

BAB I

PENDAHULUAN

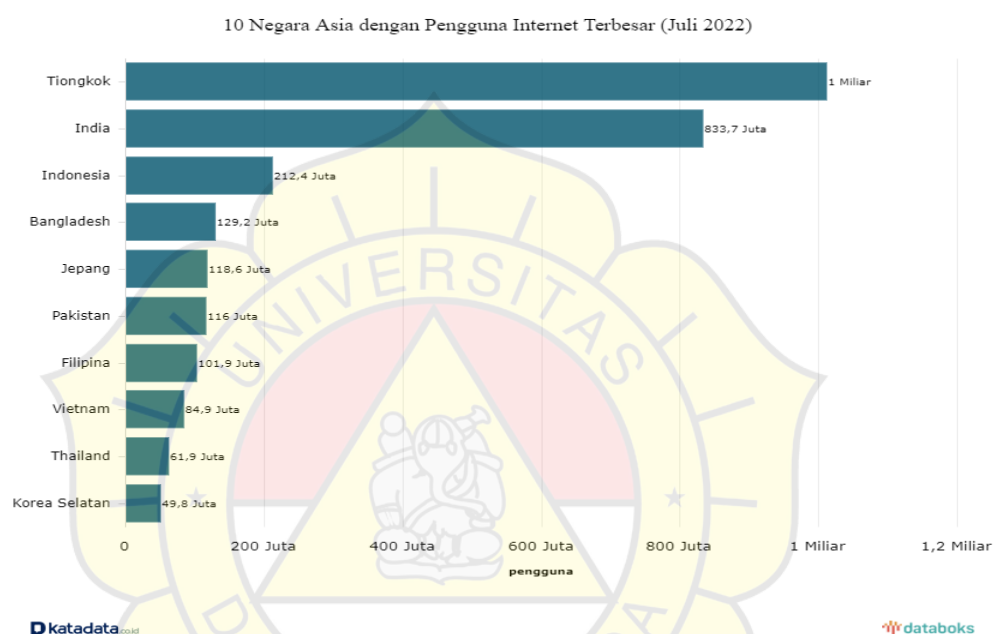
1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini, Perkembangan teknologi mempengaruhi berbagai industri dari waktu ke waktu, termasuk industri musik. Pengguna teknologi dapat mempermudah berbagai kegiatan sekaligus gaya hidup masyarakat. Salah satu teknologi yang diminati saat ini adalah aplikasi *Music streaming*. Aplikasi *Music streaming* adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mendengarkan musik legal secara *streaming* atau *online*.

Satu hal yang menandai perkembangan pesat adalah internet dan digitalisasi. Hal ini memberikan berbagai kemudahan dan manfaat bagi kehidupan masyarakat, sekaligus mendorong masyarakat untuk beradaptasi dalam menggunakan internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat, survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2022 membuktikan bahwa dari 275,77 juta penduduk Indonesia, 212,4 juta merupakan pengguna aktif internet. Hal ini menjadi pertanda baik bagi perkembangan industri digital, salah satunya adalah industri hiburan, seperti musik, video, dan game.

Kini, dengan perkembangan masyarakat yang semakin modern, semakin banyak pengguna internet yang semakin mendapat perhatian, dan mereka

memainkan peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia di seluruh dunia. Internet juga tidak memiliki batasan informasi pada penggunaannya sehingga sangat membantu memberikan keefektifan dan juga efisiensi. Berikut 10 negara asia dengan jumlah pengguna internet terbanyak tahun 2022:



Sumber: databoks.katadata.co.id

Gambar 1.1 Daftar Negara Pengguna Internet Terbesar di Asia

Tiongkok merupakan negara dengan pengguna internet terbesar di Asia. Berdasarkan data *Internet World Stats*, Negara china memiliki 1,01 miliar pengguna internet pada Juli 2022. Negara dengan pengguna internet terbesar di Asia berikutnya adalah India, yakni 833,71 juta pengguna, kemudian Indonesia dengan 212,35 juta pengguna internet. Di urutan berikutnya ada Bangladesh dengan 129,18 juta pengguna internet, Jepang 118,63 juta pengguna, Pakistan 116 juta pengguna, dan Filipina 101,9 juta pengguna.

Berikutnya ada Vietnam dengan 84,92 juta pengguna internet, Thailand 61,9 juta pengguna, serta Korea Selatan 49,8 juta pengguna. Adapun pengguna internet di seluruh dunia pada tahun 2022 diperkirakan sudah mencapai 5,47 miliar orang. Artinya, penetrasi internet global mencapai 69% dari total populasi 7,9 miliar.

