

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Jenis Perusahaan, Nama Perusahaan, dan Lokasi Perusahaan

Netflix merupakan sebuah perusahaan penyedia platform layanan streaming film atau media digital yang menyediakan berbagai jenis film, dokumenter, anime, series dan lainnya dan berbasis langganan atau *subscription*. Netflix juga merupakan layanan streaming film digital yang mudah untuk diakses di mana pun dan kapan pun. Netflix didirikan pada 29 Agustus 1997 oleh Reed Hastings dan Marc Randolph. Netflix didirikan di Scotts Valley, California dan memiliki kantor pusat di Los Gatos, California, Amerika. Netflix adalah perusahaan bisnis yang bergerak pada layanan berlangganan streaming yang menawarkan film dan program televisi termasuk beberapa program eksklusif yang dibuat oleh Netflix Original.

Model bisnis awal Netflix adalah penjualan DVD dan rental melalui pengiriman. Satu tahun setelah berdiri, Netflix fokus kepada penyewaan DVD daripada penjualan DVD, sehingga bisnis usaha penjualan DVD ditinggalkan. Pada tahun 2010, Netflix memperluas bisnisnya dengan mengenalkan media streaming namun tetap mempertahankan layanan penyewaan DVD dan Blu-ray. Perusahaan ini memperluas usahanya secara internasional, dengan layanan streaming tersedia di Kanada pada tahun 2011 dan terus berkembang layanan tersebut sejak saat itu. Sejak Januari 2012, layanan Netflix telah beroperasi lebih dari 190 negara, layanan ini tersedia secara bebas di internet kecuali Daratan Tiongkok, Suriah, Korea Utara, Republik Krimea (beberapa penyedia layanan internet memblokirnya karena masalah sensor). Netflix di Indonesia sudah dapat diakses kembali dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan.

Netflix memasuki industri produksi-konten pada tahun 2013, dengan debut series pertama mereka *Lilyhammer*. Netflix telah memperluas produksi film dan serial televisi sejak saat itu secara besar-besaran, dengan menawarkan konten "Netflix Original" melalui perpustakaan digital milik mereka baik dilayanan televisi maupun film. Netflix telah merilis lebih dari 126 "Original Series" atau film pada tahun 2014, lebih dari keseluruhan jaringan kabel atau layanan channel.

Sejak Juli 2015, Netflix memiliki lebih dari 130 juta total pelanggan secara internasional, termasuk 57.38 juta di Amerika Serikat sendiri. Upaya mereka adalah untuk memproduksi konten baru, mengamankan hak untuk konten tambahan, dan perbedaan melalui 190 negara telah mengakibatkan perusahaan untuk mengajukan miliaran utang jangka panjang: \$21.9 miliar per September 2016, naik dari \$16.8 miliar dari tahun sebelumnya, meskipun hanya \$ 6,5 miliar dari ini adalah hutang jangka panjang; sisanya adalah kewajiban jangka panjang.

### 1.1.2 Logo Perusahaan



**Gambar 1.1 Logo Perusahaan**

Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Netflix>

diakses pada 26 Oktober 2021

### 1.1.3 Skala Usaha, Perkembangan Usaha, dan Strategi Secara Umum

#### a. Skala Usaha

Netflix adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bisnis penyedia layanan platform untuk streaming film. Model bisnis dari perusahaan Netflix sendiri adalah konsumen dapat mengakses layanan streaming film dengan cara melakukan sistem berlangganan atau *subscription*. Pilihan untuk melakukan berlangganan atau subscription layanan Netflix dapat diakses melalui website resmi Netflix. Pilihan paket yang disediakan oleh perusahaan Netflix pun beragam, mulai dari Rp54.000,00 – Rp186.000,00.

#### b. Perkembangan Usaha

Netflix merupakan layanan berlangganan streaming yang menawarkan beberapa pilihan film, *series*, *documenter*, *variety show*, dan beberapa film garapan perusahaan Netflix sendiri dalam bentuk Netflix Original. Netflix

didirikan pada tanggal 29 Agustus 1997 oleh Reed Hastings dan Marc Randolph. Netflix didirikan di Scotts Valley, California dan memiliki kantor pusat di Los Gatos, California, Amerika. Netflix pertama kali meluncurkan situsnya pada tanggal 14 April 1998 dengan memperkerjakan karyawan yang berjumlah 30 orang. Di tahun tersebut, Netflix hanya memiliki film yang berjumlah 925 buah yang disewakan secara online dengan biaya sewa berlangganan mulai dari Rp40.000,00 dan biaya kirim sebesar Rp20.000,00. Sistem berlangganan bulanan Netflix sudah mulai diterapkan pada September 1999. Netflix melakukan model bisnis awal dengan menjual layanan rental DVD secara digital. Netflix menerapkan biaya berlangganan setiap bulan lalu konsumen dapat bebas menyewa DVD dan mengakses tanpa adanya 3rotoco. Pada tahun 2009, perusahaan Netflix memiliki lebih dari 10 juta pelanggan dan menawarkan beragam koleksi DVD dengan jumlah yang lebih dari 100 ribu judul DVD. Pada April 2011, Netflix sudah memiliki lebih dari 26 juta pelanggan di seluruh dunia. Di tahun yang sama, Netflix meraup total pendapatan digital mencapai \$1,5 miliar. Total pelanggan Netflix naik mencapai 4,2 juta di tahun 2005, langkah yang dilakukan oleh Netflix selanjutnya adalah melakukan kerjasama dengan perusahaan elektronik untuk mempermudah konsumennya dengan layanan tayangan streaming. Beberapa mitra kerja Netflix antara lain Xbox 360, Blu-Ray disc players, TV set-top boxes and the Apple Macintosh Computer. Di tahun 2010, layanan Netflix mulai tersedia di Apple Ipad, Iphone, Ipod Touch dan Nintendo Wii. Hingga pada tahun 2012, perusahaan Netflix berhasil memiliki 30 juta pelanggan yang tersebar di seluruh dunia.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi perfilman mengalami perkembangan yang sangat pesat di dunia mulai pada abad ke-19 setelah adanya revolusi industri. Teknologi film mengalami perkembangan dan penyesuaian di bidang proyeksi, fotografi dan visual. Sejarah pembuatan film pertama kali dilakukan oleh Eadwerd Muybridge di tahun 1878 dengan mengaplikasikan kekuatan fotografi menangkap gerakan melalui foto kuda yang sedang berlari. Lalu, fotografi dari 16 kuda tersebut terlihat hidup dan menjadi gambar pertama di dunia yang bergerak di mana pada tahun tersebut belum

