

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Gambaran Kegiatan Layanan SVOD di Indonesia

Industri *subscription video on demand (SVOD)* di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, didukung oleh meningkatnya penetrasi internet, perubahan preferensi konsumen, serta beragamnya konten yang ditawarkan oleh berbagai platform. Jumlah pelanggan layanan SVOD di Indonesia menunjukkan peningkatan yang pesat. Pada tahun 2019, jumlah pelanggan tercatat sekitar 3,3 juta, yang kemudian melonjak menjadi 7,6 juta pada tahun 2020, dan mencapai 11,5 juta pada tahun 2021 (Shafina, 2023). Sementara itu, pendapatan pasar *streaming video* berlangganan di Indonesia diproyeksikan mencapai USD 366 juta pada tahun 2023, meningkat sebesar 72% dibandingkan dengan tahun 2018 (Damar, 2024).

Menurut survei yang dilakukan oleh *Populix* pada Mei 2022, *Netflix* menjadi aplikasi *Video on Demand (VoD)* yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan tingkat penggunaan mencapai 69%. *Disney+* berada di posisi kedua dengan 62%, diikuti oleh *YouTube* sebesar 52% (Annur, 2022a). Sementara itu, laporan dari *Databoks* pada Desember 2022 mengungkapkan bahwa mayoritas pengguna layanan VoD berbayar, seperti *Netflix* dan *Disney+*, berasal dari kalangan masyarakat kelas atas, dengan persentase mencapai 60% (Annur, 2022b). Hal ini mengindikasikan bahwa *Netflix* merupakan salah satu platform SVOD paling populer di Indonesia, khususnya di kalangan kelas atas. Selain itu, platform lokal

Vidio berhasil mencatat lebih dari 4 juta pelanggan berbayar pada akhir tahun 2023, menjadikannya salah satu platform *SVOD* terkemuka di Indonesia (Eka, 2023).

Platform seperti *Vidio* sukses menarik pelanggan melalui penyediaan konten lokal dan siaran olahraga langsung, yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen di Indonesia (Expat, 2024). Platform lokal seperti *Vidio* menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, namun platform global seperti *Netflix* dan *Disney+ Hotstar* tetap mendominasi pasar *SVOD* di Indonesia (Nabila, 2024). Secara keseluruhan, industri *SVOD* di Indonesia menunjukkan perkembangan yang positif, dengan adanya persaingan antara platform lokal dan global serta meningkatnya antusiasme konsumen terhadap konten yang beragam dan berkualitas.

Industri *subscription video on demand (SVOD)* di Indonesia dikuasai oleh beberapa pemain utama yang mencakup platform internasional dan lokal. Sebagai salah satu platform global, *Netflix* menawarkan beragam konten internasional dan lokal. Berdasarkan laporan *JustWatch*, *Netflix* memimpin pasar *streaming video* di Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 24% pada kuartal keempat 2023 (Nabila, 2024). Platform ini menyediakan konten dari *Disney*, *Pixar*, *Marvel*, *Star Wars*, dan *National Geographic*, serta menghadirkan konten lokal. Pada periode yang sama, *Disney+ Hotstar* menempati posisi kedua dengan pangsa pasar sebesar 22% (Nabila, 2024).

Vidio, sebagai platform lokal, menghadirkan konten lokal, siaran olahraga langsung, dan serial orisinal. Walaupun penguasaannya hanya sebesar 11% dari pangsa pasar pada kuartal keempat 2023, *Vidio* mencatat lebih dari 4 juta pelanggan berbayar, menjadikannya platform dengan jumlah pelanggan berbayar tertinggi di

Indonesia pada tahun 2023 (Eka, 2023). *Viu*, yang berfokus pada konten Asia, terutama drama Korea dan Asia lainnya, memiliki pangsa pasar sebesar 12% pada kuartal keempat 2023 (Nabila, 2024). Selain itu, *iFlix*, dengan konsentrasi pada konten lokal dan internasional serta pasar Asia Tenggara, mencatat pangsa pasar sebesar 16% pada periode yang sama (Nabila, 2024). Persaingan yang ketat antara platform internasional dan lokal ini mencerminkan dinamika industri *SVOD* di Indonesia, di mana setiap platform berusaha menarik pelanggan melalui bagian konten yang beragam dan strategi pemasaran yang kompetitif.