Pesatnya perkembangan internet saat ini telah memberikan dampak yang signifikan terhadap industri musik. Sebelum internet berkembang pesat seperti sekarang ini, masyarakat menggunakan media musik fisik (seperti CD dan kaset) sebagai media untuk mendengarkan musik. Pesatnya perkembangan teknologi industri musik Indonesia telah menyebabkan perubahan besar dalam distribusi musik dari analog/fisik (vinil, kaset, CD) ke musik digital. Dimulai dari era LP pada tahun 1952, memasuki era kaset pada tahun 1960, dan memasuki era CD lagi pada tahun 1980, di era ini teknologi mengubah distribusi musik dalam bentuk *streaming musik*. Melalui teknologi digital khususnya internet, konsumen dapat dengan mudah memperoleh informasi, bahkan dapat mencari, mendengarkan dan *download* lagu yang diinginkan dengan lebih cepat dan praktis dibandingkan dengan membeli CD atau kaset (Chan, 2020).

Digitalisasi mencakup segala hal dalam hidup, termasuk mendengarkan musik. Semakin maju dan berkembangnya bidang teknologi dan kebutuhan manusia, maka semakin besar pula dampaknya terhadap perekonomian dunia. Selain berpotensi menciptakan lapangan kerja, industri jasa *streaming* musik juga berpotensi menjual musik bagi penulis, produser,

artis, dan kreator musik itu sendiri. Hal ini terlihat pada konsumen yang saat ini tidak perlu lagi mendengarkan hiburan musik melalui radio, CD, atau kaset. Dengan memilih lagu yang diinginkan konsumen, konsumen dapat memutar dan mendengarkan musik saat ini kapan saja dan di mana saja (Putra, 2019).

Jika dibandingkan dengan media pemutaran musik sebelumnya, pemutaran musik *streaming* menjadi teknologi yang paling terbaru. Dengan beralih menjadi aplikasi yang tersedia pada ponsel maupun PC secara umum, layanan *streaming* telah meninggalkan jauh teknologi pemutaran musik lama yang tersedia di tahun 90-an, Radio adalah salah satu alat yang masih digunakan sampai sekarang. Tidak hanya untuk mendengarkan musik, namun hingga saat ini radio masih digunakan untuk menyebarkan informasi dan iklan Salim dalam Sari (2021).

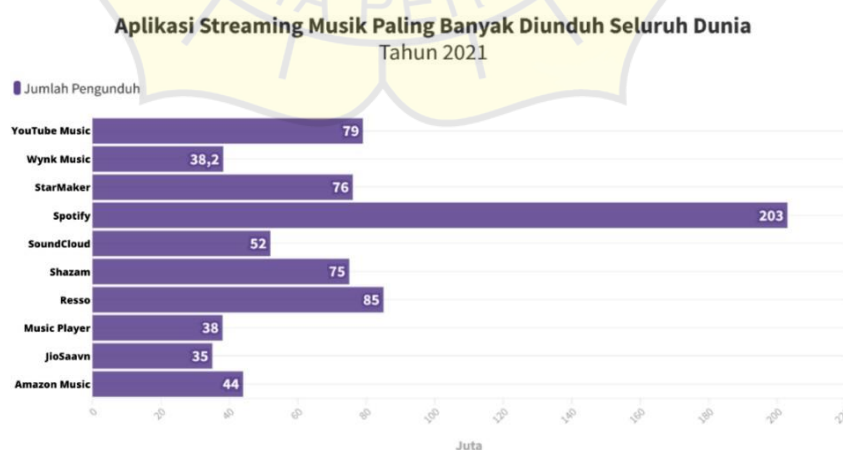
Layanan musik digital adalah layanan digital yang menyediakan pengguna dengan mendengarkan musik secara *online* atau *streaming*. Orang Indonesia sendiri sudah mulai meninggalkan pembelian CD atau album fisik untuk mendengarkan musik. Saat ini, 88% orang lebih suka mendengarkan musik secara *online*, sementara hanya 12% orang yang mendengarkan musik secara *offline* (Dailysocial, 2018).

Layanan musik digital memiliki keunggulan praktis. Setiap orang yang ingin mendengarkan musik atau lagu harus mengunduh *file* musik sebelum dapat memutar musik. Kini mereka dapat mendengarkan musik atau lagu selama memiliki aplikasi *streaming music* dan koneksi internet. Selain itu,

mengunduh lagu sesuka hati adalah ilegal karena melibatkan penyalinan tanpa izin dan melanggar hak cipta pemilik musik.

