

BAB 1

PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang yang mendasari dari topik penelitian ini. Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian bagi perusahaan, bagi investor dan kalangan akademis, serta sistematika penulisan penelitian.

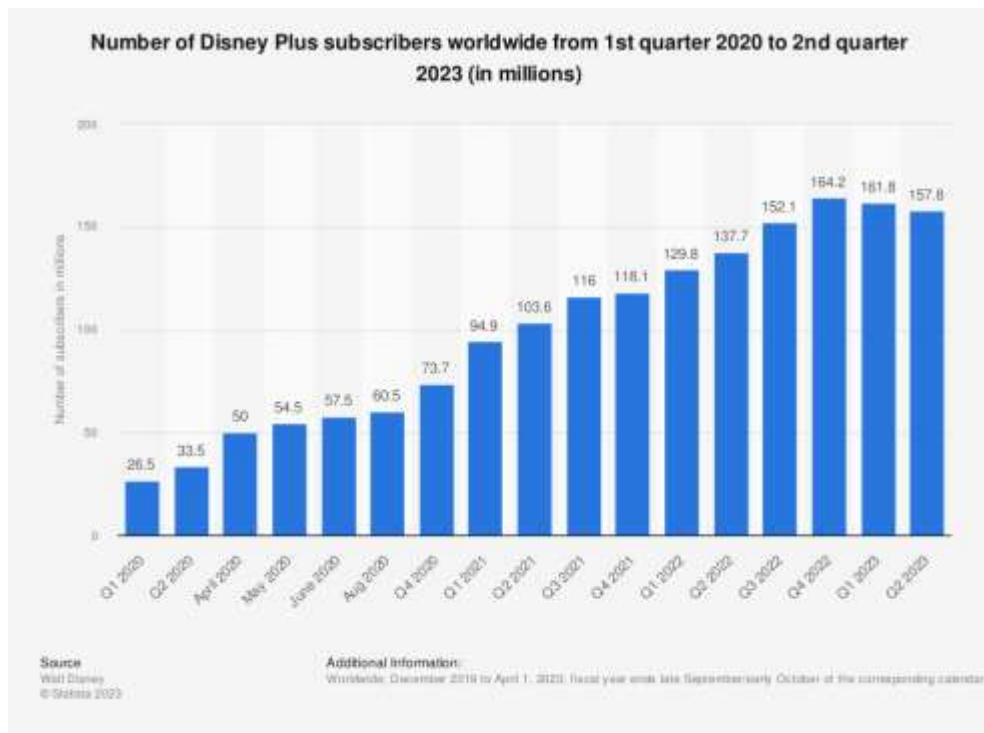
1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, perkembangan teknologi di seluruh negara di dunia sangatlah pesat, terutama dalam 1,5 dekade terakhir sangat meningkat dalam hal menonton *film*. Dalam 10-15 tahun terakhir ini untuk menonton *film* tidak harus ke bioskop namun bisa dilakukan di rumah dengan membuka *website streaming* untuk menonton film di internet. Dari sekian banyak cara nonton *streaming film* di internet, salah satu yang paling pesat perkembangannya akhir-akhir ini adalah dengan berlangganan *streaming film* bulanan atau yang dikenal dengan istilah SVOD (*Subscription Video On Demand*). Ditambah lagi, dalam beberapa tahun terakhir, sejak pandemi COVID-19 membuat masyarakat tidak bisa keluar rumah untuk mencari hiburan atau pergi ke bioskop untuk menonton *film*, *streaming film* berlangganan menjadi pilihan dan solusi utama.

Dampak pandemi COVID-19 di satu sisi membawa kerugian bagi industri perfilman, namun di sisi lain justru meningkatkan jumlah pengguna internet. Di masa pandemi, masyarakat banyak menghabiskan waktu di rumah sehingga membuat mereka merasa bosan. Untuk mengatasinya, mereka mengisi waktu

luangnya dengan berbagai aktivitas, termasuk menonton film favoritnya melalui *platform digital* (Yosepha Pusparisa, 2020).

