



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepakbola adalah olahraga paling populer di dunia dengan jumlah penggemar sebesar 4 miliar orang di seluruh dunia (worldatlas, 2018). Sepakbola juga menjadi cabang olahraga yang diklaim paling banyak ditonton di dunia (Saputro, 2017). Pada Piala Dunia tahun 2018 yang diselenggarakan di Rusia, jumlah penonton pertandingan tersebut memecahkan rekor penonton terbanyak untuk TV *Streaming* yaitu dengan jumlah 23,3 juta jam terhitung setelah babak perempat final (Rossiana, 2018).

Kemudian untuk liga / kompetisi sepakbola yang paling populer di dunia adalah Liga Inggris / Premier League yang dimana pada musim 2018-2019 Liverpool yang merupakan tim dari Premier League mampu menjadi juara Liga Champions dengan mengalahkan tim senegara yaitu Tottenham Hotspurs, selain itu juga Chelsea menjadi juara Europa League yang sekali lagi mengalahkan rival senegara dan satu kota London yaitu Arsenal (Satria, 2019). Selain itu juga Premier League merupakan liga dengan pendapatan TV yang diperkirakan sebesar 2,5 Miliar Dolar Amerika atau sebanyak 34,4 triliun rupiah (Virantika, 2018). Selain itu juga banyaknya pemain-pemain dan pelatih terkenal yang bermain di Premier League, kemudian persaingan yang ketat juga menjadi faktor bahwa Liga Inggris merupakan liga terbaik di dunia (Bola.net, 2015). Dengan pencapaian yang diraih tim-tim

Premier League pada musim 2018-2019 tidak diragukan lagi bahwa Premier League merupakan liga sepakbola terbaik untuk saat ini.

Untuk Liga Spanyol atau La Liga, jumlah penonton pada musim 2018-2019 mencapai jumlah 10.189.130 penonton yang datang langsung ke stadion selama 1 musim (worldfootball.net, 2019). Berdasarkan data yang disediakan oleh worldfootball.net (2019), posisi jumlah penonton terbanyak ditempati oleh Barcelona dengan jumlah 1.428.956 penonton dengan rata-rata 75.208 penonton yang datang langsung ke stadion per satu pertandingan. Pada musim tersebut (2018-2019), pertandingan *El Clasico* antara Barcelona dengan Real Madrid pada tanggal 30 Maret 2019 hampir memecahkan rekor jumlah penonton terbanyak yaitu dengan jumlah 92.795 penonton hanya kalah dari jumlah rekor penonton terbanyak sebanyak 93.265 penonton yang pernah ada di Camp Nou, stadion Barcelona (Besoccer, 2019).

#	Team	sum	Matches	average
1	 FC Barcelona	1.428.956	19	75.208
2	 Real Madrid	1.151.359	19	60.598
3	 Atlético Madrid	1.065.049	19	56.055
4	 Real Betis	838.695	19	44.142
5	 Athletic Bilbao	775.197	19	40.800
6	 Valencia CF	751.756	19	39.566
7	 Sevilla FC	684.997	19	36.052
8	 Real Sociedad	422.932	19	22.260
9	 Levante UD	373.673	19	19.667
10	 Espanyol Barcelona	362.219	19	19.064
11	 Real Valladolid	358.112	19	18.848
12	 Celta Vigo	336.390	19	17.705
13	 Villarreal CF	316.531	19	16.660
14	 CD Alavés	279.371	19	14.704
15	 Rayo Vallecano	224.638	19	11.823
16	 Getafe CF	205.908	19	10.837
17	 Girona FC	205.047	19	10.792
18	 CD Leganés	189.965	19	9.998
19	 SD Huesca	125.660	19	6.614
20	 SD Eibar	92.675	19	4.878
overall		10.189.130	380	26.814

Sumber: worldfootball.net

Gambar 1.1 Jumlah Penonton La Liga Musim 2018-2019

Berdasarkan data pada Gambar 1.1, rata-rata jumlah penonton yang menonton langsung ke stadion pada keseluruhan pertandingan La Liga selama satu musim adalah 26.814 orang. Jumlah tersebut tentu sangat berbeda jauh dari rata-rata penonton tim-tim besar seperti Barcelona, Real Madrid, dan Atletico Madrid yang ketiganya memiliki rata-rata penonton sebanyak 75.208, 60.598, dan 56.055 penonton. Hal tersebut tidak terlepas dari

faktor tim yang bertanding dan juga kapasitas stadion beberapa tim yang hanya menyediakan kursi yang terbatas.