4.2 Perilaku Konsumen Layanan *SVOD*

Pengguna layanan *subscription video on demand (SVOD)* di Indonesia didominasi oleh kelompok usia muda. Survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa 49,3% pengguna internet di Indonesia berada dalam rentang usia 19-34 tahun, yang merupakan segmen utama pengguna layanan *streaming* (Rahayu, 2023). Sebagian besar pengguna *SVOD* juga terkonsentrasi di wilayah perkotaan, di mana akses internet lebih mudah dijangkau. Data mencatat bahwa 58,9% populasi Indonesia tinggal di daerah urban, yang menjadi faktor penting dalam mendukung penetrasi layanan digital seperti *SVOD* (Kemp, 2024).

Karakteristik pengguna *SVOD* menunjukkan kecenderungan untuk menjalani gaya hidup *digital-savvy*, dengan ketergantungan yang tinggi pada perangkat *mobile* dan akses internet sebagai sarana hiburan dan informasi. Selain itu, mereka

lebih memilih fleksibilitas dalam menikmati konten, memungkinkan akses sesuai dengan jadwal pribadi mereka.

Konten lokal dan regional memiliki daya tarik yang kuat bagi pengguna di Indonesia. Selain itu, genre seperti drama, komedi, dan konten keluarga menjadi favorit di kalangan penonton. Platform yang menyediakan konten eksklusif atau orisinal cenderung menarik minat pengguna secara signifikan. Pengguna juga mengharapkan pengalaman *streaming* yang stabil dengan resolusi tinggi. Fitur yang memungkinkan penyesuaian kualitas video berdasarkan kecepatan internet memberikan nilai tambah yang penting. Konten video daring adalah jenis yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia, dengan 55,06% responden melaporkan mengaksesnya, diikuti oleh konten musik daring dengan 48,29% responden (Rahayu, 2023).

Faktor kemudahan dan keterjangkauan metode pembayaran sangat memengaruhi preferensi pengguna. Layanan yang menawarkan opsi pembayaran yang beragam, seperti dompet digital atau potongan pulsa, lebih diminati. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kombinasi kualitas konten, pengalaman pengguna yang baik, dan harga langganan yang kompetitif. Platform yang secara konsisten menyediakan konten baru dan relevan cenderung mempertahankan basis pelanggan yang lebih setia. Pengguna juga lebih sering menghabiskan waktu pada platform dengan antarmuka yang intuitif serta sistem rekomendasi konten yang sesuai dengan preferensi mereka.

Fitur inovatif, seperti kemampuan mengunduh konten untuk ditonton secara *offline*, profil pengguna yang dapat disesuaikan, dan elemen interaksi sosial dalam

platform, dapat meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pengguna. Selain itu, layanan pelanggan yang tanggap dan promosi yang menarik juga memainkan peran penting dalam mempertahankan pengguna.

4.3 Konsep dan Penerapan *E-Service* dalam *SVOD*

E-service adalah layanan yang disediakan melalui media elektronik, khususnya internet, yang memungkinkan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan tanpa batasan waktu maupun lokasi. Layanan ini mencakup berbagai sektor, seperti *e-commerce*, *e-banking*, *e-learning*, *e-government*, dan *e-health*. Dalam konteks *subscription video on demand (SVOD)*, *e-service* memainkan peran penting dalam menyediakan konten video secara daring kepada pengguna. Platform *SVOD* seperti *Netflix*, *Disney+*, dan *Vidio* memanfaatkan *e-service* untuk menghadirkan berbagai fitur yang mendukung kenyamanan pengguna. Fitur utama meliputi akses konten 24/7 yang memungkinkan pelanggan menonton kapan saja dan di mana saja selama terhubung ke internet, personalisasi melalui sistem rekomendasi yang menyesuaikan dengan preferensi dan riwayat tontonan pengguna, serta kemudahan pembayaran *online* melalui berbagai metode digital. Selain itu, layanan pelanggan digital seperti dukungan melalui obrolan, email, atau *FAQ* juga memastikan pengalaman pengguna yang optimal. Dengan fitur-fitur ini, *e-service* mendukung fleksibilitas dan kemudahan dalam penggunaan layanan *SVOD*.

