

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam perkembangan teknologi ICT dimana teknologi *high speed mobile broadband access* berkembang pesat terutama dengan layangn 4G, platform Mobile Video-on-demand telah menjadi salah satu komponen yang tidak bisa dipisahkan dari gaya hidup masyarakat. Video *streaming* menjadi salah satu aplikasi yang paling populer dikonsumsi disamping social media. Vidio, Netflix, Disney+ Hotstar, Viu, HBO GO, Maxstream, iflix dan GoPlay merupakan contoh beberapa platform video *streaming* berbayar yang saat ini populer di Indonesia. Dengan semakin berkembangnya teknologi smartphone, pengguna selular dapat mengakses layanan Video-on-demand kapanpun dimanapun dengan resolusi yang tinggi dimana akan meningkatkan *user experience* pengguna dalam menikmati layanan *streaming*. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan selular di 6 kota besar Indonesia yang menggunakan layanan data, dimana Perilaku penggunaan layanan data akan dipelajari dan dimodelkan untuk mendapatkan pelanggan potensial sebagai target dari pemasaran aplikasi Netflix.



Gambar 1. 1

Cakupan Platform Jasa Video-on-Demand di Indonesia

(Sumber : Daily Social, 2020)

Netflix merupakan salah satu platform video-on-demand yang paling populer di seluruh dunia saat ini. Berawal pada tahun 1997, Netflix didirikan dengan layanan rental DVD *by mail*, lalu mulai mengusung skema membership pada tahun 2000 via website dimana menawarkan *unlimited* DVD untuk member. Pada 2017, Netflix menembus 100 juta pelanggan di seluruh dunia dengan rumah produksi sendiri dimana film-film yang diproduksi oleh Netflix kerap dianugrahi penghargaan.



Gambar 1. 2

Tampilan Netflix pada Layar Smartphone

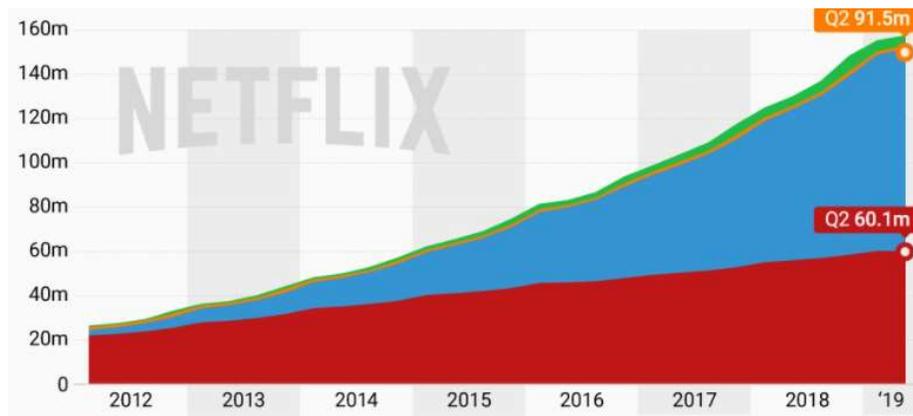
(Sumber : Engadget)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi dengan banyaknya orang yang mengakses internet untuk menggunakan layanan streaming seperti film, musik, dan olahraga, Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial untuk pengembangan bisnis di bidang digital, dilihat dari jumlah penduduk terbesar ke 4 di dunia. Berdasarkan laporan (Statista, 2019) bisnis Video-on-demand di Indonesia diperkirakan mencapai US\$

290 juta dengan pertumbuhan YoY 16.2% dan mencapai penetrasi 20% dari total penduduk pada 2024.

Netflix adalah layanan streaming film berbayar yang menyediakan film-film terbaru dan serial TV terbaru setiap harinya. Netflix merupakan layanan yang berasal dari Amerika Serikat yang bertempat di California dimana awalnya hanya berupa tempat penyewaan dvd, kemudian merambah ke bisnis secara online.



Gambar 1. 3  
Trend Pertumbuhan Pengguna Layanan Netflix di Amerika dan Dunia  
(Sumber : Netflix, 2019)

Berdasarkan laporan tahunan, Netflix telah menembus angka 150 juta subscriber pada 2019 di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri, Netflix secara resmi masuk dan membuka layanannya di Indonesia pada tanggal 5 Februari 2016. Untuk berlangganan netflix menetapkan harga mulai dari Rp. 109.000 untuk paket basic hingga Rp. 169.000 untuk paket premium.

Kelebihan yang dimiliki Netflix dibandingkan platform streaming yang lain adalah kualitas konten tayangan yang disajikan oleh Netflix adalah tayangan-tayangan yang secara resmi dirilis dalam bentuk web streaming oleh pihak produsennya (stasiun tv dan film production).

