

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan Netflix

Netflix adalah perusahaan terkemuka penyedia layanan *streaming video* yang berbasis langgan dengan beban biaya yang ditagihkan, Netflix menyediakan berbagai konten seperti acara Tv dan film tanpa adanya gangguan iklan, pengguna Netflix dapat mengakses layanan Netflix kapanpun, dimanapun yang pengguna inginkan dengan menggunakan gawai yang tersambung dengan internet menggunakan ponsel, tablet, decoder, media streaming, smart TV, hingga konsol game. Netflix pun bisa diakses melalui browser internet dan tidak selalu harus menggunakan aplikasi Netflix. selain itu Netflix memiliki beberapa jenis paket layanan di Indonesia yakni paket ponsel, *basic*, *standard*, dan *premium* (Tysara, 2021).

1.1.2 Logo Perusahaan Netflix



Gambar 1.1 Logo Netflix

Sumber: Netflix (2022)

1.2 Latar Belakang

Di zaman modern ini, perekonomian bisnis dunia berkembang dengan pesat didukung dengan peningkatan teknologi, termasuk di industry *video on demand* (VoD). Pada era sekarang banyak pelaku bisnis yang bergerak di bidang industri *video on demand* (VoD) ini, sebagaimana terlihat pada Gambar 1.2 dibawah ini. Bertambahnya pelaku bisnis akan berakibat terhadap timbulnya persaingan bisnis,

oleh karenanya suatu perusahaan harus mampu mengimbangi perusahaan kompetitor satu sama lain.

Adanya layanan *streaming Video on Demand* (VoD) didasari dengan adanya perkembangan teknologi yang meningkat sehingga saat ini banyak orang melakukan aktivitas sehari-hari dengan melibatkan teknologi internet sudah menjadi hal yang umum diantaranya seperti *video streaming*, *e-learning*, *video conference* dan lainnya. Hal tersebut didukung berdasarkan jumlah pengguna internet dari hasil riset data oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 77% penduduk Indonesia merupakan pengguna internet atau 210 juta pengguna ditahun 2022 (Dewi, 2022).

Wayne (2017) memaparkan bahwa *subscription Video on Demand* merupakan sebuah program hiburan yang dibuat dengan memberikan layanan yang menyediakan berbagai konten seperti film, acara televisi, ataupun konten media lainnya hal ini termasuk produk atau *services* yang diberikan oleh *video on demand* provider kepada pelanggannya. Disamping itu pihak penyedia layanan *Video on Demand* (VoD) membebankan biaya berlangganan (umumnya per bulan) pada pengguna untuk dapat mengakses perpustakaan koleksi *streaming* yang di sediakan dengan tempat dan waktu yang tidak ditentukan asalkan pengguna memiliki sambungan internet tanpa jadwal siaran konten tertentu.

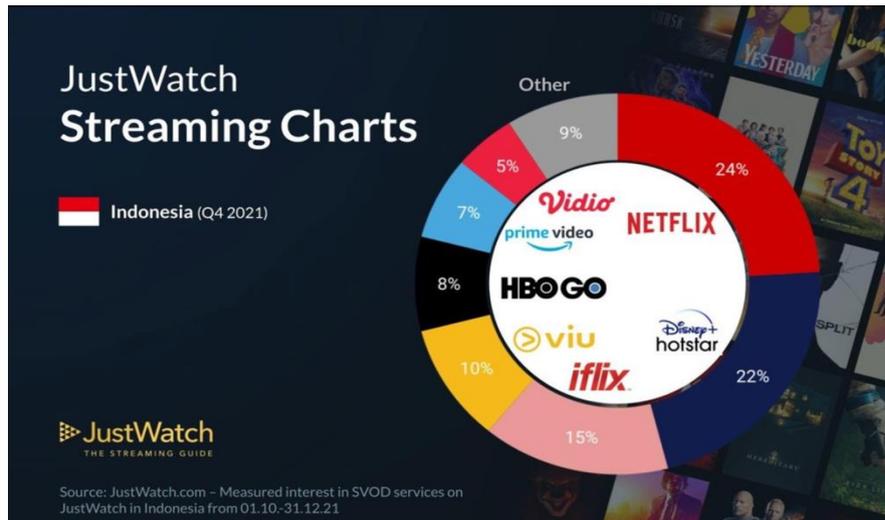
Produk yang dimaksud pada penelitian ini merupakan suatu produk yang bergelut pada bidang jasa pelayanan dengan fokus penyediaan layanan *streaming Video on Demand* (VoD) yang bisa di akses saat pengguna terhubung dengan internet, layanan yang disediakan oleh Netflix memiliki berbagai konten seperti serial original milik Netflix tersendiri, film, dokumenter, serial televisi, konten yang memenangkan penghargaan, serta acara lainnya dengan kualitas tampilan yang bisa diatur oleh pengguna yakni Standar (SD), Definisi Tinggi (HD), atau Definisi Ultra Tinggi (UHD) (Netflix, 2022).