Pesatnya perkembangan industri musik digital Indonesia dalam hal layanan musik digital, ditambah dengan adanya pandemi *COVID-19*, mendorong berkembangnya industri bisnis digital. Hal ini dikarenakan masyarakat harus berdiam diri di rumah selama masa pandemi, yang berujung pada perlunya peningkatan intensitas hiburan agar tidak bosan di rumah. Menurut laporan riset Statista, per Juni 2020, nilai pasar industri *streaming* musik digital Indonesia selama pandemi adalah Rp2,1 triliun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 28% responden pengguna telah membeli layanan berkualitas (Statista, 2020).

Beberapa perusahaan layanan musik digital kini berkembang di Indonesia, seperti Spotify, Apple *Music*, Joox, Youtube *Music*, Amazon *Music*. Berikut 10 layanan *streaming* musik dengan pelanggan berbayar terbanyak 2020, menurut Internasional *Federation of Periodical Publishers*.



Sumber: www.goodstats.id

Gambar 1.2 Aplikasi *Streaming* Musik Paling Banyak Diunduh Seluruh Dunia Tahun 2021

Pengguna layanan *streaming* musik yang banyak digunakan seluruh dunia, sejalan dengan jumlah pengguna internet sebanyak 4,66 miliar dan pengguna *smartphone* di seluruh dunia juga meningkat dengan jumlah yang mencapai 5,22 miliar orang terhitung dari tahun 2021. Bila dilihat penggunaan media digital yakni internet yang dimanfaatkan untuk berbagai aktivitas dan kebutuhan, rata-rata menghabiskan waktu 7 jam per hari dengan perkiraan menghabiskan 12 triliun jam. Termasuk penggunaan aplikasi layanan *streaming* musik dengan total 725,2 juta pengunduh. Tercatat aplikasi layanan *streaming* musik yang paling banyak diunduh seluruh dunia ialah Spotify sebanyak 203 juta. Aplikasi tersebut menguasai pasar sebesar 33 persen sejak tahun 2021. Sementara di posisi ke-2 diraih oleh aplikasi layanan *streaming* musik terbaik 2021 yang dinobatkan User's Choice App yakni Resso sebanyak 85 juta unduhan. Lalu, YouTube *Music* yang didirikan tahun 2015 menempati posisi ke-3 sebanyak 79 juta. Disusul StarMaker sebesar 76 juta unduhan. Kemudian secara berurutan pengguna aplikasi layanan *streaming* musik terbanyak di dunia terdiri dari Shazam (76 juta), SoundCloud (52 juta), Amazon *Music* (44 juta), Wynk *Music* (38,2 juta), *Music Player* (38 juta), dan JioSaavn (35 juta).

Spotify menyediakan model layanan yang terdiri dari dua model berlangganan, yaitu gratis (*free*) dan berbayar (*premium*). Pengguna yang menggunakan layanan *Premium* dan *free* mendapatkan kualitas layanan yang berbeda. Spotify dengan *premium* dapat menghapus iklan, meningkatkan kualitas audio, dan memungkinkan pengguna mengunduh musik untuk

dinikmati secara *offline* tanpa menggunakan kuota. Pada saat yang sama, Spotify yang menyediakan layanan gratis (*free*), tidak dapat menikmati fungsi tersebut. Tabel perbandingan layanan musik berbayar (*premium*) dan layanan gratis (*free*) pada aplikasi *streaming* musik Spotify.