SVOD adalah *platform* layanan berbayar. Untuk mengakses *platform*, pengguna harus membayar biaya bulanan/mingguan/tahunan dan berbagai paket ditawarkan. Ada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna apakah akan menggunakan layanan *streaming film* atau tidak. Oleh karena itu, berbagai *platform streaming* juga perlu memahami faktor-faktor yang cenderung mempengaruhi pengguna ketika memutuskan menggunakan layanan *platform streaming*. Minat terhadap SVOD di Indonesia sangat besar dikarenakan pelanggan cukup mempercayai *platform streaming* yang ada yang. Penyedia layanan *streaming* harus memperhatikan faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi penggunaan layanan tersebut seperti kenyamanan pelayanan, kualitas pelayanan, dan kecanggihan (Nabil & Indira, 2021). *Streaming film* yang cukup diminati dan paling banyak digunakan saat ini adalah Disney Plus Hotstar. Disney Plus Hotstar memungkinkan pengguna memutar film dan serial dari Disney, Marvel, Pixar, serta film eksklusif dari beberapa negara, termasuk Indonesia. Jumlah pelanggan Disney Plus Hotstar SVOD terus bertambah, mencapai 73,7 juta pelanggan di seluruh dunia pada tahun lalu (affde.com).



Gambar 1.1 Pengguna Disney Plus Hotstar di dunia (2020-2023)

Sumber: Walt Disney © Statista (2023)

Dari *chart* diatas dapat terlihat bahwa hampir dari setiap kuartal jumlah *subscribers* dari Disney Plus Hotstar di dunia terus meningkat sejak tahun 2020. Hal ini menandakan ketika adanya *pandemic covid-19* membuat orang-orang di setiap negara di dunia banyak menghabiskan waktunya di rumah dan tidak bepergian. Banyak yang melakukan pekerjaannya pun di rumah, sehingga memiliki lebih banyak waktu luang dan banyak dari mereka yang mengisi waktu luangnya dengan menghibur diri sendiri melalui berlangganan Disney Plus Hotstar.



Gambar 1.2 Pengguna Disney Plus Hotstar di Indonesia tahun 2023

Sumber: tSurvey.id (2023)

Disney Plus Hotstar di Indonesia juga sangat berkembang dan diminati. Dari data yang diberikan oleh Databoks menunjukkan bahwa Disney Plus Hotstar merupakan aplikasi streaming berbayar pertama yang terpopuler di Indonesia dengan 70% responden. Di Indonesia, Disney Plus Hotstar telah menjalin kerjasama dengan perusahaan penyedia seluler yaitu Telkomsel yang dimulai pada bulan September 2020, tepatnya pada saat aplikasi Disney Plus Hotstar dirilis dan diluncurkan di Indonesia. Kolaborasi yang sangat baik antara Telkomsel dan Disney Plus Hotstar ini membuat pelanggan setia Telkomsel memiliki akses yang sangat mudah untuk berlangganan dan membayar biaya berlangganan bulanan Disney Plus Hotstar di Indonesia (Media, 2021). Riset Media Partners Asia (MPA)

pada 16 Januari 2021 juga mengungkap adanya peningkatan signifikan jumlah konsumen atau pelanggan yang menggunakan atau berlangganan aplikasi layanan streaming nonton film di Indonesia. Jumlah konsumen layanan streaming nonton film di Indonesia meningkat tajam dari 3,4 juta pelanggan menjadi 7 juta pelanggan dalam kurun waktu 4 bulan sejak 5 September 2020 hingga 6 Januari 2021. Secara kumulatif, konsumen atau pelanggan layanan streaming nonton film di Indonesia meningkat tajam. persentasenya mewakili 3% dari total populasi dan 10% dari total rumah tangga (CNN Indonesia, 2021).

Pencapaian Disney Plus Hotstar saat ini tidak lepas dari strategi yang diterapkan. Disney Plus Hotstar bersaing dalam kekuatan mereknya yang tak tertandingi dan kualitas kekayaan intelektualnya. Disney Plus Hotstar diklaim lebih unggul dengan menghadirkan konten orisinal yang hanya ada di layanan streaming ini serta menggandeng sineas lokal dan dua studio film lokal yakni MD Pictures dan Falcon. Selain itu, banyak faktor yang melatarbelakangi seseorang memilih berlangganan Disney Plus Hotstar, baik internal maupun eksternal. Dari sudut pandang eksternal secara umum, Disney Plus Hotstar merupakan platform streaming menarik yang menjadi pilihan masyarakat dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Disney Plus Hotstar memiliki 2 paket yaitu *Basic* dan *Premium*. Paket *Basic* dan *Premium* memiliki kemampuan yang sama untuk menonton semua tayangan, termasuk mengunduh dan menontonnya secara *offline* di perangkat tertentu. Kedua paket tersebut dapat dimainkan melalui perangkat *smartphone*, tablet, laptop, dan *smart TV*, atau dengan kata lain tidak ada perbedaan dalam media dan perangkat yang digunakan untuk *streaming film* Disney Plus Hotstar dari kedua paket tersebut.

