

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Hiburan dan media digital berkaitan dengan penggunaan teknologi digital dalam bisnis hiburan untuk pembuatan, distribusi, dan konsumsi konten. Dengan kemajuan teknologi digital, bisnis hiburan telah mengalami transformasi mendasar. Platform *streaming video over-the-top* (OTT) adalah ilustrasi yang sangat baik tentang bagaimana perusahaan media dan hiburan telah atau sedang beralih ke model *direct-to-consumer* (D2C) daripada strategi *business-to-business-to-consumer* (B2B2C) yang mengandalkan perantara. Menurut Lee, dkk. (2024) OTT didefinisikan sebagai layanan yang memberikan berbagai macam konten media melalui internet, seperti *variety show*, serial orisinal, film, dokumenter, dan musik.

**Tabel 1.1. Pendapatan dan Proyeksi Industri Hiburan & Media (2017-2026)**

Tahun	Pendapatan dan Proyeksi (dalam US\$ triliun)
2017	1.96
2018	2.07
2019	2.17
2020	2.12
2021	2.34
2022	2.51
2023	2.64
2024	2.75
2025	2.84
2026	2.93

Sumber: databoks.com (2023)

Riset Pricewaterhouse Coopers (PwC) dalam laporan Databoks (2023) mengungkapkan bahwa pendapatan bisnis hiburan dan media global dari tahun 2017 diproyeksikan akan terus mengalami peningkatan, apalagi setelah adanya pandemi COVID-19. Peningkatan ini diproyeksikan akan terjadi setidaknya hingga tahun 2026.

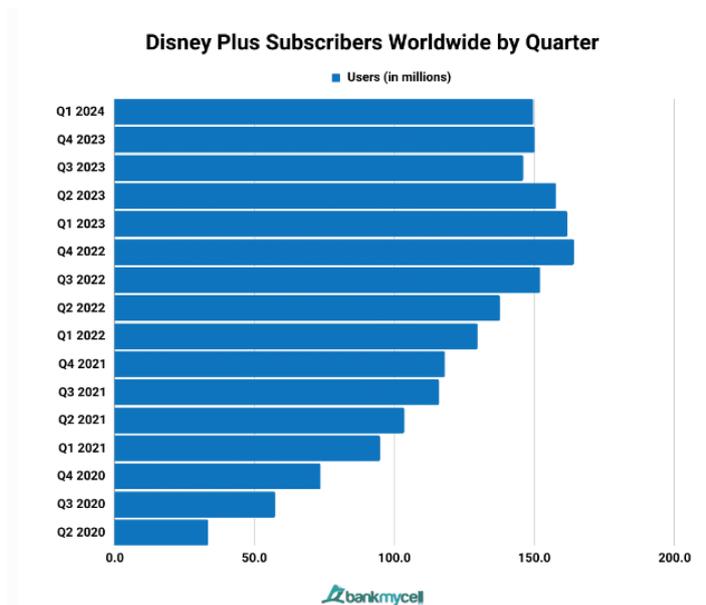
Perusahaan memanfaatkan tren ini dengan mendirikan perusahaan video *online* untuk meningkatkan eksposur merek dan memberikan nilai kepada audiens target mereka. Akibatnya, ada permintaan yang terus meningkat untuk lebih banyak penyedia dan saluran OTT yang mampu menyelenggarakan *streaming* OTT dengan cara yang andal dan aman. Banyak perusahaan memanfaatkan peluang ini untuk memonetisasi konten video mereka dan menciptakan layanan dan platform penyiaran OTT berkualitas tinggi.

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan adanya tren ini adalah The Walt Disney Company. The Walt Disney Company (Disney) adalah sebuah perusahaan hiburan dan media. Perusahaan ini membuat dan mengakuisisi acara televisi, film *live-action*, dan film animasi. Pada 12 November 2019, The Walt Disney Company meluncurkan layanan *streaming* global yang dibuat dan dimiliki oleh unit *streaming* dan hiburan The Walt Disney Company yang diberi nama Disney+. Layanan *streaming* ini memulai debutnya sebagai layanan domestik di Amerika Serikat dan Kanada sebelum berekspansi ke seluruh dunia setelah November 2019.