Untuk *rating* TV, Real Madrid menjadi tim yang paling banyak ditonton melalui televisi pada musim 2017-2018 yaitu dengan jumlah 1.256 juta penonton per pertandingan, jumlah tersebut mengungguli Barcelona yang hanya mendapat jumlah penonton televisi sebanyak 1.217 juta penonton per pertandingan (Harsono, 2018). Kemudian pada akhir tahun 2018, Lorenzo Lara (Marca.com) memberikan data jumlah penonton La Liga pada 169 pertandingan yang sudah dimainkan di musim tersebut sebanyak 76.782.000 penonton televisi di Spanyol dengan rata-rata sebanyak 457.035 penonton televisi per pertandingan (Lara, 2018).

Untuk Liga Italia atau yang lebih dikenal dengan Serie A, terjadi peningkatan jumlah penonton dari musim 2017-2018 ke musim 2018-2019. Pada musim 2017-2018 jumlah penonton yang menonton langsung ke stadion selama 1 musim mencapai 9.411.539 penonton dan meningkat menjadi 9.590.166 penonton di musim 2018-2019 (worldfootball.net). Peningkatan jumlah penonton tersebut tidak terlepas dari datangnya megabintang Cristiano Ronaldo yang direkrut Juventus pada musim 2018-2019. Datangnya Ronaldo ke Juventus mampu menaikkan jumlah rata-rata penonton Juventus yang datang langsung ke stadion sebesar 3% dari musim sebelumnya yaitu 83% menjadi 86% (CNNIndonesia, 2019).

#	Team	sum	Matches	average
1	 Inter	1.116.996	19	58.789
2	 AC Milan	1.038.366	19	54.651
3	 Juventus	744.670	19	39.193
4	 AS Roma	733.806	19	38.621
5	 Lazio Roma	700.417	19	36.864
6	 ACF Fiorentina	591.291	19	31.121
7	 SSC Napoli	551.003	19	29.000
8	 Genoa CFC	412.975	19	21.736
9	 Torino FC	406.317	19	21.385
10	 Bologna FC	403.511	19	21.237
11	 Udinese Calcio	385.990	19	20.315
12	 Sampdoria	385.001	19	20.263
13	 Atalanta	347.387	19	18.284
14	 Parma Calcio 1913	313.919	19	16.522
15	 Cagliari Calcio	292.587	19	15.399
16	 SPAL 2013 Ferrara	257.526	19	13.554
17	 Chievo Verona	247.675	19	13.036
18	 Frosinone Calcio	240.877	19	12.678
19	 Sassuolo Calcio	239.246	19	12.592
20	 Empoli FC	180.606	19	9.506
overall		9.590.166	380	25.237

Sumber: worldfootball.net

Gambar 1.2 Jumlah Penonton Serie A Musim 2018-2019

Berdasarkan data yang ada di Gambar 1.2, menjelaskan bahwa rata-rata penonton yang datang ke stadion per pertandingan adalah 25.237 penonton. Posisi dengan jumlah penonton tertinggi ditempati oleh Inter Milan dengan jumlah penonton selama musim 2018-2019 mencapai 1.116.996 penonton dan rival sekota Inter Milan yaitu AC Milan berada di posisi kedua dengan jumlah 1.038.366. Juventus dengan hadirnya Cristiano Ronaldo juga mengalami peningkatan setelah pada musim sebelumnya (2017-2018) berada di posisi

keempat dengan jumlah 740.011 penonton menjadi 744.670 penonton pada musim 2018-2019. Pada musim sekarang yaitu 2019-2020, telah muncul rekor baru yaitu jumlah rata-rata penonton yang datang ke stadion untuk menyaksikan pertandingan pekan pertama yaitu sebanyak 26 ribu penonton yang datang langsung ke stadion, jumlah tersebut merupakan jumlah terbanyak bahkan dalam dua musim terakhir yaitu 2017-2018 dan 2018-2019 rata-rata jumlah penonton pekan pertama hanya berjumlah 22 ribu penonton (Bur, 2018). Kemudian Bur (2018) menyatakan bahwa pertandingan antara Inter Milan melawan Lecce menjadi pertandingan yang paling banyak disaksikan dengan jumlah 64.118 penonton.

Kemudian untuk *rating* TV, muncul rekor baru dalam hal penonton televisi di pertandingan pembuka Serie A antara Juventus melawan Chievo Verona ditonton oleh 2.330.234 penonton *Sky Italia*, meningkat 68% dari pertandingan pembuka musim sebelumnya (2017-2018) antara Juventus melawan Cagliari (Hikmatyar, 2018). Selain itu, Juventus juga masih menjadi tim yang paling banyak ditonton melalui televisi pada musim 2018-2019 dengan rata-rata penonton sebanyak 1.8 juta penonton melalui dua *platform* yang ada di Italia (Football Italia, 2018).