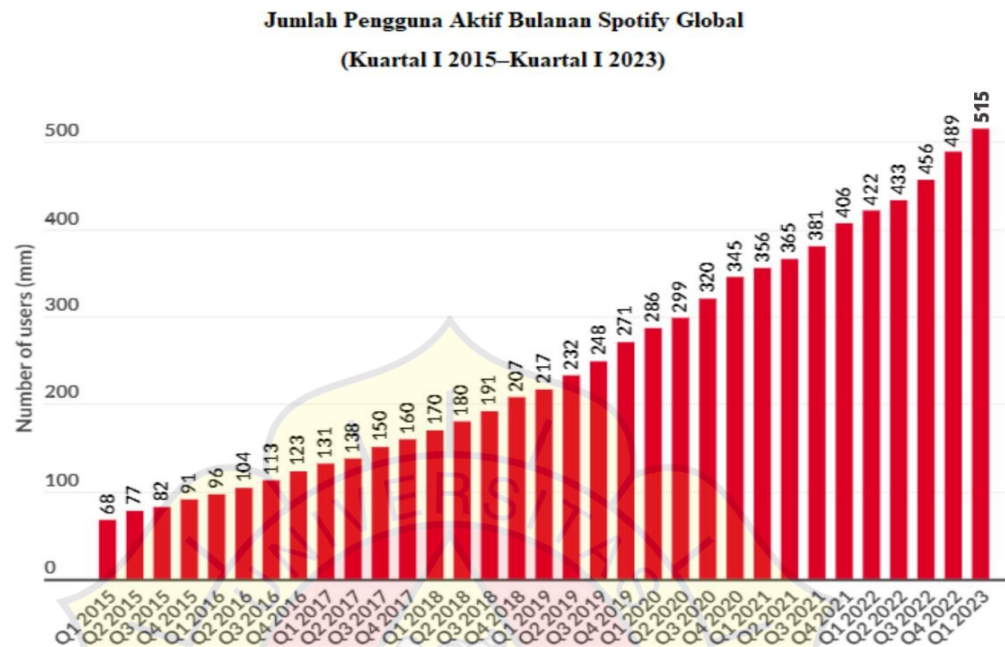
Tabel 1. 1
Perbanding Layanan Musik Spotify

Spotify Grastis (<i>Free</i>)	Spotify Berbayar (<i>Premium</i>)
Menyediakan akses gratis ke aplikasi Spotify tanpa biaya sama sekali.	Pengguna yang berlanggan <i>premium</i> dikenakan biaya sesuai dengan varian paket <i>premium</i> yang digunakan
Terdapat iklan dalam bentuk audio, vidio dan display diantara lima hingga enam lagu dengan durasi waktu iklan sekitar tiga menit diantara satu jam mendengarkan lagu.	<i>Premium</i> menawarkan pengalaman mendengarkan lagu bebas iklan tanpa gangguan.
Setiap musik yang diputar akan dilakukan secara acak.	Pengguna bebas memilih lagu favorit tanpa pemutaran acak.
Tidak bisa mendengarkan musik secara <i>offline</i>	Pengguna dapat mendengarkan musik secara <i>offline</i> tanpa menggunakan kuota.
Menyediakan 96 kbps sebagai bitrate standar untuk seluler dan 160 kbps untuk desktop dan web.	Menyedikan kualitas tinggi untuk desktop dan kualitas tinggi untuk seluler dengan bitrate 320 kbps.

Sumber: www.spotify.com

Dari tabel 1.1 dijelaskan bahwa terdapat berbanding antara layanan musik spotify gratis (*free*) dan berbayar (*premium*) pada Spotify. Berikut

jumlah pengguna Spotify (Per kuartal) menurut Spotify pada tahun 2022 sebagai berikut:



Sumber: www.businessofapps.com

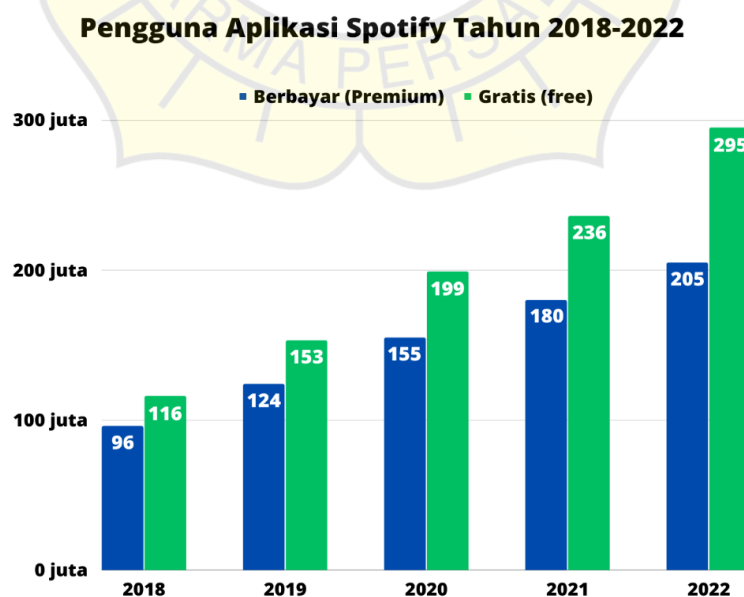
**Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Spotify Global
(Kuartal I 2015–Kuartal I 2023)**

Jumlah pengguna aplikasi *streaming* musik Spotify terus bertambah. Berdasarkan laporan Business of Apps dan laporan keuangan perusahaan, jumlah pendengar aktif bulanan (*monthly active user/MAU*) Spotify secara global telah mencapai 515 juta orang pada kuartal I-2023. Jumlah tersebut meningkat dibanding kuartal sebelumnya (*quarter-on-quarter/qoq*).

