

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kencangnya industri teknologi yang terus berkembang dengan zaman, menonton film tidak hanya bisa diakses melalui digital video disc (DVD), televisi, ataupun layar lebar di bioskop. Selama perangkat seluler terhubung dengan internet yang stabil, film bisa diakses menggunakan perangkat smartphone dan laptop dari mana saja dan kapanpun, sepuasnya. Film yang berasal dari regional yang berbeda pun bisa diakses sekaligus dengan perangkat yang terhubung dengan internet. Perbedaannya, tidak gratis menonton film atau serial TV (TV Show). Beberapa situs web dapat diakses masyarakat untuk menikmati layanan menonton film. Netflix, perusahaan *Video-On-Demand* yang ditemukan oleh Marc Randolph dan Reed Hastings adalah salah satu model platform media yang mengemukakan hiburan tontonan berbasis streaming melalui sistem langganan.

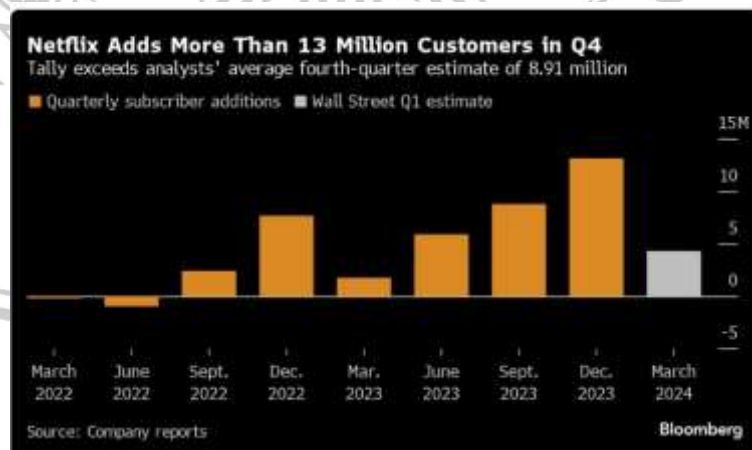
Pada tahun 2016, Netflix resmi merilis aplikasinya dengan antarmuka berbahasa Indonesia dan subtitle lainnya. Per 27 Januari 2016, Telkom Group berhasil memblokir karena tidak adanya izin mengudara di Indonesia. Netflix kembali berhasil bekerja sama dengan Telkom Group pada 7 Juli tahun 2020 setelah sebelumnya memblokirnya. Selain Netflix, ada Video On-Demand lainnya seperti Disney+ Hotstar, yang baru diluncurkan di Indonesia pada September 2020 dan sekarang menjadi pesaing kuat Netflix. Ada juga Amazon Prime dan HBO GO. Netflix masih memiliki jumlah pelanggan terbesar di Indonesia, meskipun biaya berlangganan ketiga platform ini menunjukkan harga tertinggi. Karena popularitas Netflix yang kuat, orang Indonesia lebih suka berlangganan Netflix daripada platform lain. Dengan genre yang beragam dan subtitle yang tersedia dalam berbagai bahasa, tentunya dimaksudkan untuk membuat pengguna lebih mudah mengakses layanan streaming yang mereka

inginkan. Hasil survei Populix menunjukkan bahwa Netflix adalah aplikasi Video On-Demand (VOD) yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan porsi 69%.



Gambar 1.1 1  
(The Jakarta Post)

Disebutkan bahwa Netflix berhasil mencapai lebih dari 13 juta pengguna selama sembilan bulan pertama tahun ini. Namun, jumlah tersebut adalah hanya sebagian kecil dari total 36 juta pelanggan yang berhasil ditarik oleh Netflix pada tahun 2020. Orang gemar menggunakan layanan streaming video sebagai sumber hiburan di tengah pandemi COVID-19. Namun demikian, jumlah peminat Netflix melonjak setelah diambil keputusan untuk mencegah pengguna berbagi kata sandi akun dengan orang di luar lingkungan tersebut.



Gambar 1.1 2

(Bloomberg Technoz : Pelanggan Netflix di Q4-2023 Bertambah 13,1 Juta)

Di tengah persaingan yang semakin ketat antara platform VOD, muncul pertanyaan penting mengenai apa yang mendorong pelanggan untuk berlangganan dan mempertahankan loyalitas pelanggan mereka di platform tertentu. Kesetiaan pelanggan sangat penting untuk keberlanjutan dan keberhasilan platform VOD karena memungkinkan mereka untuk mempertahankan dan memperluas basis pengguna mereka. Studi sebelumnya telah melihat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk mempertahankan kesetiaan mereka, tetapi masih banyak yang belum diketahui, terutama tentang dinamika pasar Indonesia yang berbeda dari pasar global lainnya.