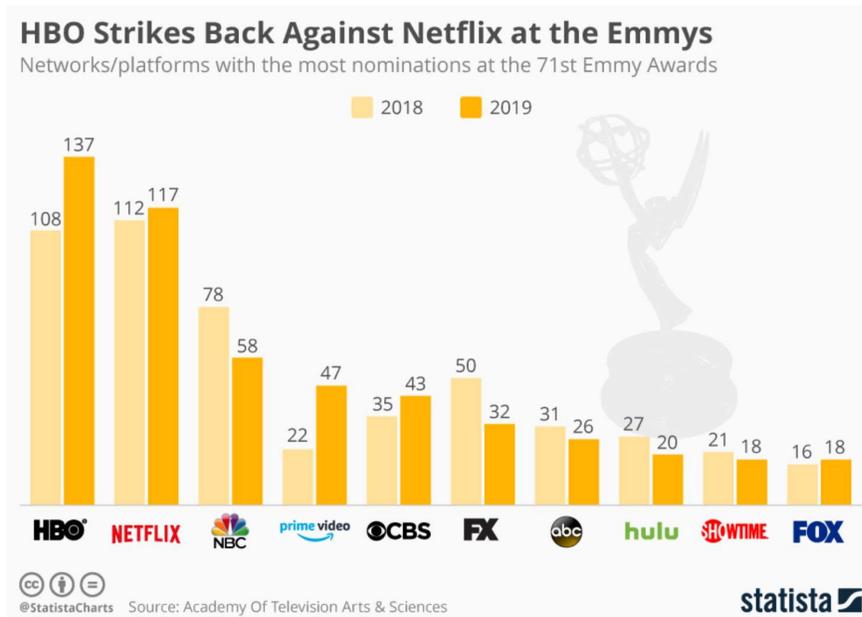
DailySocial<sup>10</sup>

### Konten Mayoritas di Platform Video On-Demand Populer

Platform	Film	Serial	Streaming TV
	Lokal	Lokal	Lokal
	Asia	Asia	-
	Hollywood	Hollywood	-
	Tiongkok	Tiongkok	-
	Tidak Spesifik	Tidak Spesifik	-
	Tiongkok	Tiongkok	-
	Hollywood	Hollywood	HBO (eksklusif)
	Lokal	Lokal	-

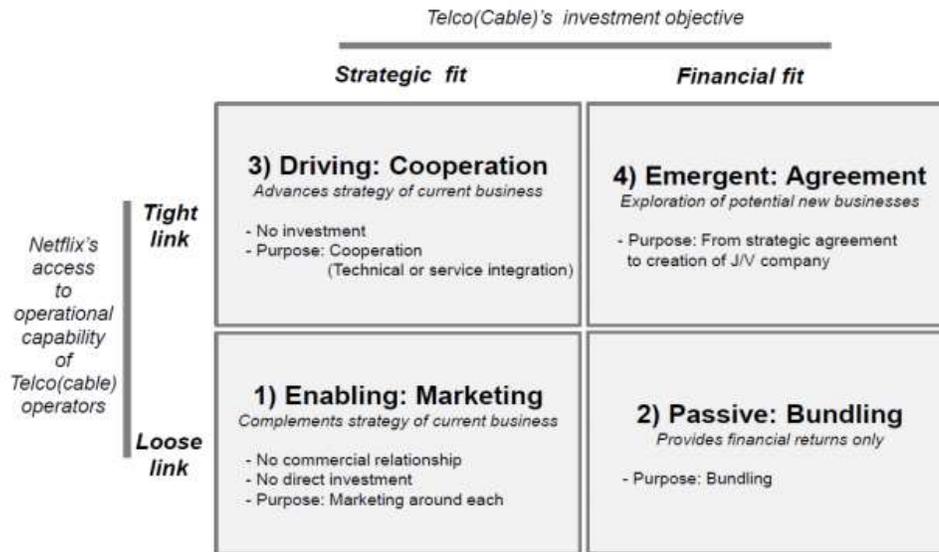
Gambar 1. 4  
Perbandingan Konten Mayoritas pada beberapa Platform Video-on-Demand  
(Sumber : *Apps Daily Social*, Juli 2020)

Keunggulan konten Netflix ditandai dengan capaian penghargaan dalam industri televisi *Emmy Award* untuk film-film yang diproduksi dan dipasarkan sendiri oleh Netflix dalam platform nya. Bisa disimpulkan bahwa Netflix adalah suatu sarana baru untuk menikmati hiburan/entertainment dari tayangan tv luar negeri secara legal dan murah. Selain itu Netflix juga memiliki kelebihan dari sisi jumlah tayangan film ataupun tv series yang sangat banyak termasuk film terupdate dan populer dibanding platform lainnya.