Seperti yang ditunjukkan oleh data Spotify, ini adalah tenaga penjualan yang sangat besar. Spotify memiliki daftar putar lagu yang di sesuaikan untuk genre, suasana hati, lagu populer, dan daftar putar campuran harian, yang berisi lagu yang didengarkan pengguna sesuai dengan genre lagu. Pengguna tidak hanya dapat mendengarkan secara *offline* tanpa iklan, Spotify dengan

fitur-fitur canggih juga memberikan kualitas suara yang lebih baik, dan pengguna dapat dengan bebas memilih lagu favorit tanpa pemutaran acak.

Untuk akun Spotify *free* akan mendapatkan musik dan berbagai fitur dari Spotify secara gratis. Namun, pada akun Spotify *free* setiap musik yang diputar akan dilakukan secara acak. Selain itu, pada akun *free* tidak bisa mendengar lagu Spotify secara *offline*. Jika ingin next lagu atau skip lagu hanya terbatas dengan kesempatan 3 kali perhari. Dengan bentuk iklan audio, video, dan display diantara lima hingga enam lagu, dengan lamanya iklan sekitar tiga menit diantara satu jam mendengarkan lagu. Fitur *free* yang ditawarkan oleh Spotify menjadi salah satu pendorong jumlah pengguna Spotify berbayar lebih banyak dibandingkan kompetitor berbayar lainnya, karena pengguna merasa sudah familiar dengan layanan tersebut dan tidak ragu untuk meng-upgrade menjadi Spotify *Premium*. Berikut data pengguna aplikasi spotify gratis (*free*) dan berbayar (*premium*) dari tahun 2018 – 2022:

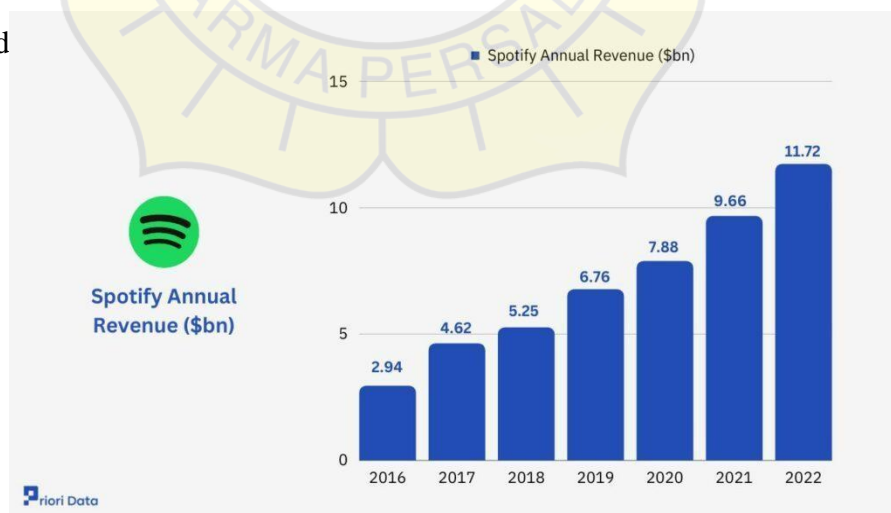


Sumber: newsroom.spotify.com

Gambar 1.4 Pengguna Aplikasi Spotify Tahun 2018-2022

Dapat dilihat dari gambar 1.4 diatas pengguna aplikasi spotify tahun 2018 sampai dengan 2022 bahwa pengguna aplikasi spotify mengalami peningkatan, pada tahun 2018 pengguna aplikasi spotify gratis (*free*) sebanyak 116 juta dan 96 juta pengguna spotify berbayar (*premium*), lalu pada tahun 2019 pengguna aplikasi spotify gratis (*free*) mencapai 153 juta dan pengguna spotify berbayar (*premium*) mencapai 124 juta, pada tahun 2020 pengguna aplikasi spotify gratis (*free*) sebanyak 199 juta dan 155 juta pengguna spotify berbayar (*premium*), lalu pada tahun 2021 pengguna aplikasi spotify gratis (*free*) mencapai 236 juta dan pada tahun 2020 pengguna aplikasi spotify gratis (*free*) sebanyak 199 juta dan 155 juta pengguna spotify berbayar (*premium*).