Konten yang disediakan oleh Netflix memiliki perbedaan variasi berdasarkan wilayahnya, namun dapat memberikan rekomendasi konten berdasarkan konten yang telah ditonton, selain itu pengguna dapat mengunduh

acara konten yang disediakan pada perangkat sistem Windows 10, Android, maupun iOS yang bisa ditonton tanpa sambungan internet (Netflix, 2022).

Netflix juga dapat diakses dan digunakan dengan perangkat lain yang terhubung dengan internet dimana perangkat tersebut telah menyediakan tawaran aplikasi Netflix seperti ponsel, tablet, decoder, media streaming, smart TV, hingga konsol game berdasarkan variasi paket yang disediakan oleh Netflix. Karena Netflix memiliki variasi paket dan harga yang berbeda tergantung paket yang dipilih meliputi paket ponsel, dasar, standar, dan premium dengan harga yang ditentukan pada setiap paket. Jumlah gawai yang bisa dipakai untuk mengakses dan menggunakan Netflix di waktu yang sama bergantung pada layanan paket pilihan (Netflix, 2022).

Layanan *streaming Video on demand* (VoD) pertama kali diperkenalkan oleh Netflix yang didirikan pada tahun 1997 sebagai perusahaan penyedia layanan *streaming* online dengan berbasis biaya berlangganan yang ditagihkan (Haerunisa, 2020). Kemudian *Video on demand* (VoD) masuk ke Indonesia pada awal tahun 2016 (CNN Indonesia, 2020). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan Justwatch.com pada sebuah artikel telah menjadi pendukung bahwa minat pelanggan terhadap penggunaan layanan video *streaming* saat ini cukup tinggi, seperti yang ada pada Gambar 1.2 dibawah menunjukkan bahwa Netflix merupakan layanan *Vidio on Demand* (VoD) yang populer bagi konsumen dengan jumlah pengguna persentase paling besar pada tahun 2020 yaitu 24%, kemudian disusul oleh Disney+ Hotstar dengan jumlah persentase 22% sebagai peringkat kedua, dan Iflix sebanyak 15% sebagai peringkat ketiga berdasarkan jumlah subscriber di Indonesia (Kumparan Bisnis, 2022).