Kemudian untuk Liga Inggris atau lebih dikenal dengan Premier League, jumlah penonton yang datang ke stadion pada musim lalu yaitu 2018-2019 mencapai angka 14.503.954 dengan rata-rata penonton sebesar 38.168 penonton yang datang langsung ke stadion. Jumlah tersebut menurun jika dibandingkan dengan jumlah penonton pada musim 2017-2018 yaitu sebesar 14.552.748 dengan rata-rata penonton yang datang langsung ke stadion sebesar 38.297 penonton (Worldfootball.net). Meskipun menurun, jumlah penonton

Premier League tetap menduduki peringkat teratas dengan rata-rata jumlah penonton yang datang langsung ke stadion jika dibandingkan dengan Liga Spanyol dan Liga Italia yaitu sebanyak 38.168 penonton Premier League dibandingkan dengan 26.814 penonton La Liga dan 25.237 penonton Serie A.

#	Team	sum	Matches	average
1	 Manchester United	1.415.471	19	74.498
2	 Arsenal FC	1.138.072	19	59.899
3	 West Ham United	1.108.375	19	58.336
4	 Tottenham Hotspur	1.030.111	19	54.216
5	 Manchester City	1.028.477	19	54.130
6	 Liverpool FC	1.006.668	19	52.983
7	 Newcastle United	971.297	19	51.121
8	 Chelsea FC	768.297	19	40.437
9	 Everton FC	736.815	19	38.780
10	 Leicester City	605.161	19	31.851
11	 Cardiff City	596.844	19	31.413
12	 Wolverhampton Wanderers	589.572	19	31.030
13	 Brighton & Hove Albion	578.085	19	30.426
14	 Southampton FC	572.640	19	30.139
15	 Crystal Palace	483.644	19	25.455
16	 Fulham FC	463.051	19	24.371
17	 Huddersfield Town	440.822	19	23.201
18	 Burnley FC	390.148	19	20.534
19	 Watford FC	380.297	19	20.016
20	 AFC Bournemouth	200.107	19	10.532
overall		14.503.954	380	38.168

Sumber: worldfootball.net

Gambar 1.3 Jumlah Penonton Premier League Musim 2018-2019

Berdasarkan data yang ada di Gambar 1.3, Manchester United berada di posisi teratas sebagai tim dengan jumlah penonton terbanyak yang datang ke stadion yaitu sebanyak

1.415.471 penonton dengan rata-rata 74.498 penonton per pertandingan disusul dengan Arsenal diposisi kedua dengan jumlah 1.138.072 penonton dengan rata-rata 59.899 penonton per pertandingan dan West Ham United diposisi ketiga dengan jumlah 1.108.375 penonton dengan rata-rata 58.336 penonton per pertandingan. Chelsea salah satu tim *Big Six* musim tersebut menjadi tim dengan rata-rata penonton terendah jika dibandingkan dengan penghuni *Big Six* lainnya yaitu sebesar 40.437 penonton per pertandingan (Bolanet, 2019).

Dalam hal penonton televisi, pada musim lalu yaitu 2018-2019, Premier League mampu mencatatkan rekor baru ketika memasuki pekan terakhir yaitu pertandingan pekan ke 38 yaitu sebanyak 70% masyarakat Inggris menyaksikan pertandingan pekan terakhir melalui televisi (Wanda, 2019). Wanda (2019) juga menjelaskan terciptanya rekor tersebut tidak terlepas dari persaingan perburuan gelar juara Premier League yang harus sampai memasuki pekan terakhir untuk menentukan juaranya yaitu antara Manchester City dan Liverpool yang hanya terpaut satu poin sehingga harus menjalankan pertandingan hingga pekan terakhir untuk menentukan juaranya. Pada akhir musim, Manchester City keluar sebagai juara Premier League dengan total 98 poin, unggul 1 angka dari Liverpool yang meraih 97 poin. Kemudian pada musim tersebut (2018-2019) tercatat sebanyak 3.2 miliar penonton televisi global yang menyaksikan Premier League, jumlah tersebut meningkat 6% dari musim sebelumnya yaitu musim 2017-2018 (Premier League, 2019).

