spotifycase.wordpress.com/5-the-business-model/> Spotify. (n.d.). *Spotify*.
<https://www.spotify.com/id>