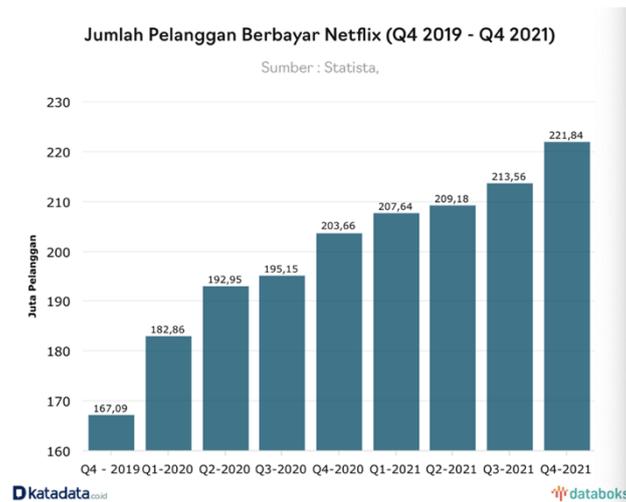


Gambar 1.2 Tren Layanan Video Streaming di Indonesia

Sumber: Data justwatch: Netflix Masih Kuasai Pasar Indonesia

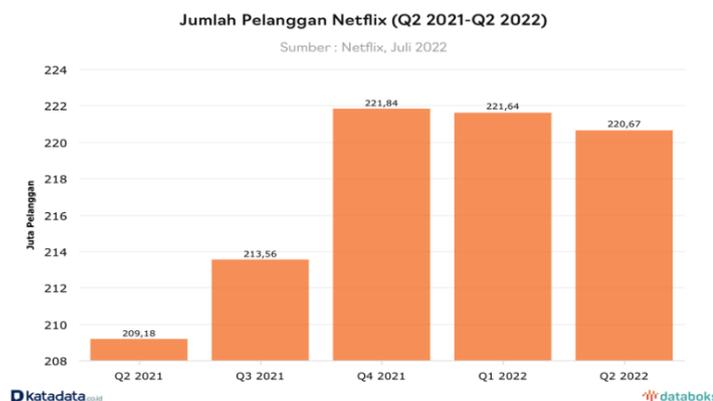
(Kumparan Bisnis, 2022)

Dengan keberhasilan yang telah diraihinya, Netflix menduduki peringkat pertama berdasarkan tingkat pengguna layanan yang paling banyak digunakan, menjadikan Netflix sebagai wajah pada media penyedia layanan *Video on Demand* (VoD), hal tersebut dapat dibuktikan seperti pada Gambar 1.3 dibawah dengan adanya peningkatan jumlah pelanggan Netflix yang signifikan dari setiap tahun per kuartalnya selalu mengalami peningkatan. Dibandingkan kuartal yang sama di tahun sebelumnya, terdapat peningkatan 8,93% pada kuartal IV 2021 dari 20,366 juta pengguna menjadi 221,84 juta pengguna. Namun demikian dengan adanya peningkatan yang terjadi, Netflix menyebutkan bahwa angka tersebut masih di bawah target awal mereka yakni 8,5 juta pelanggan di kuartal IV 2021 namun hanya mendapat 8,2 juta pelanggan (Rizaty, 2022).



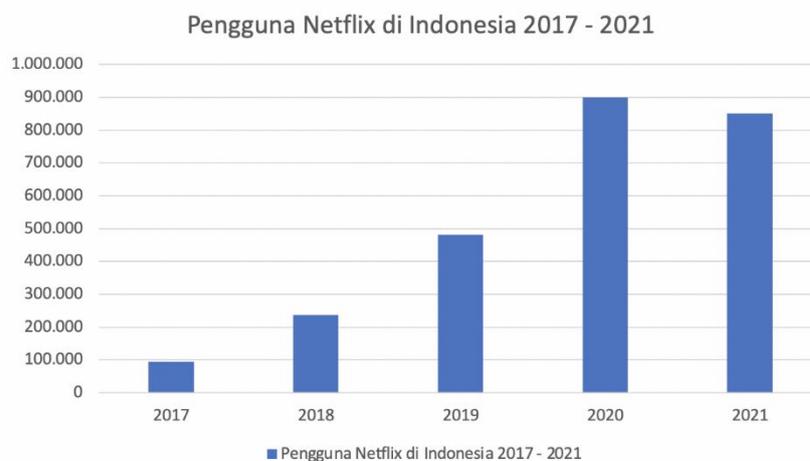
Gambar 1.3 Jumlah Pelanggan Berbayar Netflix (Q4 2019 – Q4 2021)
Sumber : Pelanggan Netflix Dunia Capai 221,84 Juta pada Kuartal IV 2021
 (Rizaty, 2022)

Selama dua tahun terakhir, Netflix meraih reputasi yang baik dan peningkatan pelanggan yang signifikan. Gambar 1.4 memperlihatkan Netflix telah mengalami penurunan drastis yang merupakan penurunan pertama kalinya selama 10 tahun terakhir sejak 2011 dengan kehilangan sebanyak 200.000 pelanggan pada kuartal I tahun 2022 dengan total pelanggan 221,64. juta. Kemudian disusul pada kuartal 2 tahun 2022 Netflix kehilangan hampir 1 juta pelanggan yaitu sebanyak 970.000 pelanggan dengan total pelanggan Netflix saat ini 220.67 juta (Dihni, 2022).