Dilansir dalam [washingtonpost.com](https://www.washingtonpost.com) (2020), Disney mengumumkan bahwa layanan *streaming* barunya, Disney+, memiliki 26,5 juta pengguna dalam

enam minggu pertama operasinya, sebuah awal yang menjanjikan untuk inisiatif digital yang diawasi secara ketat. Kesuksesan besar atas peluncuran Disney+ membuat The Walt Disney Company terus melakukan ekspansi layanan *streaming*-nya ke berbagai negara. Hingga pada tanggal 03 April 2020 layanan *streaming* ini dapat diakses di India dengan mitra peluncuran yaitu Hotstar. Ini adalah cikal bakal dari kerja sama antara Disney dengan Hotstar yang kemudian Hotstar berganti nama menjadi Disney+ Hotstar. Adapun cakupan negara dengan layanan *streaming* Disney+ Hotstar antara lain yaitu India, Indonesia, Malaysia, dan Thailand.

Disney+ Hotstar (juga dikenal sebagai Hotstar di Kanada, Singapura, dan Inggris) adalah layanan *streaming over-the-top* India yang dimiliki oleh Novi Digital Entertainment dan dikelola oleh Disney Media and Entertainment Distribution, sebuah divisi dari The Walt Disney Company. Disney+ Hotstar diluncurkan di Indonesia pada tanggal 05 September 2020. Layanan *streaming* ini juga telah menjalin kemitraan dengan Telkomsel, operator telekomunikasi terkemuka di Indonesia, untuk menyediakan berbagai promosi dan paket berlangganan bagi para pelanggannya.



**Gambar 1.1. Pelanggan Disney+ Seluruh Dunia dalam Kuartal**  
 Sumber : bankmycell.com (2024)

Enam tahun berlalu setelah peluncurannya yang meraup sukses besar, Disney+ mengalami penurunan pelanggan yang signifikan mulai kuartal 1 tahun 2023. Data yang diperoleh dari bankmycell.com (2024) menunjukkan bahwa selama 3 kuartal pada tahun 2023 Disney+ telah kehilangan sebanyak 18,1 juta pelanggan. Meskipun sempat terlihat mengalami kenaikan pelanggan pada kuartal 4 tahun 2023 sebesar 4,1 juta namun ternyata hal tersebut tidak berlangsung lama karena pada kuartal pertama tahun 2024 Disney+ kembali kehilangan sebanyak 600 ribu pelanggannya.

**Tabel 1.2. Basis Pelanggan Disney+ Hotstar**

Kuartal	Jumlah Pelanggan (dalam juta)
Q4 2022	61.3
Q1 2023	57.5
Q2 2023	52.9
Q3 2023	40.4

Sumber: inc42.com (2023)

Nampaknya hal yang sama juga dialami oleh Disney+ Hotstar. Dilansir dari inc42.com (2023) sejak Oktober 2022, raksasa *streaming* ini telah mengalami penurunan jumlah pelanggan secara bertahap. Menurut pengajuan peraturan oleh The Walt Disney Company, Disney+ Hotstar kehilangan 12,5 juta pelanggan selama kuartal yang berakhir pada 30 Juni 2023. Menurut laporan pendapatan Q2 FY23 The Walt Disney Company, pelanggan Disney+ Hotstar turun 4,6 juta dari kuartal sebelumnya pada Januari-Maret 2023. Platform ini telah kehilangan hampir 17 juta pelanggan sejak Januari 2023.

Sama halnya dengan yang terjadi pada layanan *streaming* Disney+, dalam inc42.com (2023) dijelaskan bahwa ternyata Disney+ Hotstar juga banyak menghapus konten-konten yang menjadi “bintang” dari layanan ini, seperti *streaming* IPL, Formula 1 Race, dan serial terkenal seperti Games of Thrones, House of the Dragon dan The Succession. Penghapusan sejumlah konten besar ini nampaknya membuat para pelanggan berpikir ulang untuk kembali berlangganan layanan *streaming* ini.

	Basic	Premium
Pay monthly*	Rp 65.000	Rp 119.000
Pay annually* (Save over 40%**)	Rp 450.000	Rp 799.000
Watch all our titles	✓	✓
On Phone/Tablet/Laptop/TV	✓	✓
Download selected content max 10 mobile devices	✓	✓
Create up to 7 profiles	✓	✓
Max. device log ins	3 devices	10 devices
Concurrent streaming	1 screen	3 screens
Max. video quality <sup>^</sup>	Up to Full HD 1080p	Up to 4K 2160p

\*Subscription required. Additional bank charges may apply. The price is inclusive of Indonesian VAT.  
\*\*Savings compared to 12 months of the monthly subscription price.  
<sup>^</sup>Video and audio quality subject to internet service, device/browser capabilities, content and subscription type.