Perhatian dan kepercayaan diri dalam kebutuhan film akan dipengaruhi oleh tingkat kesenangan dan kepuasan yang dihasilkan dari menonton film secara terus menerus di web series Netflix. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa Netflix telah memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan menyediakan layanan yang memungkinkan mereka menonton film dan serial televisi dengan lancar dan memberi mereka pengalaman yang menghibur dengan harga terjangkau. Hal-hal ini membuat pengguna puas dan membuat mereka terus berlangganan Netflix pada bulan-bulan berikutnya. Salah satu cara yang mudah untuk memahami bagaimana Netflix bertahan sebagai perusahaan *Video On-Demand* (VOD) adalah dengan memulai produksi originalnya sendiri, yang mencakup film dan serial.

Tingginya peminat Netflix di Indonesia menjadi pemicu mengapa Netflix sering kali menjadi pembicaraan bagi sebagian besar masyarakat. Persepsi harga juga merupakan faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam keputusan pembelian pada layanan streaming Netflix. Persepsi harga menyangkut bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan dibuat bermakna oleh mereka. Respon konsumen terhadap harga yang akan ditawarkan apakah harga tersebut dapat diterima atau ditolak konsumen dapat menerima bahwa harga tersebut sesuai atau tidak. Maka dari itu, penting bagi pemasar untuk mengerti bagaimana konsumen dalam menginterpretasikan harga produk atau layanan jasa yang telah ditetapkan sebelumnya.

Layanan streaming Netflix menawarkan harga yang dapat dikatakan lebih tinggi dibandingkan layanan streaming lainnya di Indonesia. Walaupun demikian, Netflix tetap mempertimbangkan manfaat serta selera masyarakat. Sehingga masyarakat tidak terpengaruh dengan tingginya harga yang ditawarkan dalam memutuskan berlangganan layanan streaming Netflix. Selain itu, layanan streaming Netflix memberikan kualitas untuk mengimbangi harga yang dianggap konsumen lebih tinggi dibandingkan layanan streaming lainnya yang sejenis.

Meskipun permintaan masyarakat untuk berlangganan terus bertambah, pihak layanan streaming Netflix tetap mempertahankan harga berlangganannya atau stabil. Selanjutnya masyarakat menganggap harga yang ditawarkan oleh layanan streaming Netflix lebih tinggi dibandingkan layanan streaming sejenis. Tetapi karena manfaat dan selera masyarakat tersampaikan dengan baik dan sesuai, maka harga yang ditawarkan oleh layanan streaming Netflix dapat terkategori sesuai dan wajar.

Ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia lebih cenderung berlangganan Netflix daripada platform lain karena popularitasnya yang luar biasa. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Usman Alfian (2021), kepercayaan diri siswa terhadap kebutuhan hiburan film dapat dipengaruhi oleh tingkat kesenangan dan ketertarikan dalam menonton web series Netflix secara berkelanjutan. Penelitian juga menemukan bahwa Netflix telah memenuhi persyaratan pengguna dengan menawarkan layanan yang menghibur, harga yang wajar, dan pengalaman yang menghibur untuk menonton film dan serial televisi. Faktor-faktor ini berkontribusi besar pada kepuasan pelanggan Netflix dan mendorong mereka untuk mempertahankan langganan mereka dalam bulan-bulan berikutnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Faktor Pendorong Pelanggan Video On Demand Netflix Dalam Mempertahankan Membership”**.

## **1.2 Batasan & Rumusan Masalah**

### **A. Batasan Masalah**

Dalam Penelitian ini ada batasan masalah yang bisa dilampirkan, di antaranya sebagai berikut :

- Penelitian ini terbilang terbatas, karena dilakukan untuk meneliti pengalaman personal dari subjek penelitian secara kualitatif.

### **B. Rumusan Masalah**

Dari hasil identifikasi di atas, artinya dapat dirumuskan rumusan masalah seperti diantaranya :

- Bagaimana pengalaman personal subjek pada saat berlangganan layanan untuk tetap berlangganan Netflix ?

## **1.3 Tujuan & Manfaat Penelitian**

### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk :

- Mengetahui berdasarkan apa dan bagaimana perilaku pelanggan selama berlangganan dan setelah berlangganan Netflix .

### **B. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat memberikan pengetahuan baru mengenai perilaku pelanggan Netflix.
2. Dapat memberikan informasi mengenai Netflix yang menjadi salah satu layanan Video-On-Demand yang paling terbaik untuk dipilih berdasarkan fitur dan harga.
3. Dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang juga meneliti tentang perilaku pelanggan Netflix Perilaku Pelanggan Video-On-Demand Netflix Dalam Pemilihannya Untuk Berlangganan Sebagai Media Hiburan.