Gambar 1.4 Jumlah Pelanggan Netflix Global
Sumber : Pelanggan Netflix Berkurang Hingga 970 Ribu di Kuartal II 2022 (Dihni, 2022)

Seiring dengan penurunan pelanggan, saham Netflix Inc. ikut mengalami penurunan yang cukup tinggi sebesar 25,7% dalam perdagangan saham *after hours* pada saham emiten seperti layanan *streaming-vidio* serupa yaitu Walt Disney Co. dan Roku Inc. yang ikut melemah. Permasalahan yang terjadi dijelaskan oleh manajemen Netflix disebabkan oleh empat penyebab diantaranya yaitu penggunaan satu akun Netflix oleh beberapa pengguna, kemudian persaingan yang berkembang dengan adanya layanan *streaming video* serupa, selain itu, dijelaskan karena adanya invasi Rusia ke Ukraina dengan penarikan layanan Netflix pada Rusia sehingga pelanggan Netflix dari Rusia berkurang. Selanjutnya harga yang dibanderolkan oleh Netflix menjadi salah satu faktor terjadinya penurunan pelanggan tersebut (Nugroho, 2022).



Gambar 1.5 Jumlah Pengguna Netflix di Indonesia 2017-2021

Sumber: Olahan peneliti dari penggabungan data pelanggan Netflix menurut Jayani (2019) dan Jemadu (2021)

Dengan penurunan pelanggan secara global sebagaimana yang telah dijelaskan, demikian seperti pada Gambar 1.5 diatas dapat dilihat kondisi pelanggan di Indonesia bahwa pertumbuhan pelanggan Netflix mengalami perkembangan yang pesat di Indonesia, dimana pada tahun 2017 Netflix baru memiliki pelanggan sebanyak 95 ribu, kemudian pada tahun 2018 tumbuh menjadi 237,3 ribu pelanggan, pada tahun 2019 tumbuh mencapai 482 ribu pelanggan dan selanjutnya pada tahun 2020 Netflix mencapai 900 ribu pelanggan, data tersebut diperoleh berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Nakono sebagai perusahaan riset

penelitian di bidang ekonomi digital, riset tersebut yang mengacu pada pelanggan *streaming* dan akun pelanggan (Jayani, 2019).

Kemudian berdasarkan survei yang telah dilakukan Media Partners Asia (MPA) pada tahun 2021 pengguna Netflix di Indonesia berada di tingkat paling bawah dari pada yang lainnya, yaitu dengan jumlah pelanggan 850.000 ribu, dibandingkan dengan Disney+ sebagai layanan *streaming* pendatang yang sudah memiliki jumlah pelanggan 2,5 juta, disusul dengan Viu sebanyak 1,5 juta, dan Vidio sebanyak 1,1 juta pengguna (Jemadu, 2021). Hal tersebut menunjukkan jumlah pelanggan Netflix di Indonesia sudah lebih dulu menurun dari tahun 2020-2021 dibandingkan pelanggan secara global.

Jumlah pelanggan Netflix di Indonesia tahun 2022 saat ini belum diketahui jumlahnya secara spesifik dikarenakan akses data yang terbatas, namun dilihat dari penurunan jumlah pelanggan secara global pengguna Netflix berasal dari beberapa negara yang diantaranya terdapat 33,72 juta berasal dari Asia Pasifik yang diantaranya termasuk Negara Indonesia (Annur, 2022).



Gambar 1.6 Rentang Harga Langganan Platform Streaming Video per Bulan

Sumber: Ini Daftar Harga Streaming Video dari Netflix hingga HBO GO
(Karnadi, 2022)

Seperti yang telah dijelaskan oleh manajemen Netflix terkait harga telah menjadi penyebab berkurangnya pelanggan, maka dapat dilihat pada Gambar 1.6

diatas terkait rentang harga layanan platform *streaming Video on Demand* (VoD) dari berbagai platform yang ada, bahwa biaya layanan paling lebar adalah Netflix, selanjutnya diikuti oleh Mola dan seterusnya. Netflix memiliki nilai rentang harga jual dari pada platform lain seharga Rp54.000,00 sampai Rp186.000,00 perbulannya (Karnadi, 2022). Hal ini dikarenakan Netflix memiliki beberapa jenis layanan berlangganan, diantaranya paket terendah yaitu paket ponsel seharga Rp54.000,00; paket dasar seharga Rp120.000,00; paket standar Rp153.000,00; kemudian paket tertinggi yaitu paket premium dengan biaya langganan Rp186.000,00 (Fadil, 2022).