ada kamera yang dapat mengambil fotografi dalam gerakan dinamis. Di tahun 1877, Thomas Alva Edison menggabungkan idenya dengan penemuan Muybridge. Thomas Alva Edison berhasil menciptakan sebuah alat yang menyerupai proyektor yang dapat menampilkan gambar bergerak dan film bernama Kinetoskop. Pada tahun 1895, Louis dan Auguste Lumiere mengambil gambar bergerak dan menghasilkan film komersial pertama yang berdurasi 46 detik berjudul *Workers Leaving the Lumiere Factory*. Namun, pada tahun tersebut film masih dalam berbentuk hitam-putih, tidak memiliki audio dan alur.

Memasuki abad ke – 20, dunia perfilman mengalami pertumbuhan yang pesat. Pada abad tersebut film menjadi salah satu media hiburan yang sangat diminati oleh berbagai kalangan. Seiring berjalannya waktu, dunia perfilman mengalami perubahan yang sangat signifikan. Seperti pada tahun 1920-an, beberapa film mulai menerapkan efek audio dan dilanjutkan dengan sinkronisasi film yang sudah berwarna pada tahun 1930-an. Lalu di tahun 1970-an, film sudah dapat direkam dengan *videotape* dan mulai dijual secara massal. Teknologi dunia perfilman digital telah mendominasi pada abad ke-21 dan di pertengahan 2010, beberapa film mulai direkam dan didistribusikan secara digital ke seluruh dunia. Hingga saat ini masyarakat menganggap menonton film adalah sebagai media hiburan yang diminati oleh berbagai kalangan.

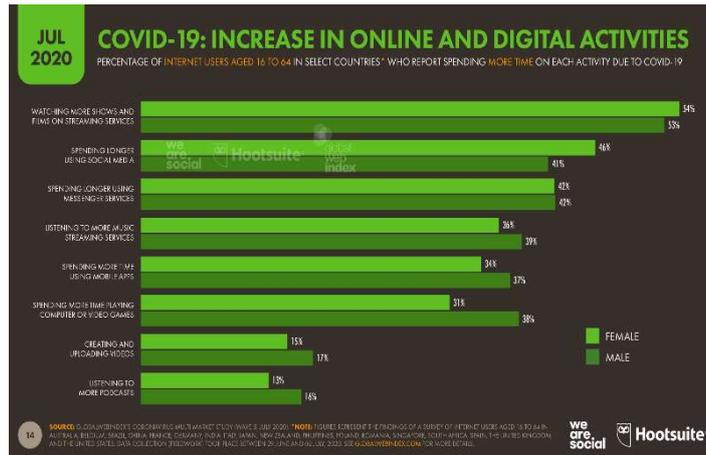
Media hiburan adalah sebuah tempat yang digunakan untuk menyalurkan dan menyampaikan informasi dalam bentuk video, suara, gambar, dan teks. Media hiburan bertujuan sebagai alat hiburan bagi masyarakat. Salah satu contoh media hiburan yaitu televisi yang dapat menampilkan berbagai acara komedi, talkshow, siaran berita, sinetron, kartun, dan film sebagai salah satu media hiburan masyarakat. Menurut Teori Media Entertainment oleh Peter Vorderer media hiburan adalah sebagai bentuk *escapism*, atau melarikan diri dari permasalahan dan kepenatan rutinitas sehari-hari. Menurut Sayre, hiburan bisa didapatkan baik secara langsung seperti menonton konser musik secara live maupun melalui media seperti menonton acara di televisi, bermain video game, dan mendengarkan music melalui radio (Sayre, 2002). Selain televisi, media penayangan berbagai film dahulu adalah bioskop.

Bioskop atau dikenal dengan cinema hall adalah sebuah bangunan auditorial yang bertujuan untuk menonton film sebagai media hiburan masyarakat. Bioskop

merupakan sebuah teater komersial yang menerapkan sistem menjual tiket pertunjukkan atau menerapkan biaya keanggotaan untuk menonton film. Menurut *History*, cara kerja dari pemutaran film bioskop yaitu dengan cara memproyeksikan visualisasi film ke proyektor besar di depan auditorium. Sedangkan untuk audio atau dialog pada film diproyeksikan dengan speaker yang dipasang di dinding ruangan auditorium.

Film memang identik dengan layar lebar. Namun beberapa tahun terakhir terdapat opsi baru pada industri film di dunia yang membuat masyarakat memiliki opsi dalam memilih media untuk menonton film. Kini, masyarakat dapat mengakses film melalui platform-platform *digital streaming* yang tersedia kapanpun dan dimanapun. Adanya akses internet mempermudah masyarakat dalam mengakses film secara *online*. Sehubungan, dengan adanya pandemi *coronavirus* di awal tahun 2020 yang mengharuskan masyarakat di seluruh dunia untuk melakukan *social distancing* dan *self-isolation* yang membuat masyarakat mencari kegiatan untuk mengisi waktu berdiam diri di rumah.