Gambar 1. 5  
 Jumlah Capaian Emmy Award Platform Video-on-Demand tahun 2018-2019  
 (Sumber : Statista)

Seiring dengan perkembangan tren bisnis telekomunikasi saat ini dimana sumber pendapatan tidak lagi datang dari layanan voice, hadirnya layanan data secara masif semenjak era 3G pada tahun 2006 telah merubah bentuk sumber penghasilan telekomunikasi dari layanan voice ke data dalam satu dekade terakhir. Tingginya penggunaan data rupanya belum cukup untuk memenuhi tuntutan perkembangan bisnis selular di Indonesia. Operator Seluler sebagai penyedia layanan *mobile* dituntut untuk terus berinovasi dengan melakukan transformasi digital untuk menjaga dominasi bisnis kedepannya. Salah satu opsinya adalah dengan melakukan *revenue sharing* dengan membentuk joint venture dengan penyedia layanan OTT seperti yang dilakukan operator di Eropa dan China (Huang, 2012). Dirumuskan 4 skema kerjasama antara operator dengan penyedia layanan dimana dalam hal ini aplikasi Netflix berdasarkan tujuan investasi dari operator dan akses Netflix terhadap kemampuan operasional dari operator itu sendiri. 4 skema tersebut adalah marketing, bundling, cooperation dan agreement (Minzheong,2020).



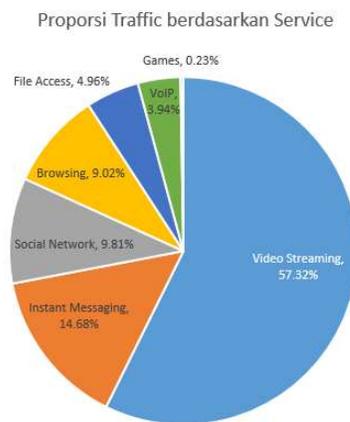
Gambar 1. 6  
 Framework Skema Kerjasama antara Operator dengan Netflix (Sumber : Minzheong, 2020)

Platform Netflix sebagai salah satu platform *video-on-demand* diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan laba perusahaan seiring dengan bertumbuhnya pengguna data payload dan pangsa pasar video on demand. Dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis melakukan penelitian berdasarkan profil pelanggan pengguna layanan Netflix dengan harapan dapat memberi manfaat untuk peningkatan potensi bisnis mobile video on demand dengan judul : “ Analisis Profil Pelanggan Seluler untuk Pemasaran Aplikasi Netflix”.

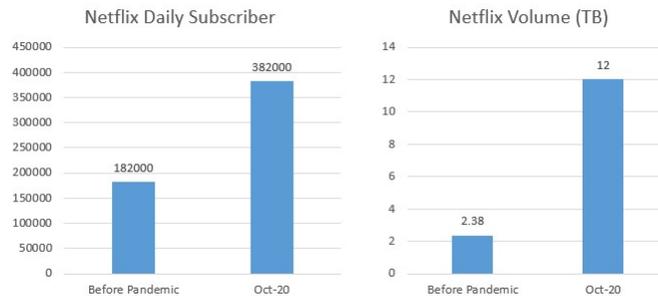
### 1.3 Perumusan Masalah

Konsumsi traffic video streaming pada 2019 telah mengambil porsi 57% dari total Traffic dan diprediksi akan menembus angka 74% dari total traffic seluler pada tahun 2024 (Ericsson, 2020). Dimana kondisi pandemik tahun 2020 memaksa orang untuk tinggal di rumah sehingga merubah perilaku konsumen secara keseluruhan dan masif. Perubahan perilaku konsumen membawa dampak kepada pola konsumsi traffic pelanggan khususnya mobile video-on-demand. Untuk

aplikasi Netflix sendiri terdapat kenaikan signifikan sebesar lebih dari 100% untuk jumlah subscriber dan 400% dari sisi volume traffic jika dibandingkan rata-rata mingguan sebelum dan sesudah pandemi (Khasali, October 2020). Demi mengantisipasi perubahan perilaku konsumen dan menangkap potensi bisnis yang terdampak karena pandemi, peningkatan pelanggan mobile Video-on-Demand dapat menjadi salah satu solusi bisnis bagi operator untuk peningkatan revenue broadband.