Selain harga langganan Netflix yang menjadi salah satu faktor berkurangnya pelanggan, Netflix memiliki banyak keluhan dari para pelanggannya terkait kualitas layanan. Dimana terdapat pengguna yang sedang menggunakan Netflix untuk menonton mengalami *blank screen* atau munculnya layar hitam pada tayangan konten namun tayangan tersebut masih berlanjut dengan adanya suara meski tayangan belum selesai, kemudian jaringan juga menjadi permasalahan yang dilakukan dimana pelanggan yang akan menggunakan aplikasi Netflix mengalami status jaringan *error* atau tidak tersedianya jaringan namun jaringan yang dimiliki oleh pengguna memiliki koneksi yang baik. Keluhan tersebut disampaikan oleh pengguna Netflix melalui kolom komentar pada aplikasi App Store tempat pengunduhan aplikasi Netflix yang dilihat oleh ribuan pembaca dan diolah oleh peneliti dalam kurun waktu 1 tahun terakhir yaitu 2021-2022, dengan jumlah *rating* atau penilaian terendah Netflix saat ini mencapai posisi kedua dari jumlah *rating* tertinggi yang tidak terlihat berbeda jauh (App Store, 2022).

Berdasarkan data dan penjelasan yang telah dipaparkan diatas, bisa ditarik kesimpulan bahwa terdapat sejumlah faktor yang dipertimbangkan pelanggan saat membuat suatu keputusan pembelian, yaitu harga dan *e-service quality*. Kemudian permasalahan yang dialami oleh industri media dengan layanan *streaming* Netflix adalah penetapan harga biaya langganan yang cukup tinggi menimbang dengan biaya langganan platform lain yang jauh lebih rendah, kemudian kualitas layanan yang diberikan Netflix saat ini kurang memberikan kualitas layanan yang maksimal berdasarkan *review* dari aplikasi App Store tempat pengunduhan aplikasi Netflix

pada tahun 2021-2022. Hal tersebut memotivasi penulis untuk menjadikan harga dan kualitas layanan sebagai variabel X pada penelitian ini.

Dari uraian latar belakang tersebut, penyebab permasalahan yang ada pada umumnya telah dijelaskan oleh manajemen Netflix sebagaimana pada halaman 6 namun hal tersebut mencakup seluruh pelanggan Netflix secara global, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu hasil riset lapangan serta kondisi pelanggan Netflix di Indonesia. Dengan demikian, suatu penelitian perlu dilaksanakan dalam rangka mencari tahu bagaimana harga dan *e-service quality* memengaruhi pengambilan keputusan pembelian suatu layanan *streaming Vidio on Demand* (VoD) pada Netflix. Dengan hal tersebut penulis memiliki minat untuk melaksanakan penelitian yang mengkaji “**Analisis Pengaruh Harga dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Berlangganan Streaming Vidio on Demand (VoD) Pada Netflix di Indonesia**”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, telah diketahui bahwa Netflix merupakan layanan *streaming* paling diminati dengan jumlah pengguna terbanyak dibandingkan dengan layanan streaming serupa, namun mengingat pada kondisi performa Netflix saat ini yang sedang berada di posisi yang kurang baik dan kurang stabil dalam menjalankan bisnis dan bersaing dengan perusahaan media layanan *Video on Demand* (VoD) serupa, sehingga peneliti memiliki motivasi untuk melaksanakan penelitian yang mengkaji faktor yang mempengaruhi terjadinya permasalahan tersebut, yakni meliputi harga, kualitas layanan, yang akan menjadi salah satu faktor alasan untuk membeli produk layanan Netflix.

Jika melakukan komparasi dengan perusahaan serupa, biaya produk Netflix relatif tinggi. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang sudah di konfirmasi oleh perusahaan dalam mempengaruhi adanya penurunan pelanggan yang cukup tinggi pada tahun 2022 yaitu sebanyak 200.000 ribu pelanggan, hal tersebut menjadi peristiwa kejatuhan perusahaan tersebut dalam 10 tahun terakhir (Javier, 2022). Demikian pula kondisi pengguna Netflix di Indonesia mengalami penurunan sejak

2021 dengan jumlah pelanggan paling rendah dibandingkan platform lain yaitu 850 ribu pelanggan (Jemadu, 2021).