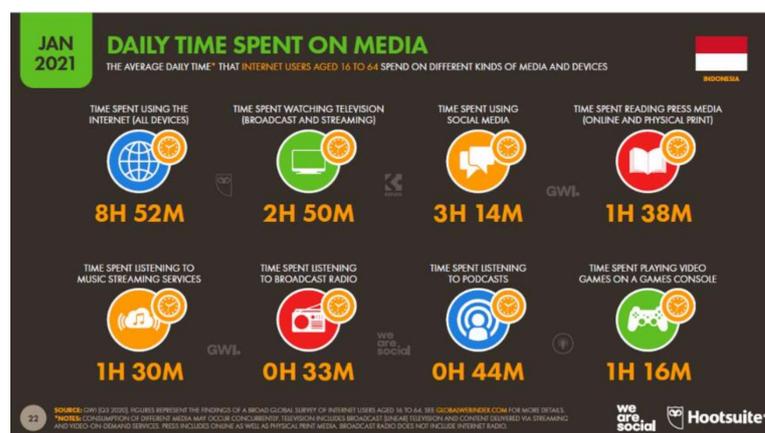
Dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang sebelumnya dapat dengan bebas beraktivitas dengan normal di luar rumah lalu harus mengubah aktivitas tersebut menjadi kegiatan yang dilakukan di dalam rumah membuat masyarakat mencari kegiatan untuk hiburan yang dapat dilakukan di dalam rumah. Seperti contohnya sebelum adanya pandemi *coronavirus*, masyarakat yang awalnya melakukan kegiatan menonton film di bioskop terhalang dengan adanya aturan pemerintah yang mengharuskan masyarakat untuk berdiam diri di rumah sehingga masyarakat menjauhi kegiatan berkerumun walaupun bioskop telah menerapkan dengan ketat mengenai standar protokol kesehatan. Pada data dari Hootsuite dibawah menunjukkan bahwa salah satu kegiatan yang dilakukan oleh kebanyakan masyarakat dalam penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada awal tahun 2020 dan adanya penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) pada awal tahun 2021 sampai dengan sekarang yaitu adalah menonton film.



**Gambar 1.2** Persentase Kenaikan Akitivitas Digital Akibat COVID-19

*Sumber : Hootsuite*

Menurut data Hootsuite, per Juli 2020 menunjukkan adanya berbagai peningkatan kegiatan digital dan online semenjak adanya Covid 19. Semenjak adanya anjuran pemerintah untuk *self-quarantine* atau yang dikenal dengan *stay at home* masyarakat mencari aktivitas-aktivitas yang dapat dilakukan di rumah agar tidak merasa jenuh saat melakukan *self-quarantine*. Salah satu kegiatan yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat sejak pandemi covid 19 per juli 2020 menurut data dari Hootsuite adalah menonton film melalui platform layanan streaming film.

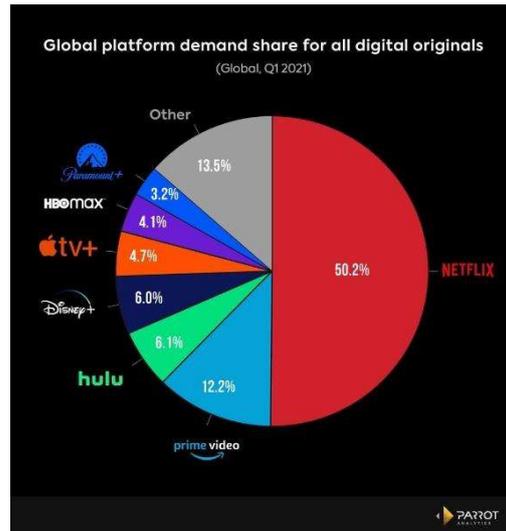


**Gambar 1.3** Persentase Aktivitas Online di Indonesia

*Sumber : Hootsuite*

Data persentase diatas menunjukkan berbagai aktivitas online yang dilakukan oleh masyarakat di Indonesia per Januari 2021. Salah satu aktivitas online yang banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia yaitu menghabiskan waktu 2 sampai dengan 3 jam untuk menonton televisi baik menonton televisi nasional ataupun *streaming*. *Streaming* merupakan kegiatan pengiriman konten berupa data audio atau video ke perangkat elektronik seperti komputer atau handphone menggunakan jalur internet secara konstan sehingga pengguna dapat menikmati langsung konten tersebut. Beberapa platform streaming film online yaitu Disney+ HotStar, Iflix, WeTV, Viu, Amazone Prime, HBO *on demand*, dan Netflix. Masyarakat kebanyakan beralih dari televisi ke media streaming film online karena kemudahan akses dan eksklusivitas yang diberikan oleh platform layanan streaming film tersebut. Salah satu platform media hiburan online yang banyak digunakan oleh masyarakat yaitu Netflix. Netflix merupakan sebuah perusahaan penyedia platform layanan streaming film atau media digital yang menyediakan berbagai jenis film, dokumenter, anime, series dan lainnya dan berbasis langganan atau *subscription*.