Banyaknya peminat dalam aplikasi spotify *premium* ini membuat penjualan dari aplikasi spotify mengalami peningkatan. Karena spotify telah melihat pertumbuhan yang stabil dalam pendapatannya. Pada tahun 2022, pend

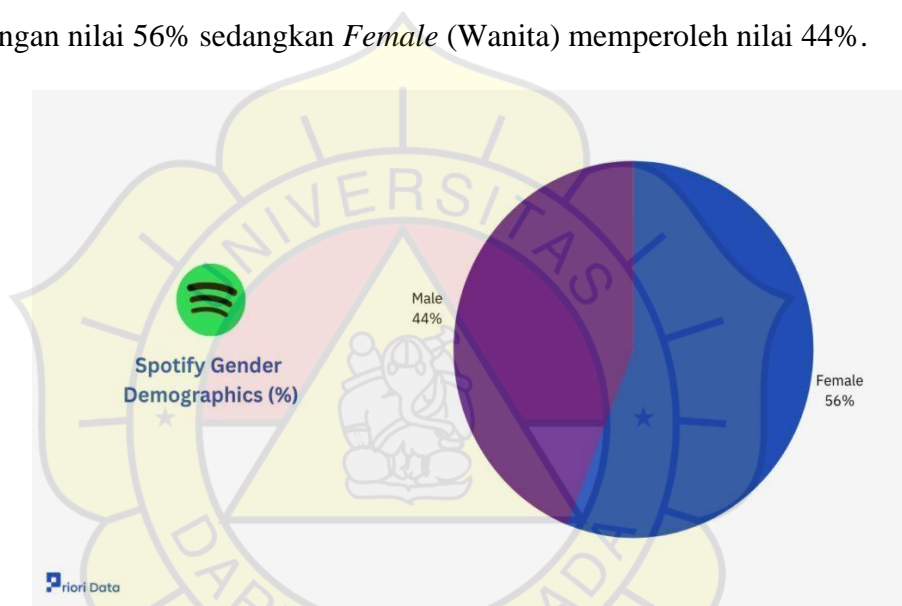


Sumber: www.prioridata.com

Gambar 1.5 Pendapatan Spotify Tahun 2016 Hingga 2022

Dapat dilihat pada gambar 1.4 diatas bahwa penjualan spotify mengalami peningkatan pada tahun 2022 sehingga banyak masyarakat yang menggunakan sporify dalam *streaming* musiknya.

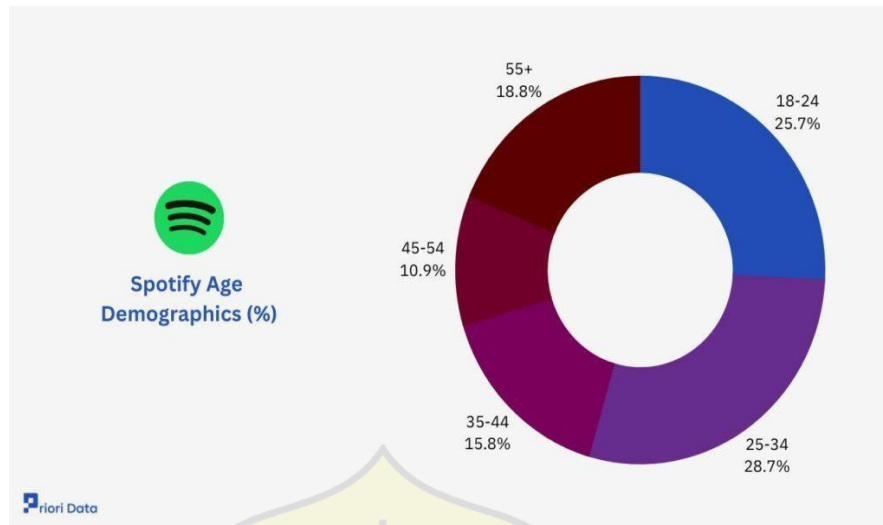
Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan spotify salah satunya adalah gender dapat dilihat pada gambar diagram dibawah bahwa pengguna aplikasi musik spotify lebih banyak digunakan oleh *Male* (Pria) dengan nilai 56% sedangkan *Female* (Wanita) memperoleh nilai 44%.