Implementasi *e-service* dalam *subscription video on demand (SVOD)* berkontribusi signifikan terhadap peningkatan efisiensi operasional dan

pengalaman pengguna. Teknologi ini memungkinkan penyedia layanan untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa hambatan geografis. Selain itu, *e-service* memungkinkan pengumpulan data pengguna secara *real-time*, yang dapat dimanfaatkan untuk menganalisis perilaku konsumen dan menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan demikian, *e-service* menjadi elemen penting dalam mendukung operasional dan kesuksesan platform *SVOD*, memastikan layanan yang responsif, personal, dan mudah diakses bagi pelanggan.

4.4 Kondisi Pasar dan Tantangan dalam Industri *SVOD*

Industri *subscription video on demand (SVOD)* di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan *Media Partners Asia (MPA)*, nilai pasar *video* daring di Indonesia mencapai US\$1,3 miliar pada tahun 2023, dengan sektor *SVOD* menyumbang sekitar US\$500 juta. Platform lokal seperti *Vidio* mencatat keberhasilan dengan lebih dari 4 juta pelanggan berbayar, menunjukkan potensi besar pasar *SVOD* di Indonesia (Simorangkir, 2024). Pemerintah Indonesia juga menyoroti pentingnya perlindungan konsumen dan keamanan data dalam ekonomi digital, termasuk layanan *SVOD*, sehingga platform diwajibkan untuk mematuhi regulasi guna menjamin keamanan dan privasi pengguna (Aprilianti & Alifah, 2021). Di sisi lain, platform internasional seperti *Netflix* dan *Disney+ Hotstar* terus mendominasi pasar dengan menawarkan konten internasional dan lokal yang menarik, menciptakan persaingan ketat dengan platform lokal seperti *Vidio* dan *iFlix* (Simorangkir, 2024).

Pengguna *SVOD* di Indonesia memiliki ekspektasi terhadap kualitas *streaming* yang stabil dan resolusi tinggi. Namun, keterbatasan infrastruktur internet di beberapa daerah masih menjadi tantangan yang dapat mengurangi kenyamanan dalam menikmati layanan. Untuk tetap bersaing, platform *SVOD* perlu berinvestasi dalam pengembangan konten lokal yang sesuai dengan budaya dan preferensi masyarakat Indonesia. Langkah ini memerlukan pemahaman mendalam mengenai karakteristik pasar lokal serta kolaborasi dengan kreator konten Indonesia. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra merek berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan, menjadikannya faktor strategis yang harus diutamakan oleh penyedia layanan *SVOD*.

Platform *SVOD* perlu menjaga konsistensi layanan dan membangun citra merek yang positif untuk mempertahankan pelanggan (Veriska et al., 2023). Selain itu, pemanfaatan media sosial secara efektif menjadi strategi penting dalam meningkatkan keterlibatan pengguna, termasuk melalui interaksi langsung dan promosi konten baru (Veriska et al., 2023). Pasar *SVOD* di Indonesia menunjukkan potensi pertumbuhan yang signifikan namun demikian, penyedia layanan tetap menghadapi berbagai tantangan, seperti regulasi, persaingan, dan operasional. Untuk mengatasi tantangan tersebut, inovasi dalam layanan, strategi yang kuat untuk menjaga loyalitas pelanggan, dan upaya yang berkelanjutan dalam meningkatkan keterlibatan pengguna menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan di industri ini.