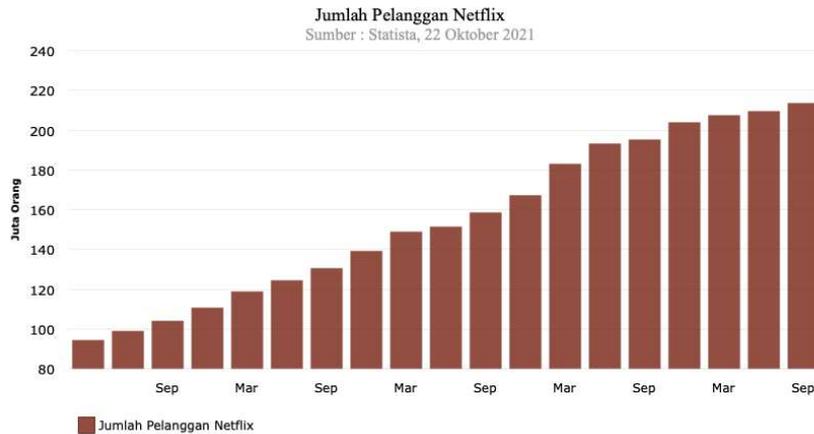
Netflix juga merupakan layanan streaming film digital yang mudah untuk diakses di mana pun dan kapan pun. Netflix didirikan pada 29 Agustus 1997 oleh Reed Hastings dan Marc Randolph. Netflix didirikan di Scotts Valley, California dan memiliki kantor pusat di Los Gatos, California, Amerika. Netflix adalah perusahaan bisnis yang bergerak pada layanan berlangganan streaming yang menawarkan film dan program televisi termasuk beberapa program eksklusif yang dibuat oleh Netflix Original. Netflix terkenal karena merupakan platform layanan streaming film terbesar di dunia. Hal ini dapat ditunjukkan oleh data dibawah ini. Hal yang membedakan Netflix dengan televisi yaitu adanya eksklusivitas yang dirasakan oleh konsumen Netflix. Salah satu bentuk eksklusivitas yang dirasakan oleh konsumen Netflix yaitu dapat mengakses film kapan saja dan dimana saja sehingga lebih mudah dan efektif. Sedangkan, televisi menayangkan program acara yang terbatas dan hanya dapat disaksikan pada waktu yang sudah ditentukan.



**Gambar 1.4 Persentase Pembagian Pasar Platform Digital**

Sumber: (Bloomberg, 2021)

Menurut data diatas, Netflix mendominasi pasar platform layanan streaming film online di dunia yaitu sebesar 50,2%. Sementara, pesaing dari Netflix hanya memegang sebagian kecil dari pasar platform layanan streaming film online di dunia. Netflix mendominasi pasar layanan streaming film online karena Netflix memiliki perbedaan dibandingkan platform layanan streaming film lain. Salah satu perbedaannya yaitu Netflix merilis film buatan sendiri yang bertajuk Netflix Originals. Serial TV terkenal yang merupakan buatan Netflix yaitu Squid Game. Menurut data dari CNBC, Netflix Originals “Squid Game” mendapat 111 juta jumlah penonton di seluruh dunia semenjak perilisannya di tanggal 17 September 2021. Dengan biaya produksi yang hanya \$21,4 juta dolar, perusahaan Netflix mendapatkan penghasilan hampir \$900 juta dolar. “Squid Game” memberi dampak positif terhadap Netflix sebagaimana CFO Netflix Spencer Neumann menyatakan wawancaranya dengan engadget.com bahwa semenjak “Squid Game” tayang, Netflix mengalami kenaikan jumlah *subscribers*. Netflix mendapatkan 4,38 juta *subscribers* baru di kuartal ke 3 sebagian besar konsumen dari Asia dan Eropa. Lalu, Netflix menargetkan adanya kenaikan *subscribers* baru menjadi 8,5 juta lebih konsumen di kuartal terakhir di tahun 2021. Berikut data jumlah pelanggan Netflix seluruh dunia pada kuartal III di tahun 2021.



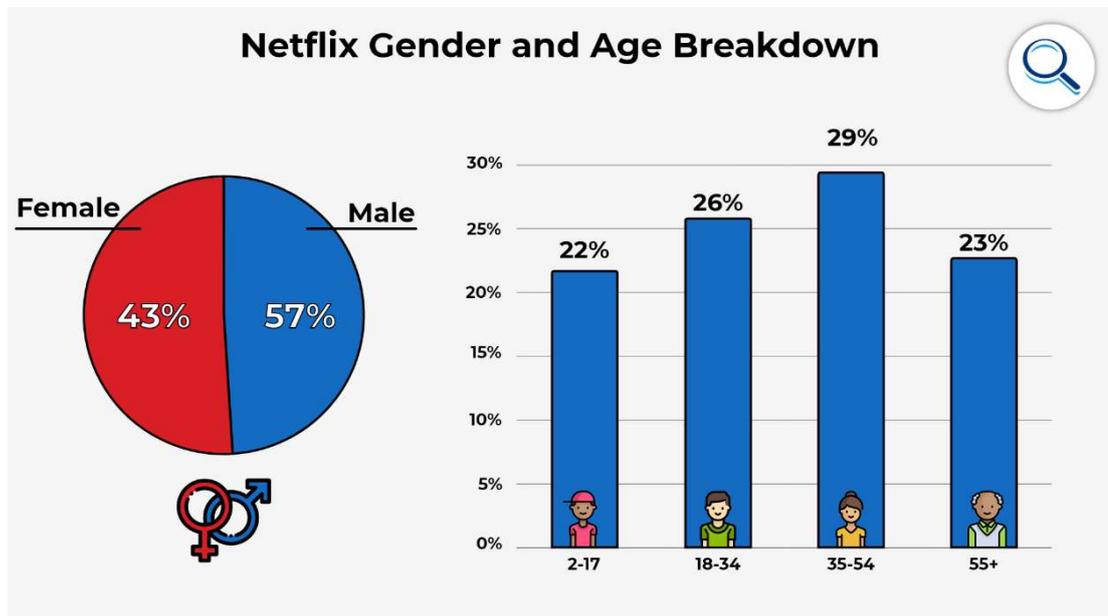
**Gambar 1.5 Jumlah Pelanggan Netflix Global Kuartal III 2021**