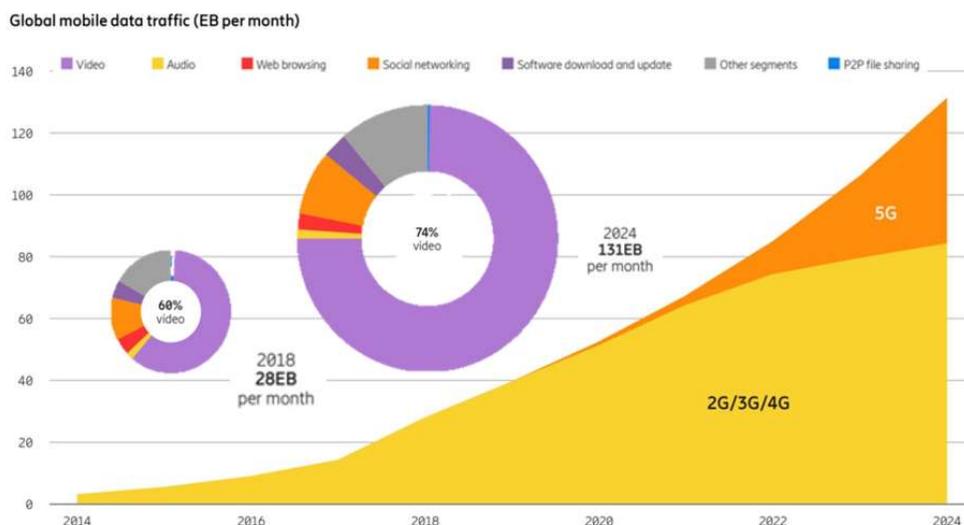
Gambar 1. 7  
Proporsi Traffic berdasarkan Service sebelum pandemi COVID-19 (Sumber : Data olahan peneliti dari berbagai sumber, 2019)



Gambar 1. 8  
Perbandingan Pelanggan dan Volume Traffic Netflix sebelum dan sesudah pandemic COVID-19 (Sumber : Khasali, 2020)

Untuk meningkatkan jumlah pengguna video-on-demand berbayar diperlukan sebuah metoda pemasaran yang efektif dan efisien dibandingkan dengan metoda pemasaran konvensional, sehingga tidak membebani biaya pemasaran dari perusahaan. Pemanfaatan data profil dan perilaku pelanggan dalam membuat peluang pasar baru pada industri telekomunikasi seluler dimana semua operator berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan konektivitas layanan data telekomunikasi seluler dengan meningkatkan kualitas dan perluasan jaringannya disertai dengan penawaran produk menyesuaikan dengan level kualitas berdasarkan kebutuhan masing-masing pelanggan.

Ditengah transformasi digital yang semakin digalakan pemerintah dan pertumbuhan teknologi seluler yang semakin pesat, penggunaan mobile video-on-demand akan menjadi keniscayaan, dan semakin tinggi beban penggunaan aplikasi OTT mobile video diharapkan akan menjadi salah satu sumber pendapatan bagi operator untuk tetap bisa kompetitif dalam menjaga kualitas layanan. Penelitian ini akan menggunakan aplikasi Netflix sebagai objek penelitian aplikasi video-on-demand yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia maupun secara global.



Gambar 1.9  
Prediksi Pertumbuhan Global untuk Traffic Seluler dan Video hingga 2024  
(Sumber : Statista)

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Untuk meningkatkan jumlah pelanggan Netflix dengan menggunakan *predictive analytics*, berikut pertanyaan penelitiannya :

1. Bagaimana profil pelanggan atau variable terpenting pelanggan Netflix
2. Berdasarkan analisis prediksi, Berapa jumlah pelanggan yang berpotensi berlangganan Netflix
3. Bagaimana profil pelanggan atau variable terpenting pada pelanggan potensial untuk berlangganan Netflix

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjawab pertanyaan dari penelitian yang telah diajukan sebelumnya, yaitu:

1. Mengetahui profil pelanggan atau variable terpenting pelanggan Netflix
2. Berdasarkan *predictive analysis*, Mengetahui jumlah pelanggan yang berpotensi berlangganan Netflix.
3. Mengetahui profil pelanggan atau variable terpenting pada pelanggan potensial untuk berlangganan Netflix

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

##### **1.6.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyumbangkan ilmu mengenai pengaplikasian salah satu teori *predictive analytics* di bidang marketing.

### **1.6.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

1. Input kepada Operator Seluler untuk mengembangkan bisnis SVOD khususnya Aplikasi Netflix dengan metode analisis prediksi pelanggan potensial.
2. Variable yang berpengaruh signifikan terhadap pelanggan dalam berlangganan Netflix.

### **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian adalah pelanggan layanan data seluler di 6 kota besar Indonesia yaitu Medan, Jakarta, Bandung, Surabaya, Denpasar dan Makassar yang menggunakan layanan data dalam rentang waktu September – Desember 2019, sebelum pandemi COVID-19 melanda.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Penyusunan tugas akhir ini menggunakan sistematika yang terbagi dalam uraian lima bab sebagai berikut :

#### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yaitu pelanggan data seluler yang akan dilakukan analisis prediksi untuk mengidentifikasi calon pelanggan potensial Netflix. Pada Bab ini juga dijelaskan latar belakang penelitian, bagaimana perkembangan teknologi seluler mendasari penelitian ini dan alasan pemilihan Netflix sebagai objek penelitian