

# BAB I

## PENDAHULUAN

Bagian ini akan menguraikan mengenai fenomena masalah yang melatarbelakangi penelitian, tujuan, pertanyaan, serta manfaat penelitian.

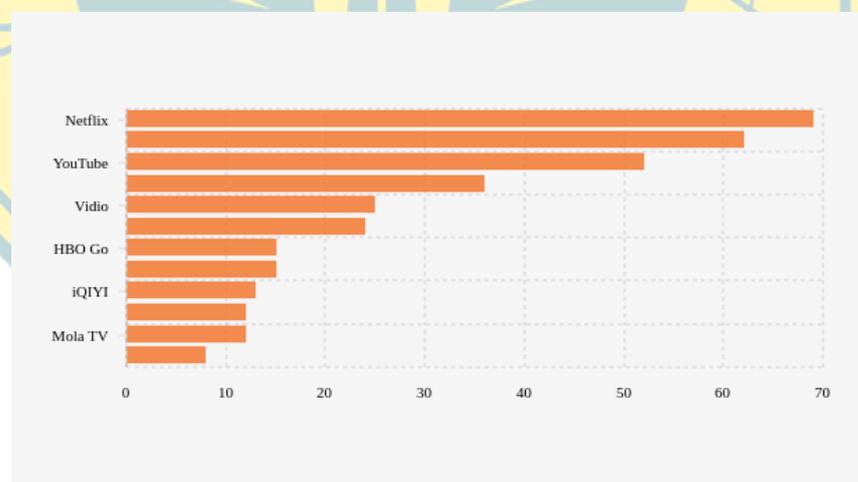
### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi berbagai sektor industri, termasuk industri hiburan. Munculnya media sosial dan platform streaming telah menarik perhatian masyarakat, salah satu bentuk layanan yang menyediakan akses untuk menonton film secara *online* adalah layanan *Video on Demand* berlangganan, yang dikenal dengan sebutan *Subscription Video On Demand* (SVOD). Layanan ini memungkinkan pengguna untuk membayar biaya berlangganan bulanan guna memilih dan menikmati berbagai konten yang tersedia, kapan dan di mana saja, asalkan tersembung dengan internet, tanpa terikat pada jadwal penyiaran tertentu (Wayne, 2018).

Konsumsi menonton video *online* di Indonesia terus mengalami kenaikan selama beberapa tahun kebelakang. Berdasarkan laporan Media Partners Asia, ada peningkatan yang signifikan dalam penggunaan video *online* di Indonesia antara tahun 2020 hingga 2023. Pada 2020, penetrasi video *online* di Indonesia baru berkisar 34 persen. Namun, pada 2023, angkanya sudah naik menjadi 50 persen. Selain itu, konsumsi *video-on-demand premium* di Indonesia juga berkembang pesat. Pada 2020, kenaikannya hanya sekitar tiga persen, tetapi pada 2023 sudah mencapai tujuh persen. Vivek Couto, *Executive Director* Media Partners Asia, menyatakan bahwa sebelum pandemi, konsumsi video *online* di Indonesia hanya

sekitar tiga persen, namun sekarang sudah meningkat dua kali lipat. Vivek juga menemukan bahwa penetrasi SVOD (*Subscription Video on Demand*) di rumah tangga Indonesia telah mencapai 13 persen, angka yang bahkan melampaui tingkat penetrasi layanan TV berbayar, yang sebelumnya hanya berada di kisaran sembilan hingga sepuluh persen meskipun sudah ada sejak lama (Liputan 6.com, 2024).

Salah satu platform streaming yang populer di Indonesia adalah Netflix. Netflix merupakan layanan streaming yang dapat diakses melalui perangkat yang tersambung ke jaringan internet, menawarkan berbagai konten seperti film, anime, dokumenter, dan acara TV tanpa gangguan iklan (Sari *et al.*, 2021). Platform asal Amerika ini mengalami peningkatan jumlah penonton selama pandemi COVID-19 (Ramasoota & Kitikamdhorn, 2021).



**Gambar 1.1 Platform Streaming Terpopuler di Indonesia**

Sumber : databoks.katadata.co.id. (2025)

Di Indonesia, jumlah pelanggan Netflix naik signifikan sebesar 86,7%, mencapai 907 ribu pengguna pada tahun 2020 (Auditya & Hidayat, 2021). Netflix tercatat meraih pendapatan sebesar US\$7,87 miliar atau sekitar Rp 116,73 triliun

pada kuartal I 2022, yang mengalami kenaikan sebesar 2,07% dibandingkan kuartal sebelumnya. Data ini juga diperkuat oleh situs *therichest.com*, yang menobatkan Netflix sebagai perusahaan media terkaya di dunia pada 2021. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan yang diambil oleh Netflix telah tepat dan berhasil memenuhi kebutuhan masyarakat. Di sisi lain, pencapaian ini tentu akan berkontribusi pada peningkatan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan (Meirandari *et al.*, 2024).