*Sumber : Statista*

Data jumlah pelanggan Netflix pada gambar 1.5 menunjukkan bahwa jumlah pelanggan Netflix mencapai 213,56 juta orang di seluruh dunia pada kuartal III di tahun 2021. Menurut data Statista, jumlah pelanggan Netflix pada kuartal III 2021 yang terbanyak terdapat di Amerika Serikat dan Kanada sebanyak 74,02 juta orang. Kemudian, jumlah pelanggan Netflix terbanyak kedua terdapat di wilayah Eropa, Timur Tengah, dan Afrika. Lalu, jumlah pelanggan Netflix di wilayah Amerika Latin terdapat sebanyak 38,99 juta orang. Sementara, jumlah pelanggan Netflix di wilayah Asia terdapat sebanyak 30,05 juta.

Menurut (Kontan, 2019) Netflix menyasar semua target pasar dikarenakan Netflix memang menyediakan berbagai film dan serial dengan berbagai genre sesuai dengan preferensi para penggunanya. Hal tersebut juga didukung dengan adanya fitur *parental control* dan *age restriction* sehingga meskipun tersedia, konsumen yang dibawah umur hanya bisa menonton sesuai dengan kalangan usianya. Hal tersebut

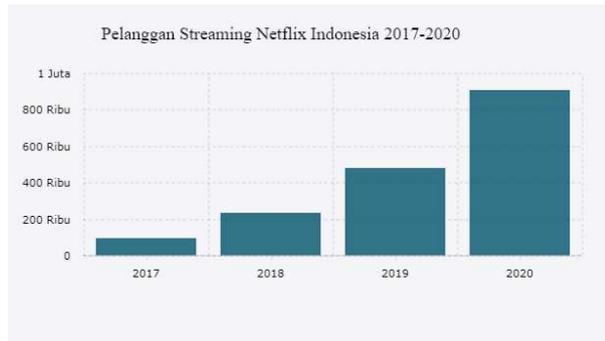
sejalan dengan sebuah riset dari (InternetAdvisor, 2022) menyatakan bahwa rata-rata pengguna Netflix datang dari kelompok usia dan jenis kelamin sebagai berikut:



**Gambar 1.6 Data Usia dan Jenis Kelamin Pengguna Netflix**

Sumber: (InternetAdvisor, 2022)

Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna Netflix tersebar dengan persentase yang cukup merata. Tidak ada kalangan umur atau jenis kelamin yang mendominasi sangat jauh dibanding dengan kalangan lainnya, hal ini sesuai dengan target pasar Netflix yaitu menyasar semua kalangan. Tentunya lonjakan jumlah pelanggan Netflix ini juga terjadi di Indonesia karena masyarakat Indonesia cenderung menyukai hiburan berupa menonton film. Karena besarnya minat masyarakat Indonesia terhadap Netflix, jumlah pelanggan platform layanan streaming film online Netflix di Indonesia terdapat kenaikan pada tahun 2017- 2020 seperti pada gambar 1.7.



**Gambar 1.7 Jumlah Pengguna Layanan Streaming Netflix Indonesia**

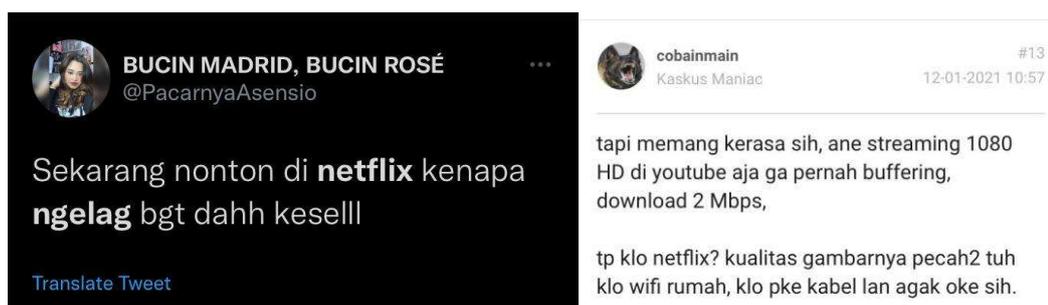
Sumber: (Jayani, 2020)