**Gambar 1.2. Biaya Langganan Disney+ Hotstar**

Sumber : upstation.media (2024)

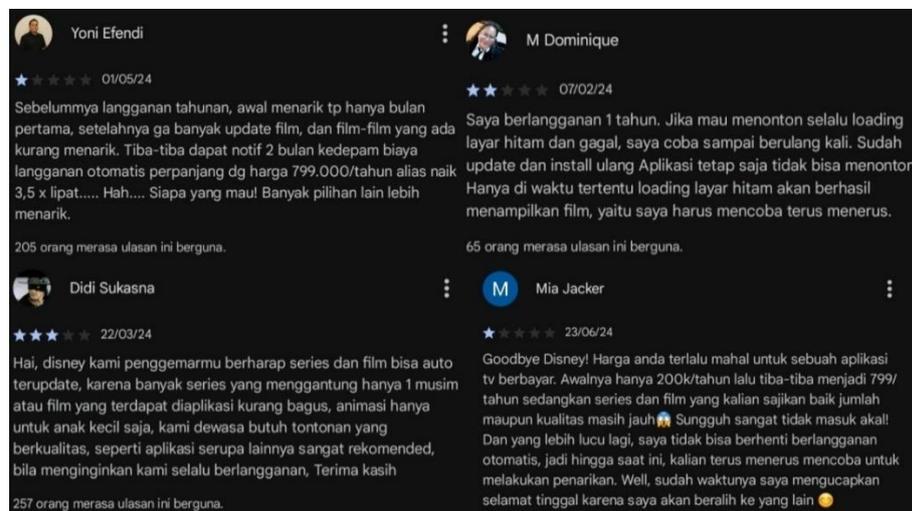
Dilansir dari upstation.media (2024), Disney+ Hotstar mengalami penurunan jumlah pelanggan yang sangat besar pada akhir tahun 2023, turun hampir 1,3 juta. Penurunan ini terjadi setelah kenaikan biaya berlangganan yang signifikan dari Rp 39.000 menjadi Rp 65.000 per bulan. Biaya berlangganan Disney+ Hotstar sekarang menjadi Rp 65.000 per bulan atau Rp 450.000 per tahun. Selain itu, Disney+ juga menawarkan Paket Premium Disney+ Hotstar, yang memiliki dua pilihan keanggotaan: Rp 199.000 per bulan atau Rp 799.000 per tahun.



**Gambar 1.3. Rating Aplikasi Disney+ Hotstar di Play Store**

Sumber: Play Store

Berdasarkan ulasan yang dituliskan oleh pelanggan aplikasi Disney+ Hotstar yang ditemui peneliti di Play Store, aplikasi ini mendapatkan *rating* yang bisa dibilang sangat rendah untuk ukuran aplikasi *streaming video online* yang dapat disandingkan dengan kompetitor besar seperti Netflix dan Amazon Prime. Angka 1,7 merupakan akumulasi bintang yang diperoleh Disney+ Hotstar di Play Store yang berasal dari total 107 ribu ulasan pelanggan.



**Gambar 1.4. Ulasan Pelanggan Aplikasi Disney+ Hotstar di Play Store**  
Sumber: Play Store

Setelah ditelusuri lebih dalam pada ulasan-ulasan yang dikirimkan oleh pelanggan, kebanyakan dari mereka menyayangkan banyaknya konten film dan serial TV yang tidak lagi tersedia. Banyak pelanggan juga menuliskan kekecewaannya atas penerapan harga berlangganan yang baru. Menurut mereka, harga baru yang ditetapkan oleh Disney+ Hotstar terlalu berlebihan dan tidak sebanding dengan *experience* yang mereka dapatkan. Setelah menerapkan kebijakan harga berlangganan yang baru ini mereka juga tidak

menunjukkan performa aplikasi yang lebih baik. Seperti ulasan yang diberikan oleh pelanggan bernama M Dominique yang menyebutkan bahwa saat ia ingin menonton konten yang disajikan Disney+ Hotstar aplikasi ini tidak menunjukkan respons yang baik dan berujung pada pelanggan tidak dapat menikmati konten yang ingin mereka tonton.