Sumber: www.prioridata.com

Gambar 1.6 Pengguna Spotify Berdasarkan Jenis Kelamin

Selain gender, usia juga mempengaruhi spotify dalam meningkatkan penjualannya. Banyaknya pengguna spotify *premium* adalah anak muda dapat dilihat pada gambar berikut yang menjelaskan bahwa seperempat audiens Spotify adalah kaum milenial. Orang-orang dari berbagai lapisan masyarakat sedang menikmati layanan *streaming music* spotify.

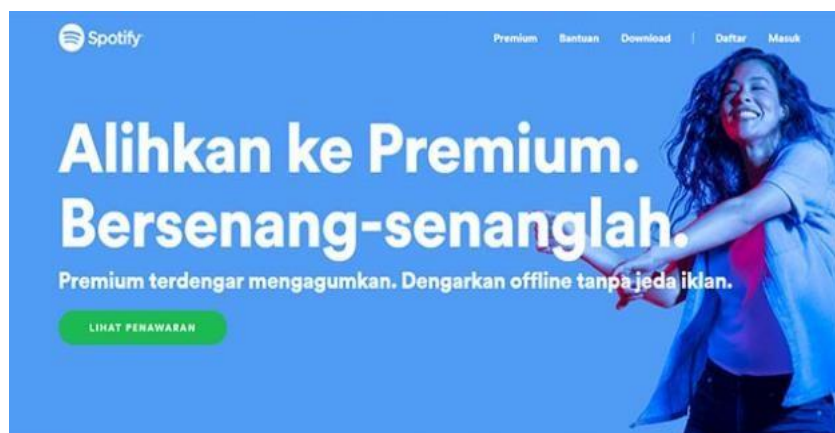


Gambar 1.7 Pengguna Spotify Berdasarkan Usia

Dapat dilihat pada gambar 1.6 bahwa pengguna aktif aplikasi spotify pada usia 18 – 24 tahun memperoleh nilai sebanyak 25,7%, lalu pada usia 25 – 34 tahun yang memperoleh nilai sebanyak 28,7%, lalu pada 35 – 44 tahun memperoleh nilai sebanyak 15,8%, lalu pada 45-54 tahun memperoleh nilai sebanyak 10,9% dan pada usia 55+ memperoleh nilai sebanyak 18,8%. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengguna aktif aplikasi spotify paling diminati oleh usia 25 – 34 tahun.

Daya beli masyarakat umum, relatif rendah karena masyarakat lebih mengutamakan untuk membeli kebutuhan primer sehari-hari sedangkan konsumsi untuk membeli layanan *premium* musik digital tergolong kebutuhan sekunder (Dailysocial, 2020).

Berikut contoh iklan yang muncul pada layanan akun gratis (*free*) Spotify saat mendengarkan lagu.

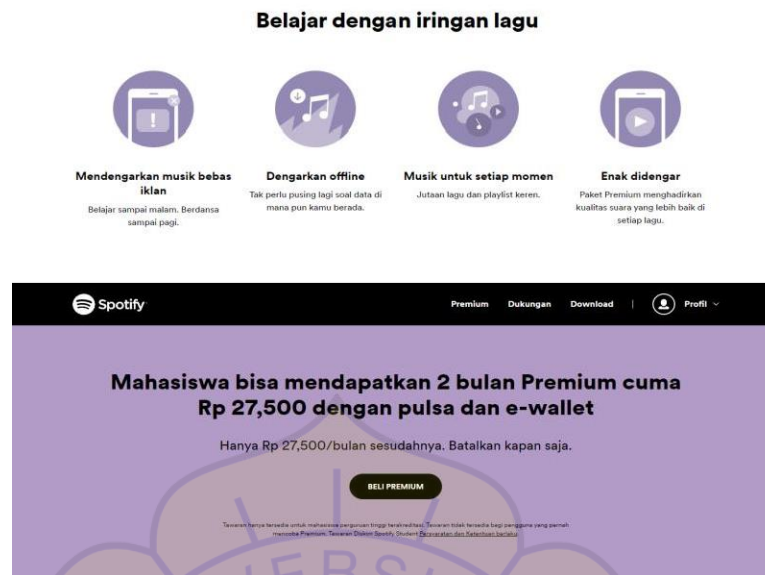


Sumber: www.myjourney.id

Gambar 1.8 Iklan Pada Aplikasi Spotify Free

Dengan banyaknya peminat yang menggunakan layanan spotify, tidak lepas dari persaingan bisnis yang berlomba-lomba untuk menjadikan layanan *streaming* musik yang terbaik, sehingga menggunakan berbagai strategi pemasaran yang akan digunakan untuk membantu mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan yang diinginkan. Perusahaan akan melakukan berbagai cara supaya konsumen merasa puas dan keinginan mereka terpenuhi dan akhirnya konsumen akan melakukan keputusan berlangganan.