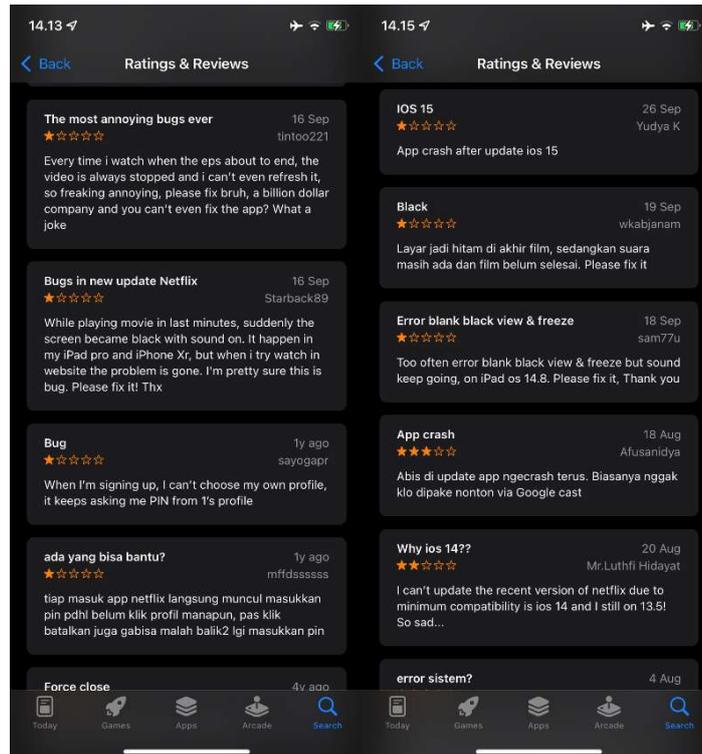
Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa pelanggan platform Netflix Indonesia mengalami peningkatan setiap tahun dari tahun 2017-2020. Pada tahun 2017, pelanggan Netflix Indonesia berkisar hanya sekitar 100 ribu orang. Lalu, di tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 200 ribu orang lebih. Pada tahun 2019, jumlah pelanggan Netflix Indonesia meningkat dua kali lipat dibandingkan dengan tahun 2018 yaitu sebesar 500 ribu lebih jumlah pelanggan. Di tahun 2020, bertepatan dengan adanya pandemi *coronavirus* jumlah pelanggan Netflix Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 51,4% lebih besar dari tahun sebelumnya. Netflix mengalami lonjakan yang besar pada pelanggan Netflix dari sebelum pandemi dan saat pandemi. Menurut Marketing Interactive, Netflix mengalami lonjakan pelanggan sebesar 115%. Sebelumnya, orang-orang menonton di platform Netflix kurang dari 2.000 menit menjadi lebih dari 4.000 menit per minggu. Bertambahnya jumlah pelanggan terjadi karena masyarakat harus melakukan *self-quarantine* dengan berdiam diri di rumah saat pandemi *coronavirus*. Sehingga masyarakat mencari aktivitas yang dapat dilakukan di rumah agar tidak merasa jenuh.

Platform layanan streaming Netflix sempat mengalami kendala di Indonesia yaitu PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) sempat melakukan pemblokiran akses Netflix di seluruh jaringan Telkom Group karena Netflix belum memenuhi regulasi yang ada di Indonesia demi melindungi konsumen dan masyarakat Indonesia. Menurut artikel oleh Vinna Wardhani melalui portal web Merdeka.com (2020) Netflix tidak memiliki izin dan memuat konten yang tidak diperbolehkan. Pada tanggal 7 Juli 2020, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) memberikan pembukaan akses

untuk platform Netflix. Netflix pun menyanggupi aturan *Self Regulatory Code for Subscription Video on Demand Industry in ASEAN* yang berarti Netflix tidak akan menampilkan konten yang mengandung pornografi anak, terorisme, melanggar hak cipta, melanggar Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) dan tayangan yang mendiskreditkan kelompok masyarakat tertentu. Hal tersebut membuktikan bahwa adanya ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap platform layanan streaming Netflix sehingga PT Telekomunikasi Indonesia memutuskan untuk membuka akses ini setelah Netflix berkomitmen untuk menyesuaikan konten dan kebijakan perusahaan agar konten Netflix dapat dinikmati oleh masyarakat Indonesia (CNN Indonesia, 2020).

Dari data tersebut dapat menggambarkan bahwa keantusiasan masyarakat terhadap Netflix sangat tinggi. Meskipun keantusiasan masyarakat sangat tinggi, Netflix memiliki beberapa keluhan pada pengalaman pengguna atau *user experience* yang mempengaruhi kepuasan pengguna tersebut dalam berlangganan layanan *streaming* Netflix. Menurut (Technopedia, 2017), *user experience* merupakan pengalaman seseorang tentang menggunakan suatu produk yang dapat menimbulkan interaksi. *User experience* dapat menghasilkan suatu penilaian dan interaksi mengenai suatu produk dan dapat terjadi sebelum dan selama berinteraksi dengan produk tersebut. Pengalaman pengguna atau *user experience* kebanyakan dapat dilihat pada produk atau jasa yang pelanggan telah gunakan. Pengguna biasanya memberikan *review* atau ulasan suatu produk atau jasa setelah mereka menggunakannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya tanggapan kepuasan pada pengguna setelah pengguna tersebut menggunakan produk atau jasa tersebut. Penulis melakukan beberapa pencarian mengenai ulasan atau *review* keluhan pelanggan Netflix pada Twitter dan pada Apple Store dengan melihat bagian *reviews & rating* halaman unduhan aplikasi Netflix. Berikut adalah ulasan mengenai keluhan pengguna Netflix.