Kedua paket tersebut juga mendukung kualitas audio maksimal hingga Dolby 5.1. Disney Plus Hotstar juga dapat memaksimalkan fitur Dolby Atmos dan Dolby Vision. Perbedaannya terlihat pada fitur-fitur tertentu yang akan diterima pelanggan. Perbedaan utamanya terletak pada kemampuan membuat profil pemirsa, jumlah streaming dalam satu waktu, perangkat maksimum yang masuk, dan kualitas maksimum acara yang ditonton. Paket *Basic* dapat membuat hingga 7 profil pengguna dan hanya dapat melakukan *streaming* dengan tiga perangkat yang login secara bersamaan. Kualitas video maksimal hingga full HD (1080p). Sedangkan paket *Premium* dapat membuat hingga 7 profil pengguna dan menggunakan hingga tiga stream sekaligus. Jumlah perangkat yang bisa login dalam satu waktu mencapai 10. Kualitas videonya mencapai resolusi 4K Ultra HD (2160p). Harga Disney Hotstar saat ini adalah Paket *Basic* seharga Rp 65.000 per bulan atau Rp 450.000 per tahun. Sedangkan paket *Premium* berharga Rp 119.000 per bulan dan Rp 799.000 per tahun. Harga tersebut mengalami peningkatan sejak 03 Oktober 2023, dimana sebelum adanya kenaikan tersebut harga paket sebesar Rp 39.000 per bulan atau Rp 199.000 per tahun (Tirto.id, 2023). Hal ini menjadi perhatian dalam penelitian ini bahwa Disney Plus Hotstar mengalami kenaikan harga untuk paket berlangganan namun jumlah pengguna seperti data yang disampaikan naik dari waktu ke waktu.

Menarik untuk mengkaji fenomena *streaming film* berbayar ini ketika mengkaji bagaimana seseorang memutuskan untuk berlangganan *video streaming* atau SVOD yaitu Disney Plus Hotstar. Penelitian sebelumnya menemukan beberapa faktor yang mungkin membuat orang ingin berlangganan aplikasi *streaming*.

Menurut penelitian Cha Juniwati (2015), terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi niat pembelian, seperti persepsi manfaat dan persepsi kenikmatan.

Dalam studi lain, Chopdar, Korfiatis, Sivakumar & Lytras (2018) pengaruh sosial memengaruhi kemampuan individu dalam mengevaluasi penggunaan aplikasi streaming. Penelitian lain menunjukkan bahwa persepsi kompatibilitas (Bagla, Ramesh, & Sancheti, 2018) dan pengaruh sosial (Chopdar, Korfiatis, Sivakumar, & Lytras, 2018) memengaruhi kemampuan individu dalam mengevaluasi penggunaan aplikasi streaming. Menurut (Lin, Wang & Huang, 2020) biaya merupakan salah satu yang dapat mempengaruhi intensi seseorang untuk melakukan pembelian barang atau jasa.

Menurut Tang, Zhang, & Akram (2019) nilai yang dirasakan akan mempengaruhi niat seseorang untuk berlangganan. Ini juga merupakan indikator penting seseorang memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa. Apabila suatu sistem dapat dengan mudah digunakan maka akan mendorong minat seseorang untuk mempelajari fitur-fiturnya hingga berniat untuk terus menggunakannya (Hamid et al., 2016). Salah satu dimensi yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan adalah Nilai Persepsi Pelanggan. Menciptakan dan meningkatkan Nilai Persepsi Pelanggan merupakan landasan pemasaran B2B, dimana perusahaan berusaha memberikan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing (Hutt & Speh, 2007). Oleh karena itu, perusahaan mencari berbagai cara untuk menawarkan lebih dari Nilai Inti dengan memberikan Nilai Tambah untuk memuaskan pelanggan. Perusahaan yang menerapkan kemudahan dalam sistemnya untuk menyederhanakan proses pemesanan akan mendorong pelanggan untuk

melakukan pembelian secara online (Venkatesh & Davis, 2000). Indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi variabel kemudahan penggunaan dalam penelitian ini mengadopsi penelitian Davis (1989) dalam Aziziyah (2021) yang meliputi: mudah dipahami, mudah digunakan, dan fleksibel.