Terdapat berbagai faktor yang memengaruhi pertimbangan konsumen saat mengambil keputusan untuk berlangganan Netflix atau tidak. Daya tarik dari bentuk dan manfaat yang ditawarkan tentunya menjadi faktor utama yang berpengaruh. Semakin banyak manfaat yang diberikan oleh produk, semakin besar pula keinginan konsumen untuk berlangganan (Panjaitan & Yuliati, 2016). Namun, di samping manfaat yang ditawarkan oleh layanan Netflix, faktor eksternal seperti kebijakan perpajakan digital juga berperan penting dalam memengaruhi pilihan konsumen. Salah satunya adalah persepsi terhadap Pajak Pertambahan Nilai atas Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPN PMSE), yang dapat memengaruhi cara konsumen menilai kelayakan harga dan manfaat layanan tersebut secara keseluruhan.

Pemerintah Indonesia kesulitan untuk menarik pajak dari pelaku usaha luar negeri yang menjalankan kegiatan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) di Indonesia, seperti halnya yang dilakukan oleh Netflix, Inc. Melalui platform digitalnya. Sebelum 1 Agustus 2020, regulasi di Indonesia tidak memungkinkan penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap pelaku usaha,

baik domestik maupun asing, yang menjalankan kegiatan PMSE, dan hanya dapat memungut Pajak Penghasilan (PPh) dari perusahaan atau pelaku usaha luar negeri yang memiliki Bentuk Usaha Tetap (BUT) di Indonesia. Berdasarkan regulasi tersebut, Netflix yang berlokasi di luar Indonesia dan menghasilkan pendapatan dari Indonesia melalui kegiatan PMSE, dapat terhindar dari kewajiban pajak kepada Indonesia. Padahal, jika pemerintah Indonesia dapat menarik pajak dari kegiatan PMSE yang dilakukan oleh Netflix, hal ini dapat menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi negara. Ketidakmampuan pemerintah Indonesia untuk menarik pajak dari platform digital seperti Netflix dan layanan OTT (*Over the Top*) lainnya tentunya menyebabkan potensi kehilangan pajak yang besar (Nurhalizah *et al.*, 2023).

Untuk mengatasi potensi kehilangan penerimaan negara tersebut, pemerintah Indonesia kemudian memberlakukan kebijakan PPN atas PMSE mulai 1 Agustus 2020, termasuk terhadap layanan seperti Netflix. Meskipun kebijakan ini dinilai penting dari sisi fiskal, penerapannya memunculkan berbagai respons di kalangan konsumen, khususnya terkait beban tambahan yang harus ditanggung melalui kenaikan harga langganan. Permasalahannya terletak pada bagaimana konsumen memersepsikan kebijakan ini, apakah mereka melihatnya sebagai bentuk kewajiban dan kontribusi terhadap negara, atau justru sebagai beban yang mengurangi nilai dari layanan yang mereka nikmati. Persepsi negatif terhadap PPN PMSE dapat memicu penurunan minat untuk berlangganan, terutama di segmen konsumen yang sangat sensitif terhadap harga. Hal ini disebabkan oleh harga Netflix yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya, terutama setelah

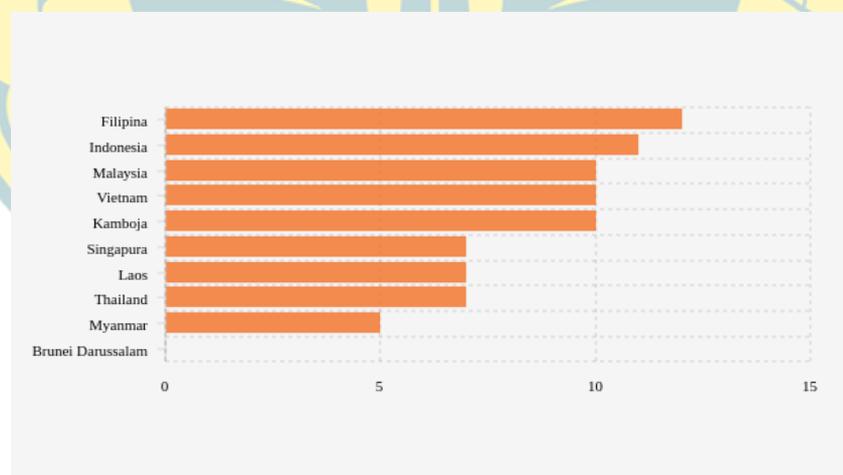
penerapan PPN PMSE yang menyebabkan konsumen harus membayar lebih (Dewi, 2024).

