

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

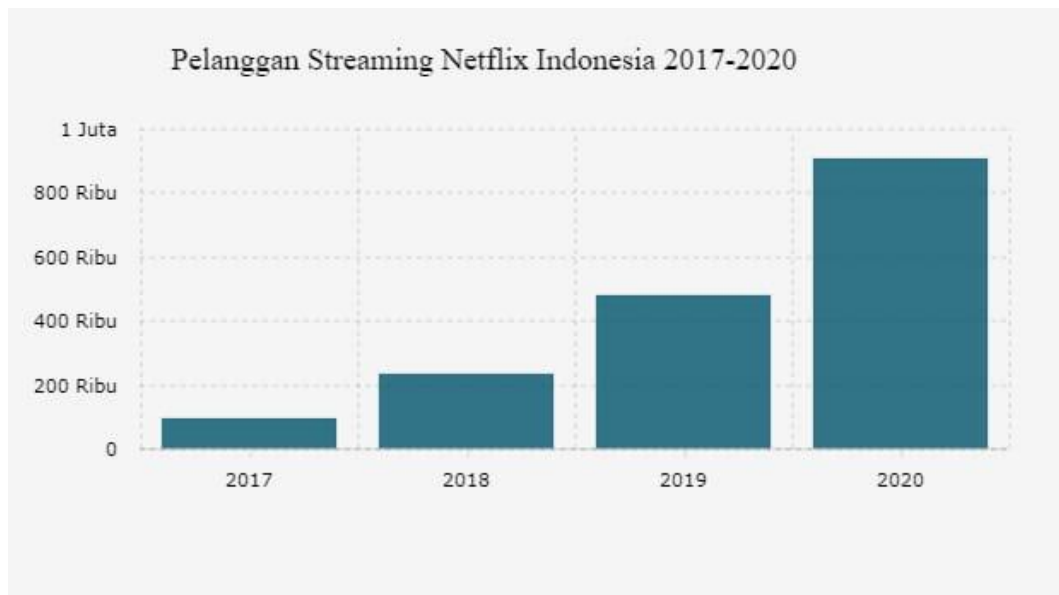
Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun semakin mengalami peningkatan serta pesatnya kemajuan sesuai dengan kehidupan pada era digital saat ini. Dengan berkembangnya teknologi pada era sekarang, telah membawa perubahan besar dalam konsumsi hiburan dan telah memunculkan berbagai jenis media baru berbasis internet. Media-media ini mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi maupun hiburan secara praktis, kapan pun dan dimana pun. Salah satu bentuk hiburan digital yang berkembang pesat saat ini adalah layanan video *streaming*. Kehadiran media digital tersebut secara perlahan mulai menggeser peran media konvensional seperti televisi, radio dan surat kabar. Namun kini, televisi mulai ditinggalkan oleh sebagian masyarakat dikarenakan beberapa alasan, seperti durasi iklan yang terlalu panjang, tayangan yang dianggap monoton, serta keterbatasan fleksibilitas waktu tayang yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup masyarakat. (sumber: Wikipedia.org)

Salah satu *platform streaming* yang berkembang pesat dan menjadi pilihan utama masyarakat dalam mengakses hiburan adalah Netflix. Netflix merupakan layanan *streaming video over-the-top* yang berbasis di negara Amerika Serikat. Layanan ini menawarkan beragam film dan acara televisi, termasuk produksi original dan yang diperoleh dari pihak lain, yang mencakup berbagai genre dan tersedia dalam banyak bahasa secara internasional. Netflix pertama kali diluncurkan pada tanggal 16 Januari 2007, yang didirikan oleh seorang ilmuwan komputer dan matematikawan yaitu Marc Randolph dan Reed Hastings pada

tanggal 29 Agustus 1997. Netflix telah berhasil menarik jutaan pelanggan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Kemudian Netflix resmi masuk ke Indonesia pada Januari 2016, masuknya netflix ke Indonesia menandakan semakin lebarnya jangkauan investasinya. Netflix dikenal karena keunggulan dalam menyediakan beragam konten berkualitas tinggi, baik internasional maupun lokal, serta fitur aplikasi yang *user-friendly* dan dapat digunakan di berbagai perangkat. Hal tersebut membuat Netflix terus mengalami pertumbuhan pengguna yang signifikan seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan hiburan yang fleksibel dan mudah diakses. Dengan konsep langganan berbasis internet, Netflix menawarkan kebebasan bagi pengguna untuk menikmati konten kapan saja dan di mana saja tanpa tergantung pada jadwal tayang seperti televisi konvensional. Hal ini menjadikan Netflix sebagai salah satu media hiburan yang relevan dengan gaya hidup digital masyarakat saat ini. (Sumber: tirta.id)