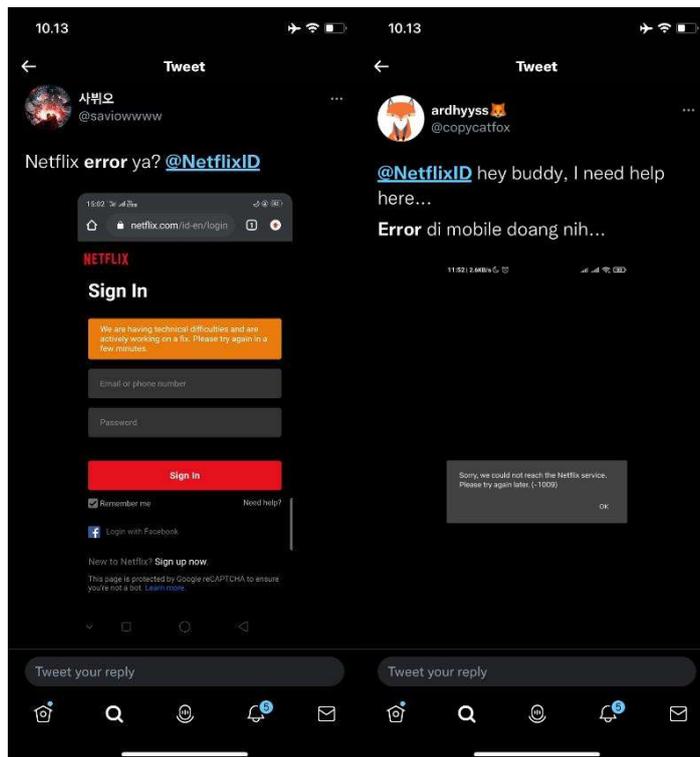


**Gambar 1.8 Ulasan Pengguna Netflix**

*Sumber : Data Olahan Penulis (2022)*

Gambar 1.8 di atas merupakan ulasan *user experience* mengenai keluhan pengguna layanan aplikasi Netflix yang berupa perasaan kecewa dan sedih karena tidak memenuhi keinginan pengguna. Menurut Kraft (2012:1), proses *user experience* terjadi ketika pengguna melakukan interaksi dengan produk atau jasa dan mengekspresikannya dengan berupa perasaan sedih, senang, kecewa, dan bangga. Keluhan pengguna pada gambar 1.8 terjadi karena adanya beberapa masalah seperti perangkat yang tidak terupdate dengan *software* versi terbaru tidak akan bisa membuka Netflix, website Netflix seringkali tidak kompatibel dengan beberapa perangkat tertentu, *crashing*, *lag*, dan *error*.

Penulis juga melakukan penelusuran terkait keluhan yang dialami oleh para pengguna Netflix tersebut. Hasilnya adalah penulis tidak menemukan adanya balasan secara publik oleh pihak Netflix terkait masalah atau keluhan yang dialami oleh pengguna tersebut. Penulis pun tidak menemukan adanya solusi yang diberikan oleh pihak Netflix terkait keluhan tersebut. Penulis menemukan fakta bahwa konsumen Netflix yang mengalami keluhan bahkan beberapa konsumen sudah mention ke akun Netflix Indonesia tetapi tidak direspon oleh akun Netflix Indonesia tersebut.





**Gambar 1.9 Keluhan Pengguna Netflix**

Sumber : Data Olahan Peneliti (2022)

Gambar diatas merupakan hasil penelusuran penulis mengenai keluhan pelanggan Netflix Indonesia. Pada gambar tersebut menunjukkan bahwa pihak Netflix Indonesia tidak merespon adanya keluhan yang dialami oleh konsumen Netflix Indonesia. Hal itu menunjukkan bahwa kurangnya penanganan keluhan oleh pihak Netflix Indonesia mengenai pelayanan konsumen. Netflix memiliki beberapa masalah yang telah penulis paparkan sebelumnya, sehingga Netflix mendapatkan *rating* yang tidak terlalu bagus di pada App Store seperti gambar 1.10 dibawah ini.



**Gambar 1.10 Nilai Pengguna Netflix pada App Store**

Sumber : *App Store* (2022)

Berdasarkan gambar diatas Netflix memiliki nilai pengguna atau *rating* sebesar 3,4 dari 5 dengan total 11.326 *rating* dan jumlah review negatif berkisar sekitar 45%. Dari hasil penelusuran tersebut dapat disimpulkan bahwa Netflix belum memenuhi ekspektasi pengguna dalam memberikan pelayanan, padahal Netflix telah berdiri lama dan bertahan dipuncak selama bertahun – tahun di dunia VOD (*Video on Demand*). Konsistensi Netflix harus diuji dengan kemauan dan permintaan dari penggunanya yang secara konsisten berubah dan cenderung kearah permintaan untuk membuat Netflix lebih mudah dan nyaman untuk digunakan. Penulis melakukan penelusuran mengenai bagaimana kepuasan pengguna pada Netflix dan dilansir dari Huffpost, *Consumer Reports Survey* menemukan bahwa situs Netflix sering diakses oleh penggunanya, tetapi memiliki kepuasan yang relatif rendah.

Adanya kepuasan pelanggan terjadi karena salah satunya calon konsumen merasa bahwa brand yang akan dibeli memiliki ulasan yang baik. Hal ini ditunjukkan oleh portal web berita Kompas.com bahwa pelanggan memiliki pandangan yang positif terhadap citra atau image brand Netflix. Pentingnya *review online* seseorang juga mempengaruhi pandangan positif sebuah brand sehingga dapat mempengaruhi seseorang untuk berlangganan di platform layanan Netflix. Kepuasan pelanggan *atau customer satisfaction* memberikan nilai bagi pelanggan (*customer value*), kualitas kepuasan pelanggan yang tinggi akan menimbulkan kepuasan terhadap pelanggan sedangkan jika kualitas kepuasan pelanggan rendah maka akan menimbulkan ketidakpuasan terhadap pelanggan.

Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap *user experience* dan kepuasan konsumen yang diberikan oleh Netflix Indonesia. Menurut Setyo (2020), *user experience* akan berpengaruh terhadap perilaku pengguna jika sesuai dengan apa yang diharapkan pengguna dalam menikmati layanan *streaming on demand*, dalam hal ini Netflix *user experience*. Semakin baik kualitas layanan Netflix maka akan meningkatkan *user experience* yang berkesan bagi pengguna layanan tersebut. *User experience* terkadang tidak sesuai dengan keinginan dan ekspektasi pengguna sehingga ekspektasi bagi pengguna Netflix tersebut dapat diukur guna mengevaluasi dan mengetahui tingkat perbaikan layanan Netflix.

