BAB I

PENDAHULUAN

Seiring pesatnya perkembangan teknologi dari masa ke masa, konsumsi dan pendistribusian musik secara global telah berubah menjadi digital. Musik dalam bentuk digital saat ini dapat dipindahkan, digandakan, atau bahkan dihapus. Hal-hal seperti ini mengakibatkan banyak bermunculan pembajakan atas musik yang dilakukan di berbagai belahan dunia dan hal tersebut menjadi perhatian dalam industri musik karena menurunkan pendapatan dari penjualan CD sebesar 10-30% (Caesaro & Pastore, 2014). Hal seperti ini sudah dapat terlihat dari beberapa aktivitas manusia yang telah berubah menjadi lebih modern dan lebih mengikuti zaman. Salah satu kegiatannya adalah mendengarkan musik secara streaming baik secara offline maupun online, tentunya hal tersebut dapat meningkatkan industri musik Indonesia. Pola konsumsi masyarakat dalam menikmati musik pada saat ini juga mengalami beberapa perubahan, karena kemajuan teknologi yang begitu pesat juga berpengaruh dalam industri musik di Indonesia yang membuat perubahan besar dalam merilis musik dari yang tadinya berbentuk fisik (CD, kaset, dll) menuju bentuk digital atau dikenal dengan streaming. Hal tersebut membuat para pendengar dapat dengan mudah mendengarkan dan mengunduh lagu yang pendengar inginkan secara cepat dan lebih praktis dibandingkan harus membeli CD atau kaset (Arrisetio, 2017).

Spotify merupakan aplikasi layanan streaming musik yang dapat dinikmati secara online maupun offline asal Stockholm, Swedia. Spotify mulai masuk ke Indonesia pada 30 Maret 2016, di mana aplikasi streaming musik Spotify ini pertama kali diluncurkan pada September 2008 serta telah menjadi penyedia hak cipta atas musik yang diunggah dan dapat dipastikan bahwa musik yang ada di aplikasi Spotify ini adalah original sehingga pengguna dapat menikmati beragam koleksi musik yang dimiliki oleh Spotify secara resmi (Andry, 2019). Saat ini, Spotify memberikan kesempatan kepada para pendengar untuk mencoba kemudahan fitur dan keunggulan layanan berbayar pada Spotify premium dengan akses layanan gratis agar para pendengar dapat melakukan pertimbangan dan penilaian untuk melakukan pembelian. Sebelum para pendengar membuat keputusan untuk melakukan pembelian pasti

dimulai dari keinginan para pendengar (Paiz et al., 2020). Spotify menjadi platform streaming musik terbesar di dunia. Spotify telah mencapai 36% dari seluruh industri platform streaming musik dunia sejak awal rilis pada tahun 2008 (Twinkle, 2019). Menurut Statista (2020), nilai pasar musik streaming di Indonesia pada tahun 2020 mencapai Rp. 2,1 triliun. Keputusan para pendengar untuk membeli akun paket premium terjadi setelah para pendengar mengenal, menggunakan, dan merasakan kualitas layanan sesuai yang diharapkan oleh para pendengar. Kotler (2000) mengatakan bahwa keputusan konsumen dalam pembelian dipengaruhi oleh kualitas perusahaan yang mencakup produk, harga, citra merek, harga, dan promosi. Para pendengar akan mempunyai niat untuk melakukan pembelian dengan sistem online karena sistem pembelian online merupakan kondisi yang diinginkan oleh para pendengar (Pavlou, 2003). Para pendengar dapat melakukan pertimbangan terhadap layanan berdasarkan pengetahuan informasi yang para pendengar ketahui tentang keunggulan dan keuntungan dari suatu layanan, para pendengar akan berniat membeli karena dipengaruhi dengan informasi yang didapat. Informasi memungkinkan para pendengar untuk menilai aspek berharga dari layanan yang diberikan kepada para pendengar (Amriel, 2018). Peningkatan jumlah pengguna internet mengakibatkan banyaknya inovasi baru dari penyedia jasa seperti layanan jual beli berbasis website (e-commerce), portal berita online, e-learning, social media, dan juga jasa streaming seperti music dan juga video. Sebanyak 85% pengguna internet di Indonesia menggunakan internet melalui smartphone dan 32% melalui laptop (Fajrian, 2015). Industri musik selalu mendapatkan keuntungan yang sangat besar dan bisa mengontrol hampir seluruh artis dan konsumen selama bertahun-tahun.

Selama itu, industri musik selalu didominasi oleh Universal Music Group, Sony Music Entertainment, Warner Music Group, dan EMI Music Group atau yang biasa disebut dengan *Big Four of the music industry*. Keempat musik industri tersebut mengontrol perusahaan besar sebagai media perantara antara artis dan penggemar, perekrutan band, menjual musik, dan memberikan royalti penjualan kepada artis (Maftai, 2016). Namun, dengan seiringnya waktu dominasi dari big four of the the music industry mulai tergeserkan karena adanya perkembangan dari industri musik yang memanfaatkan kemajuan teknologi. Pemakaian mobile technology seperti smartphone dengan menggunakan internet dalam pengoperasian cloud media semakin sering terlihat daripada penggunaan disk sebagai bentuk penyimpanan data (Wu,

2017). Survey yang dilakukan oleh APJII menunjukkan bahwa pesatnya perkembangan industri musik di bidang teknologi informasi mengakibatkan cara mendengarkan musik mengalami perubahan. Hal tersebut diketahui karena 35,5% atau sekitar 46,9 juta orang dari populasi pengguna internet di Indonesia mendengarkan musik secara online (APJII, 2016). Menurut Cummings (2016), sebagai salah satu aplikasi musik yang sangat dikenal masyarakat, Spotify telah menjadi pemimpin global terdepan dalam platform music streaming. Berdasarkan data yang dirilis dalam situs Spotify.com, pada tahun 2017 jumlah pengguna berbayar Spotify telah mencapai 60 juta dengan pengguna aktif mencapai sekitar 140 juta. Berdasarkan infografis yang dirilis oleh AdWeek, 72% pengguna Spotify adalah generasi milenial. Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, peneliti tertarik meneliti Spotify karena jumlah pengguna Spotify berbayar lebih sedikit dibandingkan dengan pengguna aktif. Layanan yang memiliki beberapa keunggulan pada fiturnya akan menarik perhatian konsumen untuk berniat melakukan pembelian online (Ahmad, 2015). Menurut Rowley (2006), sebelum konsumen melakukan pembelian secara online, konsumen membuat pilihan yang didasari oleh beberapa alasan system layanan yang lengkap. Penelitian yang ingin dilakukan oleh peneliti meliputi faktor-faktor seperti perceived usefulness, product excellence, dan willingness to pay terhadap pembayaran account Spotify premium.