Dilihat dari fenomena yang dialami oleh Disney+ Hotstar di atas dapat diduga bahwa *experience* konsumen dalam berlangganan layanan *streaming* ini mengalami penurunan karena Disney memutuskan untuk menghapus sejumlah konten besar yang mempengaruhi minat konsumen untuk kembali berlangganan layanan *streaming* ini. Selain itu, perubahan harga yang ditetapkan Disney tepat pada saat mereka mengalami penurunan jumlah pelanggan ini juga memperparah masalah tersebut. Penetapan harga baru yang mencapai lima kali lipat dari harga lama turut menjadi alasan minat berlangganan ulang konsumen untuk layanan *streaming* ini cenderung menurun. Oleh karena itu *customer experience* dan persepsi harga yang ditawarkan Disney+ Hotstar diduga berpengaruh terhadap minat beli ulang pelanggan mereka.

Minat beli ulang adalah keadaan di mana konsumen yang baru saja merasakan manfaat dari produk atau jasa memiliki keinginan untuk melakukan pembelian kembali. Beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen akan suatu produk atau jasa adalah *experience* yang dirasakan oleh mereka mulai dari sebelum melakukan pembelian hingga setelah pembelian

tersebut terjadi dan persepsi mereka akan harga yang ditawarkan pada produk atau jasa terkait.

*Customer experience* akan lengkap jika ada kontak dengan layanan yang diberikan. *Customer experience* memiliki pengaruh yang berbanding lurus dengan *experience* konsumen (Abrian & Adrian, 2021). Jika *experience* yang diberikan kepada konsumen memuaskan, hal itu akan meningkatkan minat beli mereka dan mendorong mereka untuk melakukannya lagi di masa depan (Febriani & Ardani, 2021). Konsumen yang memiliki pendapat yang baik tentang suatu produk akan memiliki *experience* yang berkesan, dan mereka akan melakukan pembelian ulang. Sebaliknya, konsumen yang merasa tidak puas akan ragu untuk melakukan pembelian ulang dari perusahaan atau merek tertentu. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melia (2023) yang menunjukkan bahwa *customer experience* menjadi variabel paling dominan yang mempengaruhi minat beli ulang.

Persepsi terhadap harga sering digunakan konsumen sebagai panduan untuk mengevaluasi *experience* mereka dengan suatu produk atau layanan dan membentuk sikap mereka terhadap penyedia layanan (Fuzir & Rahman, 2020). Persepsi harga adalah interpretasi konsumen terhadap harga relatif atau pengorbanan yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk jika dibandingkan dengan harga atau pengorbanan yang diperlukan untuk produk lain yang sejenis (Arifin, dkk. dalam Pratishita, dkk., 2022). Konsumen menggunakan kepercayaan pada harga yang baik untuk mengevaluasi harga yang ada pada saat pembelian, dan ini merupakan struktur informasi harga

yang dinamis dalam pikiran mereka. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Khalikussabir, dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa persepsi harga memberikan pengaruh positif terhadap minat beli ulang.

Berdasarkan uraian di atas, maka akan dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh *customer experience* dan persepsi harga terhadap minat beli ulang aplikasi *streaming* Disney+ Hotstar.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *customer experience* berpengaruh terhadap minat beli ulang aplikasi *streaming* Disney+ Hotstar?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli ulang aplikasi *streaming* Disney+ Hotstar?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat ditemukan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer experience* terhadap minat beli ulang aplikasi *streaming* Disney+ Hotstar.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap minat beli ulang aplikasi *streaming* Disney+ Hotstar.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan secara praktis untuk memperoleh informasi tentang *customer experience* dan persepsi harga terhadap minat beli ulang aplikasi *streaming* Disney+ Hotstar.

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan serta menambah manfaat mengenai ilmu pengetahuan terutama terkait dengan *customer experience*, persepsi harga, dan minat beli ulang.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai tambahan dasar pertimbangan pengambilan keputusan oleh perusahaan berkaitan dengan cara meningkatkan minat pelanggan untuk membeli ulang produk atau jasa yang ditawarkan.

#### b. Bagi Peneliti Berikutnya

Temuan penelitian dapat digunakan sebagai dasar untuk mengatasi masalah yang terutama terkait dengan *customer experience*, persepsi harga, dan minat beli ulang.