

TUGAS DISKUSI SESI 9 DAN 10



Disusun oleh :

Geovani Zovintho

Jesslyn Patricia Yoman

Winnie Felicia

Vicky Darmana

Jefferson Sutanto

MANAJEMEN SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN MEDAN

Perusahaan : Netflix

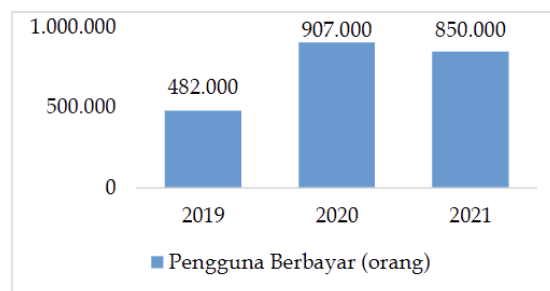
Perkenalan Netflix

Netflix adalah perusahaan penyedia layanan streaming digital yang menawarkan berbagai jenis kategori film, documenter, acara TV, dan lainnya. Pengguna dapat menggunakan Netflix dengan mudah yakni dengan berlangganan dengan Netflix. Netflix memiliki jumlah pengguna berbayar yang tinggi setiap tahunnya. Langganan Netflix awalnya dimulai dari menawarkan penyewaan DVD. Netflix lalu bermitra dengan Perusahaan elektronik konsumen untuk melakukan streaming di Xbox 360, pemutar Blu-ray, dan decoder TV. Netflix kemudian berkembang hingga memasuki fase layanan streaming di perangkat seluler. Tahun 2011 – 2022, Netflix diluncurkan di Amerika Latin dan Karibia. Yang kemudian berkembang hingga beberapa negara dan keanggotaan Netflix pun meningkat. Netflix juga telah berkali-kali mendapatkan penghargaan atas pencapaiannya (Sitanggang, 2022).

Strategi Pemasaran Netflix

Dilansir dari (Rahmadini & Khuzaini, 2023), Netflix melakukan digital marketing dengan cara aktif di berbagai media social, e-mail, dan iklan. Netflix ingin menjangkau pelanggan sebanyak-banyaknya. Netflix juga mengelola media sosialnya seperti Instagram, twitter, facebook, youtube, dan tiktok yang memiliki jumlah followers lebih dari 20 juta orang. Selain media social, Netflix juga memanfaatkan strategi yang berfungsi sebagai media penampung testimoni dari konsumen. Pendapat positif dari konsumen dijadikan sebagai strategi untuk mempengaruhi calon konsumen agar dapat memutuskan pembelian.

Hasil Strategi Digital Marketing Netflix

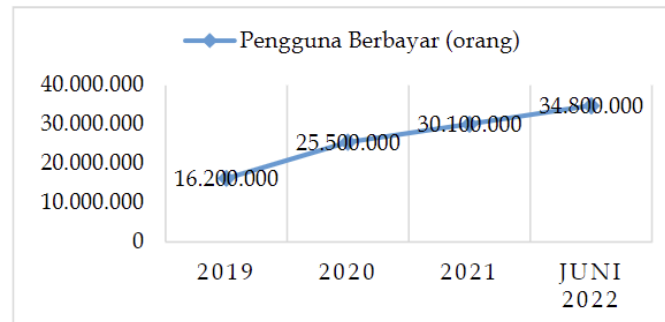


Gambar 1. 1 : Gambar Pengguna Berbayar Netflix Tahun 2019-2021

Dari gambar diatas, menunjukkan bahwa terdapat peningkatan jumlah pengguna berbayar pada tahun 2020 yakni sebesar 425 ribu. Lalu mengalami penurunan sebanyak 57 ribu pada tahun 2021. Menurunnya jumlah pengguna berbayar dikarenakan munculnya persaingan platform layanan streaming digital baru yang mengakibatkan terjadinya persaingan untuk menarik dan merebut pelanggan.

Namun kemudian, Netflix melakukan aksi dengan berfokus pada media sosial dengan selalu update tentang cuplikan film terbaru dan terpopuler agar bisa menarik perhatian dari penonton atau pelanggan yang menyukai film-film yang akan dirilis. Selain itu, Netflix juga menggunakan

e-mail untuk mempromosikan layanan berlanggan kepada konsumen secara langsung. Netflix juga mempromosikan paket-paket berlanggan untuk pelanggan.



Gambar 1. 2 : Gambar Hasil Akhir Jumlah Pelanggan Berbayar Netflix

Data gambar diatas, menunjukkan adanya pengaruh dari strategi digital marketing yang dilakukan Netflix sehingga meningkatkan kembali jumlah pelanggan berbayar pada tahun 2022.

Hasil Diskusi

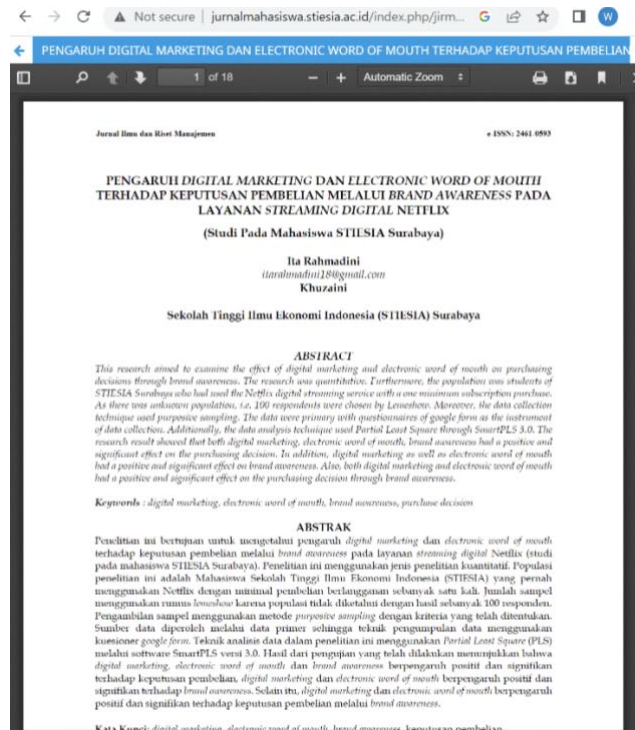
Kami berdiskusi mengenai hasil analisis kami mengenai Perusahaan Netflix yang mendapatkan kesimpulan, bahwasannya strategi digital marketing Netflix berpengaruh besar pada jumlah pelanggan yang berlanggan sehingga dapat meningkatkan citra dan nama dari Netflix itu sendiri walaupun diluar sana banyak platform streaming lain. Netflix sendiri masih digemari oleh orang-orang hingga sekarang, sebab Netflix selalu mengupdate perkembangannya dan terus menampilkan film-film yang populer di kalangan sekarang.

REFERENSI

Rahmadini, I., & Khuzaini. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI BRAND AWARENESS PADA LAYANAN STREAMING DIGITAL NETFLIX. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2-3.

Sitanggang, S. p. (2022). Strategi Pemasaran Global terhadap Netflix. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3.

LAMPIRAN JURNAL



Lampiran A. 1 : Jurnal pertama



Lampiran A. 2 : Jurnal kedua