Selain itu dengan adanya PPN PMSE yang menyebabkan kenaikan harga pada Netflix yang dianggap berat oleh beberapa masyarakat, memiliki potensi yang menyebabkan *shadow economy*. *Shadow economy* adalah kegiatan ekonomi yang dijalankan secara illegal baik status produk atau jasanya ataupun proses penjualannya sehingga tidak dapat terdeteksi, dengan beberapa kasus untuk menghindari pajak yang mana akan memengaruhi rasio pajak (Rezky, 2021) dan juga konsumen mungkin mulai mempertimbangkan ulang keputusannya untuk tetap berlangganan Netflix, beralih ke alternatif layanan lain yang lebih murah atau tidak dikenakan pajak, atau bahkan menghentikan langganan sepenuhnya.

Penelitian Dewi (2024), Kurniawan (2022), Nalindah *et al.* (2022) menyebutkan bahwa persepsi atas kebijakan penerapan PPN PMSE memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, karena sudah seharusnya Netflix yang dijual di Indonesia harus dikenakan pajak agar dapat berkontribusi bagi pendapatan pajak di Indonesia. Pernyataan sejenis juga disampaikan oleh Indah *et al.* (2023) yang menyebutkan persepsi atas kebijakan penerapan PPN berpengaruh terhadap keputusan pembelian, responden memahami bahwa adanya PPN PMSE bertujuan untuk meningkatkan pendapatan negara, dan mereka cenderung tetap melakukan pembelian tanpa banyak pertimbangan. Dalam penelitian Lisnawati (2024) menyebutkan bahwa Ketika konsumen melihat kenaikan tarif PPN sebagai elemen yang sangat merugikan, hal ini dapat menurunkan daya beli serta standar hidup mereka dengan meningkatnya harga barang. Namun dalam penelitian

Aliman & Ahmad Zaki (2024) menyebutkan bahwa persepsi atas kebijakan PPN PMSE berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, hal ini karena konsumen cenderung melihat pajak sebagai beban tambahan yang meningkatkan harga produk atau layanan digital. Ketika harga mengalami kenaikan akibat pajak, sebagian konsumen menjadi lebih selektif dalam berbelanja atau bahkan mencari opsi lain yang lebih ekonomis.

Peningkatan tarif PPN turut serta berperan sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah jenis pajak konsumsi yang dikenakan kepada konsumen yang memakai barang dan jasa tertentu, berdasarkan pengenaan atas barang dan jasa yang menjadi objek pajak dalam daerah pabean (Kharisma et al., 2023).



**Gambar 1.2 Tingkat PPN Pada Negara ASEAN**

Sumber : databoks.katadata.co.id. (2025)

Pada negara-negara ASEAN, Indonesia menempati posisi kedua dengan tarif PPN tertinggi setelah Filipina yang menetapkan tarif sebesar 12%. Sementara itu, Thailand dan Singapura memiliki tarif sebesar 7%, disusul oleh Vietnam,

Laos, Kamboja, dan Malaysia yang menerapkan tarif 10%. Myanmar menetapkan tarif paling rendah sebesar 5% (Ricardo & Tambunan, 2024). Tarif PPN di Indonesia sebesar 10% telah berlaku sejak tahun 1983 dan baru mengalami perubahan pada tahun 2022 menjadi 11%. Kenaikan ini dilakukan sebagai langkah untuk meningkatkan penerimaan pajak negara dan membantu menekan defisit anggaran (Gabriella & Yuniawaty, 2025).