Netflix menjadi salah satu platform yang paling diminati oleh masyarakat karena berbagai keunggulan yang ditawarkan, salah satunya Netflix menyajikan berbagai jenis konten video, seperti film dan serial TV dari berbagai genre yang dapat dinikmati oleh pengguna tanpa batasan waktu dan tempat. Netflix juga menyediakan fitur *profiled* yang memungkinkan pengguna membuat akun terpisah, seperti akun untuk anak-anak, serta fitur *My List* untuk menyimpan video favorit dan *Continue Watching* yang memudahkan pengguna melanjutkan tontonan dari posisi terakhir. Selain itu, tersedia tiga pilihan paket langganannya, yaitu basic, standart dan primum, yang memungkinkan pengguna menikmati tayangan dengan kualitas gambar HD dan Ultra HD. (Sumber: Wiki.ambisius.com, 2025)

Berdasarkan data dari Nakono.com pada tahun 2017, total pelanggan *streaming* Netflix Indonesia mencapai 95 ribu pelanggan. Pada tahun 2018 pelanggan Netflix tumbuh 2,5 kali lipat menjadi 237,3 ribu pelanggan. Pada tahun 2019, jumlah pengguna nya diperkirakan mencapai 482 ribu atau meningkat dua kali lipat dibandingkan dengan tahun 2019.



Gambar 1. 1 Jumlah Pelanggan Streaming Netflix

Sumber : Katadata.co.id

Gambar 1.1 diatas merupakan pertumbuhan jumlah pelanggan streaming Netflix di Indonesia dari tahun 2017 hingga 2020, yang menunjukkan adanya tren peningkatan yang konsisten setiap tahunnya. Dengan peningkatan yang terus dialami oleh Netflix, hal ini juga tidak lepas dari persaingan yang semakin ketat di industri layanan streaming digital, baik dari *platform* lokal maupun internasional seperti *Disney*, *Vidio*, hingga *Prime Video*. Untuk mempertahankan posisinya di tengah kompetisi tersebut, Netflix dituntut untuk terus berinovasi dan memberikan nilai lebih kepada pelanggannya, baik dari segi kualitas konten, fitur layanan, harga berlangganan, hingga pengalaman pengguna secara keseluruhan. Oleh karena itu,

perusahaan harus mampu menciptakan nilai yang dirasakan pelanggan (*perceived value*) yang tinggi agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan.

Nilai yang dirasakan (*Perceived value*) merupakan selisih antara persepsi mereka terhadap seluruh manfaat yang diterima dan pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu produk atau layanan dibandingkan dengan alternatif lainnya, Kotler dan Keller dalam (Srisusilawati, 2023). Nilai yang dirasakan akan mendorong pelanggan untuk menentukan keputusan pembelian, sehingga apabila layanan yang diterima sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas dan melanjutkan penggunaan layanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived value* memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan gambaran dari kondisi psikologis yang muncul ketika terdapat ketidaksesuaian antara harapan dengan kenyataan, yang kemudian diperkuat oleh berbagai emosi yang terbentuk selama proses pengalaman konsumsi, Oliver dalam (Indrasari, 2019). Jika pengalaman tersebut positif dan melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa puas dan kemungkinan besar akan kembali menggunakan layanan tersebut di masa mendatang.

Namun, kepuasan pelanggan terhadap layanan Netflix juga dihadapkan pada sejumlah tantangan yang menjadikan pentingnya memahami bagaimana pelanggan menilai layanan Netflix dan sejauh mana *perceived value* yang mereka rasakan dapat memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku pelanggan dalam mengakses layanan Netflix semakin beragam dan dipengaruhi oleh preferensi serta kemudahan dalam bertransaksi.

Banyaknya pelanggan yang selain berlangganan langsung melalui aplikasi Netflix, juga memilih untuk melakukan pembelian ulang langganan melalui

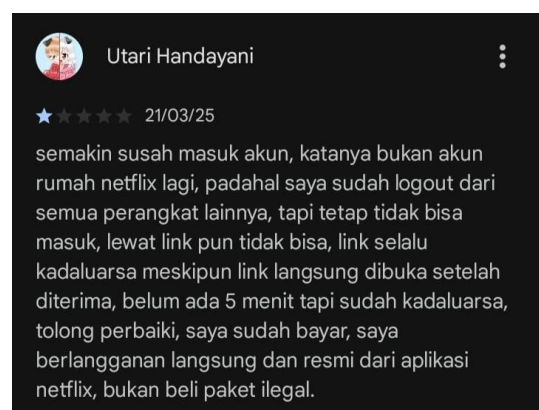
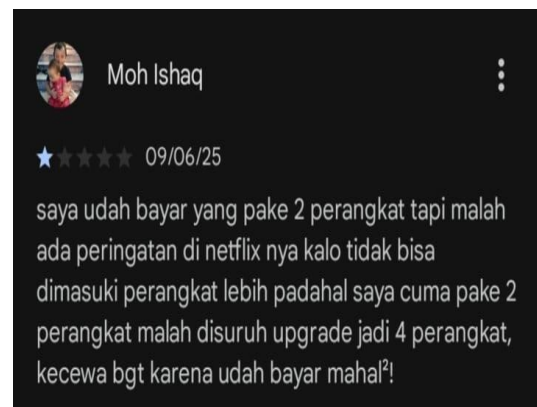
platform e-commerce seperti Shopee. Shopee menyediakan layanan pembelian *voucher* langganan Netflix dengan berbagai pilihan harga dan promo menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya mempertimbangkan kualitas layanan Netflix, tetapi juga nilai tambah seperti harga terjangkau, kemudahan transaksi, dan kepercayaan terhadap *platform* tempat mereka melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived value* menjadi peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan terhadap layanan Netflix.