Melalui latar belakang tersebut, penelitian ini akan menggunakan beberapa variabel penelitian, antara lain adalah *perceived enjoyment*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived cost*, *perceived value*, *social influence*, *customer satisfaction* dan *intention to subscribe*. Variabel-variabel terpilih tersebut akan dikaji untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk berlangganan kembali Disney Plus Hotstar.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan mengenai variabel-variabel dalam kerangka penelitian yang akan digunakan untuk meneliti fenomena latar belakang penelitian, dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah *perceived enjoyment* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived value*?
- 2) Apakah *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived value*?
- 3) Apakah *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived value*?
- 4) Apakah *perceived cost* memiliki pengaruh negatif terhadap *perceived value*?

- 5) Apakah *social influence* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived value*?
- 6) Apakah *perceived value* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*?
- 7) Apakah *social influence* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to re-subscribe*?
- 8) Apakah *customer satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to re-subscribe*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh positif *perceived enjoyment* terhadap *perceived value*.
2. Mengetahui pengaruh positif *perceived usefulness* terhadap *perceived value*.
3. Mengetahui pengaruh positif *perceived ease of use* terhadap *perceived value*.
4. Mengetahui pengaruh negatif *perceived cost* terhadap *perceived value*.
5. Mengetahui pengaruh positif *social influence* terhadap *perceived value*.
6. Mengetahui pengaruh positif *perceived value* terhadap *customer satisfaction*
7. Mengetahui pengaruh positif *social influence* terhadap *intention to re-subscribe*

8. Mengetahui pengaruh positif *customer satisfaction* terhadap *intention to re-subscribe*

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat berguna bagi:

1. Bagi Perusahaan

Lebih tanggap terhadap tren yang sedang berkembang di era digital sekarang ini, khususnya mengenai *streaming film* atau SVOD. Sehingga dengan lebih sadar akan tren tersebut, perusahaan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan masyarakat.

2. Bagi para investor dan pihak eksternal

Hasil penelitian ini dapat membantu para investor untuk berinvestasi dan menaruh uangnya pada perusahaan yang bergerak di bidang streaming film atau SVOD khususnya adalah Disney Plus Hotstar

3. Bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian lain untuk dapat memperkaya wawasan mengenai *Intention to Re-Subscribe* dari Disney Plus Hotstar.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk mengetahui lebih jauh mengenai penelitian ini, maka materi yang ada di kelompokkan menjadi beberapa subbab dan disajikan secara sistematis sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang dari topik yang diambil untuk melakukan penelitian. Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian bagi perusahaan, investor dan kalangan akademis, batasan penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori yang dikembangkan sehubungan dengan topik yang dibahas dan memuat variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian serta hasil-hasil penelitian sebelumnya yang menjadi landasan pemikiran peneliti dalam merancang penelitian ini. Bab ini juga memuat hipotesis pertama, yang kebenarannya dikonfirmasi melalui serangkaian perhitungan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan data sampel yang digunakan dalam penelitian dan penjelasan lebih rinci mengenai variabel yang digunakan, metode yang digunakan dalam penelitian, model empiris, dan cara mengukur variabel yang termasuk dalam model.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat terdiri dari hasil penelitian aktual tentang keterkaitan antar variabel dalam penelitian ini. Hasil aktual menggunakan uji statistik yang dilakukan dengan data yang terkumpul. Hasil pembahasan akan memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian dan berujung pada kesimpulan penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima menyimpulkan penelitian secara keseluruhan dan akan memberikan beberapa wawasan dari peneliti, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, serta rekomendasi yang dapat diterapkan dalam penelitian masa depan.