Kenaikan tarif PPN dapat meningkatkan pengeluaran untuk produksi dan konsumsi, yang pada gilirannya berimbas pada penurunan daya beli masyarakat (Difa Fadilah et al., 2024). Menurunnya daya beli ini memengaruhi keputusan pembelian konsumen, termasuk dalam memilih untuk berlangganan layanan seperti Netflix. Ketika harga langganan Netflix meningkat akibat kenaikan PPN, konsumen yang semakin sensitif terhadap harga cenderung akan mempertimbangkan ulang keputusan mereka untuk berlangganan. Penurunan daya beli ini juga dapat mengurangi tingkat konsumsi secara keseluruhan, yang berdampak negatif pada utilitas dan penjualan perusahaan (Ricardo & Tambunan, 2024), meskipun kenaikan tarif PPN bertujuan untuk meningkatkan penerimaan pajak, dampaknya terhadap daya beli masyarakat yang menurun dapat memperlambat pemulihan ekonomi, terutama di sektor-sektor non-esensial seperti hiburan digital. Dengan pengurangan konsumsi yang terjadi akibat kenaikan tarif, potensi penerimaan pajak dari sektor konsumsi juga bisa terhambat (Sari & Maryani, 2025).

Dalam penelitian Julito & Ramadani (2024) dijelaskan bahwa kenaikan PPN memberikan pengaruh yang besar terhadap perilaku atau keputusan

konsumen dalam melakukan pembelian, hal serupa dikemukakan pula oleh Alistiqomah et al. (2025) peningkatan tarif PPN dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap harga produk, yang pada akhirnya dapat menurunkan minat beli suatu produk. Dalam konteks produk Mixue, yang mengedepankan strategi harga terjangkau, kenaikan PPN berpotensi mengubah perilaku pembelian konsumen, terutama di kalangan konsumen yang sensitif terhadap adanya perubahan harga.. Namun dalam penelitian Mardiyah & Misra (2025), Upa (2024) menyatakan bahwa perubahan tarif PPN tidak secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian hal ini karena disebabkan oleh beberapa hal, antara lain tingginya tingkat kepentingan untuk suatu produk.

Harga suatu produk merupakan salah satu aspek krusial yang memengaruhi keputusan konsumen ketika melakukan pembelian. Sebelum membeli suatu produk, konsumen biasanya akan memeriksa harga yang tertera. Bahkan, banyak juga konsumen yang mempertimbangkan kualitas suatu produk sebanding dengan harga yang ditawarkan (Puspita *et al.*, 2021). Oleh karena itu, penetapan harga oleh perusahaan perlu mempertimbangkan kondisi lingkungan serta dinamika pasar, khususnya di tengah persaingan yang semakin intens dan terbatasnya permintaan. Dalam kondisi kompetisi yang sangat sengit saat ini, perusahaan dituntut untuk sangat berhati-hati dan fleksibel dalam mempertimbangkan faktor harga. Tinggi rendahnya harga yang ditentukan akan sangat memengaruhi daya saing perusahaan serta kemampuan untuk menarik perhatian konsumen dan mendorong keputusan pembelian sesuai dengan yang diinginkan (Mulyadi, 2022).

Berikut merupakan harga berlangganan Netflix setelah diberlakukannya PPN PMSE :

**Tabel 1. 1 Harga Berlangganan Netflix**

<b>Jenis Paket Layanan</b>	<b>Harga Sebelum PPN PMSE</b>	<b>Setelah diberlakukan PPN PMSE</b>
Mobile	Rp 49.000	Rp 54.000
Basic	Rp 109.000	Rp 120.000
Standard	Rp 139.000	Rp 153.000
Premium	Rp 169.000	Rp 186.000

Sumber : News.ddtc.co.id (2025)

Setelah diterapkannya PPN PMSE (Pajak Pertambahan Nilai atas Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) pada layanan digital internasional seperti Netflix, harga langganan Netflix mengalami kenaikan pada semua jenis paket yang ditawarkan. Sebelum adanya PPN PMSE, harga paket Mobile terjadi kenaikan sebesar Rp 5.000 atau 10.2%. Paket Basic mengalami kenaikan Rp 11.000 atau sekitar 10.1%. Untuk paket Standard menunjukkan kenaikan sebesar Rp 14.000 atau 10.1%. Paket Premium juga mengalami kenaikan harga sebesar Rp 17.000 atau 10.1%. Kenaikan harga yang seragam pada setiap jenis paket ini menunjukkan bahwa tarif PPN sebesar 10% diterapkan secara konsisten, sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada saat PPN PMSE diberlakukan.