Pada tahun 2022 ini juga Netflix belum mengalami banyak perubahan mengenai *user experience*. Hal ini dapat dilihat dari keluhan pelanggan yang mengalami masalah yang sama pada tahun ini. Ditambah adanya isu baru mengenai

kebijakan Netflix yang melarang penggunaan akun yang tidak sesuai dengan negara keberadaannya yang dimana jika pengguna berada di negara tersebut maka akun yang digunakan harus dari negara tersebut. Dalam hal ini misalnya, pengguna di Indonesia melakukan *sign-in* dengan akses akun Amerika Serikat agar bisa menonton konten yang tersedia secara eksklusif di wilayah Amerika Serikat. Jadi dapat dibilang bahwa akun tersebut tidak dapat diakses secara global yang mengharuskan para pengguna Indonesia mengakses Netflix menggunakan VPN atau *Virtual Private Network*. Dilansir dari (Widyananda, 2021), VPN atau *Virtual Private Network* merupakan layanan yang memungkinkan bagi pengguna untuk mengakses situs secara pribadi melalui server jaringan lain. Menurut laporan di situs Torrent Freak, Netflix memblokir alamat IP pengguna yang menggunakan layanan VPN. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa Netflix tidak mengirimkan konten secara global kepada pengguna yang tidak memiliki hak untuk menonton konten tersebut. Dikutip dari The Sun, beberapa pengguna Netflix di blokir secara parsial yang berarti pengguna tersebut hanya bisa mengakses konten Netflix Originals yang secara eksklusif tayang di lokasi mereka sebagaimana konten Netflix Originals berbeda di masing-masing wilayah dan Netflix memiliki hak global atas konten tersebut.

Dapat dilihat bahwa *user experience* dari pengguna Netflix masih mengalami masalah. Dari data diatas, penulis merasa tertarik untuk mencari tau mengenai kepuasan konsumen atau *customer satisfaction* melalui *user experience* Netflix tersebut. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2019), kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan produk tersebut terpenuhi.

Menurut Rezaldy (2019), perusahaan yang memanfaatkan *user experience* menyadari bahwa pelanggan membeli lebih dari sekedar produk dan layanan, tetapi pelanggan membeli apa saja yang penting bagi dirinya sendiri. Beberapa perusahaan merasa mendapatkan rasa kepuasan konsumen dengan cara mengevaluasi keluhan pelanggan, namun studi menunjukkan bahwa 25 persen konsumen yang merasa tidak puas dengan pembelian mereka, hanya lima persen yang mengeluh. Selebihnya, 95 persen orang merasa tidak layak untuk mengeluh dan tidak tahu kepada siapa mengeluh sehingga mereka memutuskan untuk tetap melanjutkan pembelian. Tidak

dipungkiri bahwa seberapa sempurna rancangan pemasaran yang dibuat dan diimplementasikan, beberapa kesalahan akan tetap terjadi (Kotler & Keller, 2012).

Berdasarkan fenomena pada latar belakang yang penulis jelaskan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pentingnya pengaruh dari *User Experience* dalam upaya untuk mengetahui kepuasan konsumen atau *Customer Satisfaction* dari pelanggan platform layanan Netflix. Penelitian ini berjudul **“PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA NETFLIX ”**.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang penulis telah jelaskan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana *Attractiveness* pada pengguna Netflix?
- b. Bagaimana *Perspiciuity* pada pengguna Netflix?
- c. Bagaimana *Efficiency* pada pengguna Netflix?
- d. Bagaimana *Dependability* pada pengguna Netflix?
- e. Bagaimana *Stimulation* pada pengguna Netflix?
- f. Bagaimana *Novelty* pada pengguna Netflix?
- g. Bagaimana *Customer Satisfaction* pada pengguna Netflix?
- h. Seberapa besar pengaruh *User Experience* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna Netflix?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Suatu penelitian ilmiah pasti memiliki suatu tujuan tertentu dimana penetapan tujuan diperlukan agar mendapatkan kejelasan mengenai arah penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Untuk mengetahui bagaimana *Attractiveness* pada pengguna Netflix.
- b. Untuk mengetahui bagaimana *Perspiciuity* pada pengguna Netflix.
- c. Untuk mengetahui bagaimana *Efficiency* pada pengguna Netflix.
- d. Untuk mengetahui bagaimana *Dependability* pada pengguna Netflix.
- e. Untuk mengetahui bagaimana *Stimulation* pada pengguna Netflix.
- f. Untuk mengetahui bagaimana *Novelty* pada pengguna Netflix.

- g. Untuk mengetahui bagaimana *Customer Satisfaction* pada pengguna Netflix.
- h. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *User Experience* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna Netflix secara parsial dan simultan.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan melengkapi keilmuan di bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *User Experience* yang dapat mempengaruhi *Customer Satisfaction* dari konsumen. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk bahan pertimbangan dan kontribusi pemikiran bagi perusahaan Netflix dalam meningkatkan *Customer Satisfaction* atau kepuasan pelanggan pada platform layanan streaming Netflix melalui pengaruh *User Experience* Netflix..

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dan dalam memberikan arahan serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini, penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang, penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika kamian dari awal sampai akhir penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas mengenai kajian teori yang berkaitan dengan topik pembahasan dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis yang meliputi rangkuman teori dari para ahli, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian sebagai batas penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi penjelasan mengenai variabel penelitian, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan uji realibilitas, serta teknik analisis data yang digunakan.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraikan tentang hasil dari pengolahan data. Di mana hasil tersebut akan dianalisis oleh peneliti agar ditemukan kesimpulan dari penelitian ini.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini diuraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang disertai dengan rekomendasi atau saran bagi perusahaan yang diteliti.