Dalam beberapa tahun terakhir Netflix menghadapi sejumlah isu yang memengaruhi nilai dan kepuasan pelanggannya. Tak jauh berbeda dengan televisi berbayar lain, Netflix mematok beberapa paket yaitu mulai dari paket *basic* dengan harga Rp 109 ribu per bulan, kemudian ada paket standar Rp 139 ribu dan paket premium dibanderol Rp 169 ribu (Sumber: tirto.id). Kenaikan harga langganan yang diterapkan secara bertahap juga menjadi isu yang paling menonjol saat ini. Kebijakan ini menimbulkan beragam reaksi dari pelanggan, terutama mereka yang sebelumnya merasakan manfaat lebih melalui fleksibilitas akses dengan biaya yang dianggap terjangkau. Ketika pelanggan merasa bahwa manfaat dan kenyamanan yang mereka peroleh tidak lagi sepadan dengan biaya yang dikeluarkan, maka *perceived value* terhadap layanan Netflix cenderung menurun.

Penurunan *perceived value* ini secara langsung dapat berdampak pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan cenderung membandingkan harapan mereka dengan realitas layanan yang diterima. Jika harapan tidak terpenuhi, maka tingkat kepuasan pelanggan akan ikut menurun, yang pada akhirnya bisa memengaruhi loyalitas dan keputusan pelanggan untuk tetap berlangganan. Isu ini

menunjukkan pentingnya Netflix dalam menjaga nilai yang diberikan agar tetap sesuai dengan ekspektasi pasar.

Belakangan ini, beberapa perubahan kebijakan yang diterapkan oleh Netflix, seperti pembatasan penggunaan akun bersama (account sharing), kenaikan harga langganan, dan hilangnya sejumlah tayangan populer karena kendala lisensi, menimbulkan keluhan dari sebagian pelanggan di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari survei awal yang penulis lihat dari beberapa ulasan atau komentar yang diberikan oleh pelanggan dari aplikasi Netflix yang terdapat di Google Play Store. Untuk memperkuat permasalahan yang terjadi maka penulis menyajikan data pendukung sebagai berikut:



Berdasarkan tangkapan gambar dari beberapa ulasan tersebut penulis menemukan beberapa keluhan yang dirasakan oleh pelanggan aplikasi *streaming* Netflix sehingga menyebabkan menurunnya tingkat kepuasan pelanggan. Keluhan-keluhan yang dikeluhkan oleh pelanggan mencerminkan adanya ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan pengalaman yang mereka alami, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Netflix memiliki berbagai keunggulan, terdapat aspek layanan yang masih perlu diperbaiki agar dapat mempertahankan *perceived value* dan kepuasan pelanggan secara optimal.

Penelitian ini difokuskan pada pelanggan di Kota Lhokseumawe yang membeli layanan Netflix melalui *marketplace* seperti Shopee dan *platform* lain sejenisnya. Dalam penelitian ini, yang menjadi perhatian bukan hanya kepuasan pelanggan terhadap layanan netflix sebagai penyedia hiburan digital, tetapi juga bagaimana proses pembelian melalui *marketplace* memberikan nilai tambah (*perceived value*) bagi pelanggan.

Hal ini meliputi berbagai aspek, seperti harga yang ditawarkan lebih terjangkau dibandingkan pembelian langsung, adanya promo atau diskon yang menarik, fleksibilitas pilihan paket berlangganan, serta kemudahan dalam transaksi. Faktor-faktor inilah yang kemudian memengaruhi bagaimana pelanggan menilai pengalaman mereka dalam menggunakan layanan Netflix setelah melakukan pembelian melalui *marketplace*.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana *perceived value* yang dirasakan pelanggan dalam proses pembelian melalui

marketplace dapat memengaruhi tingkat kepuasan mereka terhadap layanan Netflix.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Apakah *Perceived Value* Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Pembelian Layanan Netflix melalui *Marketplace* di Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap kepuasan pelanggan dalam Pembelian Layanan Netflix melalui *Marketplace* di Kota Lhokseumawe?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan serta acuan dalam bidang ilmu Administrasi Bisnis yang ingin meneliti mengenai *Perceived value*.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilmu tambahan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan untuk lebih memahami peranan *Perceived value*.
- b. Bagi penulis hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan untuk lebih memahami peranan *perceived value* terhadap kepuasan konsumen.