Peningkatan harga ini dapat mengubah perilaku konsumen dalam memutuskan untuk melanjutkan atau menghentikan langganan Netflix. Banyak konsumen yang sensitif terhadap harga dan merasa terbebani dengan tambahan biaya tersebut. Hal ini terutama dirasakan oleh segmen pasar dengan daya beli terbatas, seperti mahasiswa atau keluarga kelas menengah, yang mungkin mulai

mempertimbangkan kembali kelayakan langganan Netflix sebagai pilihan hiburan. Penurunan jumlah pelanggan akibat ketidakmampuan konsumen untuk menyesuaikan diri dengan kenaikan harga dapat memengaruhi stabilitas pendapatan Netflix di Indonesia, serta berdampak pada keputusan mereka untuk terus mengembangkan layanan di pasar ini. Dalam penelitian Rianti (2023) menyatakan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian di Kopi X. Namun dalam penelitian Dewi (2024), Kurniawan (2022), Nalindah *et al.* (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan gap penelitian dan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul penelitian tentang “**Analisis Persepsi Kebijakan PPN PMSE, Kenaikan PPN dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Netflix**”.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas, beberapa pertanyaan penelitian yang dapat diajukan antara lain:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kebijakan PPN PMSE terhadap keputusan pembelian Netflix ?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kenaikan PPN terhadap keputusan pembelian Netflix ?
3. Bagaimana pengaruh persepsi harga produk terhadap keputusan pembelian Netflix ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh persepsi kebijakan PPN PMSE terhadap keputusan pembelian Netflix
2. Untuk menguji pengaruh persepsi kenaikan PPN terhadap keputusan pembelian Netflix
3. Untuk menguji pengaruh persepsi harga produk terhadap keputusan pembelian Netflix

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan dalam bidang akuntansi, khususnya mengenai pengaruh kebijakan PPN PMSE, kenaikan PPN, harga produk terhadap keputusan pembelian layanan digital Netflix. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat teori-teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen digital, serta memberikan gambaran tentang bagaimana persepsi wajib pajak dapat memengaruhi keputusan pembelian dalam konteks perpajakan digital. Selain itu, hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi atau sumber rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk berbagai pihak, yaitu :

#### 1. Bagi Pembeli

Penelitian ini diharapkan dapat membantu konsumen untuk memahami dampak kebijakan PPN PMSE terhadap harga langganan dan keputusan pembelian. Dengan informasi ini, pembeli dapat lebih sadar bahwa sebagian dari biaya yang dibayarkan merupakan kontribusi terhadap pajak negara. Contohnya, pembeli dapat mempertimbangkan untuk tetap berlangganan misalnya produk Netflix, karena memahami bahwa membayar pajak dari layanan digital turut mendukung pembangunan negara, seperti penyediaan infrastruktur digital atau layanan publik. Hasil penelitian diharapkan bisa menjadi sumber informasi yang bermanfaat serta dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan konsumen mengenai perlu mempertimbangkan persepsi dari kebijakan PPN PMSE, Kenaikan PPN, dan Harga Produk pada Keputusan dalam membeli produk.

#### 2. Bagi Perusahaan

Penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan penyedia layanan digital dalam merancang strategi komunikasi dan pemasaran yang lebih transparan terkait kebijakan pajak. Sebagai contoh, perusahaan dapat mencantumkan secara jelas dalam halaman pembayaran bahwa harga langganan sudah termasuk PPN, atau membuat kampanye edukatif tentang pentingnya pajak digital, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan loyalitas terhadap produk yang ditawarkan. Melalui penelitian

ini diharapkan adanya manfaat untuk Perusahaan dalam meningkatkan pemahaman konsumen akan produk Perusahaan, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, dapat meningkatkan penjualan dan juga Perusahaan dapat meningkatkan pendapatan dari hasil produk yang dijual serta meningkatkan kompetitif dengan memahami perilaku konsumen dan juga mengoptimalkan sumber daya secara efektif.

### **3. Bagi Pemerintah**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan oleh pemerintah dalam merancang kebijakan dan pendekatan komunikasi yang lebih efektif kepada masyarakat. Misalnya, pemerintah dapat memanfaatkan media sosial atau platform digital untuk menjelaskan kebijakan PPN PMSE dengan bahasa yang mudah dipahami, serta membuat program sosialisasi yang menekankan keterkaitan antara pajak digital dengan pelayanan publik. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan pajak secara sukarela dari masyarakat pengguna layanan digital. Selain itu, penelitian ini turut bermanfaat untuk pemerintah dapat mengembangkan kebijakan yang lebih efektif dengan memahami perilaku Masyarakat, pemerintah juga dapat meningkatkan kepatuhan Masyarakat dalam aturan dan pembayaran pajak, pemerintah dapat mengembangkan program yang tepat dengan sasaran serta meningkatkan kesejahteraan Masyarakat.