Menurut Menurut Kotler Dalam Majid dan Nugraha, (2019) keputusan berlangganan merupakan sebuah keputusan yang dipilih konsumen untuk membeli suatu produk dengan diawali pengenalan kebutuhannya, informasi yang didapat, menilai serta membandingkan alternatif. Salah satu strategi promosi yang dilakukan oleh spotify adalah menggunakan faktor pribadi dan faktor sosial untuk menarik kosumen. Berikut merupakan contoh iklan promosi dari spotify:



Sumber: www.spotify.com

Gambar 1.9 Iklan Promosi Spotify Premium

Secara umum manusia merupakan pribadi yang memiliki suatu ciri khas, khusus dan juga memiliki sifat-sifat makhluk individu. Menurut Onggo (2018) faktor pribadi merupakan suatu karakteristik psikologis yang biasanya konsisten dan bertahan lama pada diri seorang individu.

Selain faktor pribadi terdapat juga faktor sosial, menurut Suawa et al., (2019) faktor sosial merupakan suatu interaksi formal maupun informal dalam lingkup masyarakat yang anggotanya relatif permanen dan mengikuti minat serta perilaku yang sama dalam usahanya demi mencapai suatu tujuan.

Berdasarkan penelitian diatas maka peneliti tertarik untuk mempelajari dan melakukan penelitian pengujian kembali dengan judul **“Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Aplikasi Spotify Premium” (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Spotify di Jakarta Timur).**

1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan berikut:

1. Pesatnya perkembangan internet saat ini telah memberikan dampak yang signifikan terhadap industri musik.
2. Indonesia berada di posisi ke dua pada daftar 10 Negara pengguna internet terbesar di Asia pada juli 2022, dengan 212,35 juta pengguna internet (76,5%)
3. Tercatat aplikasi layanan *streaming* musik yang paling banyak diunduh seluruh dunia ialah Spotify sebanyak 203 juta.
4. Jumlah pengguna aplikasi *streaming* musik Spotify terus bertambah. Berdasarkan laporan *Business of Apps* dan laporan keuangan perusahaan, jumlah pendengar aktif bulanan (*monthly active user/MAU*) Spotify secara global telah mencapai 456 juta orang pada kuartal III-2022.
5. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Thifany, Silvana Athaya dkk (2021) dalam judul Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Langgan Provider Musik, bahwa faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Susi (2020) dalam judul pengaruh faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian pada

alfamart ulak kemang ogan komering ilir, menjelaskan bahwa faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, dan untuk menghindari permasalahan yang semakin meluas, maka penelitian ini dibatasi dalam penelitian ini yaitu adapun variabel penelitian ini adalah faktor Pribadi dan faktor Sosial terhadap keputusan berlangganan. Dengan lokasi di Jakarta Timur sebagai tempat penelitian, dengan objek karakteristik responden yaitu pengguna aplikasi Spotify *Premium*. Penelitian ini dilakukan pada waktu penelitian yang berlangsung dari bulan Febuari-juni 2023.

3. Rumusan Masalah

Bedasarkan Latar Belakang yang telah di uraikan di atas, maka dapat di rumuskan perumusan masalah penelitian adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap keputusan berlangganan?
2. Apakah terdapat pengaruh Faktor Pribadi terhadap keputusan berlangganan?
3. Apakah terdapat pengaruh Faktor sosial terhadap keputusan berlangganan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian maka tujuan dari penelitian yang ingin penulis ketahui adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi, faktor sosial, keputusan berlangganan aplikasi spotify *premium* di Jakarta timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan berlangganan pada aplikasi spotify *premium* di Jakarta timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap keputusan berlangganan pada aplikasi spotify *premium* di Jakarta timur.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan mempunyai kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan penulis supaya bisa memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai tambahan pemikiran bagi dunia pendidikan mengenai faktor pribadi dan faktor sosial keputusan berlangganan. Penulis dalam meneliti penelitian ini juga berharap dapat berguna bagi para pembaca dan dapat memberikan tambahan pemikiran bagi pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian berlanjut.

2. Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini secara praktis supaya dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang memiliki keterkaitan dengan faktor pribadi, faktor sosial dan keputusan berlangganan. konsumen bagi perusahaan dan sebagai bahan masukan bagi pengambilan keputusan untuk menentukan kebijaksanaan perusahaan.