Mulanya Netflix berada pada kondisi yang stabil dan baik menimbang dengan kualitas layanan yang ditawarkan oleh Netflix cukup baik di bandingkan dengan layanan *streaming Video on Demand* (VoD) serupa lainnya. Namun, pada tahun 2021-2022 saat ini netflix mendapatkan banyak keluhan terkait kualitas layanannya berdasarkan *review* dari Appstore tempat pengunduhan aplikasi mobile Netflix di Iphone seperti sebagaimana yang telah dijelaskan pada uraian latar belakang pada halaman 7.

Permasalahan yang dialami Netflix memiliki performa negatif dan memberikan dampak yang cukup serius pada perusahaan, sebagaimana yang telah dijelaskan diatas sehingga Netflix mencapai posisi yang tidak stabil saat ini akan menjadikan fokus penelitian mengarah pada apakah hargadan kualitas layanan menjadi faktor terjadinya permasalahan penurunan pelanggan yang dialami netflix saat ini. Oleh sebab itu, rumusan masalah ini memiliki pertanyaan masalah yang meliputi:

1. Bagaimana persepsi responden terhadap harga dari layanan *streaming Video on Demand* (VoD) Netflix?
2. Bagaimana persepsi responden terhadap kualitas layanan dari layanan *streaming Video on Demand* (VoD) Netflix?
3. Bagaimana persepsi responden terhadap keputusan pembelian dari layanan *streaming Video on Demand* (VoD) Netflix?
4. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan dari harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk layanan *streaming Video on Demand* (VoD) Netflix?
5. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk layanan *streaming Video on Demand* (VoD) Netflix?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan rumusan permasalahan tersebut, tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mencari tahu persepsi responden terhadap harga dan kualitas layanan dari layanan *streaming Video on Demand (VoD) Netflix*?
2. Untuk mencari tahu persepsi responden terhadap kualitas layanan dari layanan *streaming Video on Demand (VoD) Netflix*?
3. Untuk mencari tahu persepsi responden terhadap keputusan pembelian dari layanan *streaming Video on Demand (VoD) Netflix*?
4. Untuk mencari tahu apabila harga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk layanan *streaming Video on Demand (VoD) Netflix*?
5. Untuk mencari tahu apabila kualitas layanan dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk layanan *streaming Video on Demand (VoD) Netflix*?

1.5 Manfaat Penelitian

Atas tujuan masalah tersebut, terdapat sejumlah manfaat yang diharapkan bisa diberikan oleh penelitian ini, yakni:

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ilmiah, diharapkan temuan penelitian ini memiliki manfaat bagi penelitian di masa mendatang mengenai subjek yang sama atau terkait, sehingga dapat ditemukan pengetahuan dengan judul yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga Jual dan kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Berlangganan *Streaming Vidio on Demand (VoD) Pada Netflix di Indonesia*”

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis, sebagai bekal pengalaman untuk menerapkan wawasan mahasiswa sepanjang perkuliahan ke dalam kerja nyata.
- b. Bagi Perusahaan Netflix, sebagai sumbangan pemikiran dalam menambah pemahaman tentang “Analisis Pengaruh Harga Jual dan

kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Berlangganan *Streaming Vidio on Demand* (VoD) Pada Netflix di Indonesia

- c. Bagi Penelitian Lain, penelitian ini bisa meneruskan sumbangan pemikiran yang bisa dijadikan sebagai bahan informasi atau referensi kepada pembaca dan penulis selanjutnya yang ingin mengembangkan ini.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berdasarkan garis besar pada tugas akhir ini, maka terdapat 5 bab di mana tiap babnya dibagi menjadi sejumlah sub-bab yang rinciannya adalah sebagai berikut:

1. BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab pertama, peneliti mengemukakan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat serta sistematika penulisan tugas akhir.

2. BAB 2 : TINJAUAN PERPUSTAKAAN

Di bab kedua, peneliti mengemukakan mengenai teori-teori terkait penelitian dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian

3. BAB 3 : METODE PENELITIAN

Di bab ketiga, peneliti mengemukakan jenis penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data

4. BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Di bab keempat, peneliti menyajikan beberapa data-data yang diperlukan serta melakukan karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan temuan penelitian

5. BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kelima yakni bab terakhir, peneliti menjelaskan simpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan serta masukan yang memiliki manfaat untuk perusahaan.

Halaman ini sengaja dikosongkan