Di Indonesia sendiri sepakbola masih menjadi olahraga paling populer diikuti dengan badminton diposisi kedua, voli diposisi ketiga, tenis meja diposisi keempat, dan bola basket diposisi kelima (Ferguson, 2019). Pada penelitian yang dilakukan Nielsen Sport, sebanyak

77% masyarakat Indonesia memiliki ketertarikan terhadap sepakbola yang dimana menjadikan Indonesia menduduki posisi kedua sebagai negara dengan pecinta sepakbola terbanyak di dunia dibawah Nigeria yang dimana sebanyak 83% masyarakat Nigeria menyukai sepakbola (Arifianto, 2017). Konfederasi Sepakbola Asia (AFC) juga menyatakan bahwa animo sepakbola di Indonesia merupakan yang terbesar di Asia, terbukti dengan jumlah penonton dari pertandingan babak penyisihan Grup Z AFC Cup antara Persija Jakarta melawan Johor Darul Ta'zim di Stadion Utama Gelora Bung Karno mampu mencatatkan rekor jumlah penonton tertinggi yaitu sebanyak 60.157 suporter yang menonton langsung ke stadion (PSSI, 2018).

Pecinta sepakbola Indonesia selalu bertambah setiap tahunnya. Pada tahun 2017 yaitu saat berjalannya kompetisi Gojek Traveloka Liga 1, jumlah penonton yang menonton pertandingan secara langsung berjumlah 2.662.998 penonton (Rudi, 2019). Kemudian pada kompetisi Gojek Liga 1 tahun 2018 terjadi peningkatan jumlah penonton dari tahun sebelumnya. Jika pada tahun 2017 jumlah penonton sebanyak 2.662.998 penonton, pada Liga 1 tahun 2018 mampu mencatat jumlah penonton sebanyak 3.107.266 penonton yang datang langsung ke stadion (Rudi, 2019). Untuk *rating* TV Gojek Liga 1 2018, Persib Bandung menjadi tim dengan meraih *rating* TV tertinggi yaitu sebesar 6,2% dari TVR di Indonesia dan pertandingan Persib Bandung melawan Persija Jakarta meraih *rating* TVS sebesar 36,3% (Ikhsan, 2019).

Untuk kompetisi Liga 1 tahun ini, yaitu Shopee Liga 1 2019 sudah berjalan memasuki paruh musim kedua pekan ke 21 pada akhir bulan September 2019. Pada paruh pertama,

Persebaya mencatatkan rekor sebagai tim dengan jumlah penonton terbanyak yang datang ke stadion yaitu dengan jumlah 217.429 penonton dengan jumlah penonton selama putaran pertama Shopee Liga 1 2019 sebanyak 1.548.994 penonton dan rata-rata sebanyak 10.757 penonton yang hadir ke stadion setiap satu pertandingan (Wicaksono, 2019). Untuk *rating* TV, Persib Bandung masih menduduki peringkat pertama TVR dengan 3,56% dari rata-rata TVR 2,96% pada putaran pertama (Saleh, 2019). Saleh (2019) juga menjelaskan untuk rata-rata TVS (*TV Share*) sebesar 15.53% dengan menjadikan Persija Jakarta di posisi pertama dengan TVS sebesar 20,11%. Saat ini, Bali United menjadi pemuncak klasemen sementara Shopee Liga 1 dengan koleksi 45 poin dari 19 pertandingan.

Kemudian di Indonesia, berdasarkan informasi dari WowShack (2017), terdapat 11 tim luar negeri yang memiliki *supporter* / pendukung terbanyak di Indonesia dan kesebelas tim tersebut di dominasi oleh tim-tim dari liga Spanyol, Italia, dan Inggris. Kesebelas tim tersebut adalah Inter Milan, AS Roma, Manchester City, Juventus, Arsenal, Liverpool, AC Milan, Real Madrid, Chelsea, Barcelona, dan peringkat pertama Manchester United. Kemudian untuk penonton liga-liga luar di Indonesia, Liga Inggris menduduki peringkat pertama diikuti dengan Liga Italia dan Liga Spanyol (Asiavia.org, 2015).

Pada tahun 2014, Statista melakukan survey terhadap masyarakat Indonesia yang menonton sepakbola eropa secara regular terkait liga yang paling mereka sukai. Berdasarkan survey tersebut Liga Inggris menduduki peringkat pertama dengan hasil 74%, diikuti dengan Liga Spanyol sebesar 50%, dan Liga Italia sebesar 29%, selain itu juga ada Liga Jerman yang menduduki peringkat terakhir dengan 12%. Kemudian untuk presentase penonton liga-liga

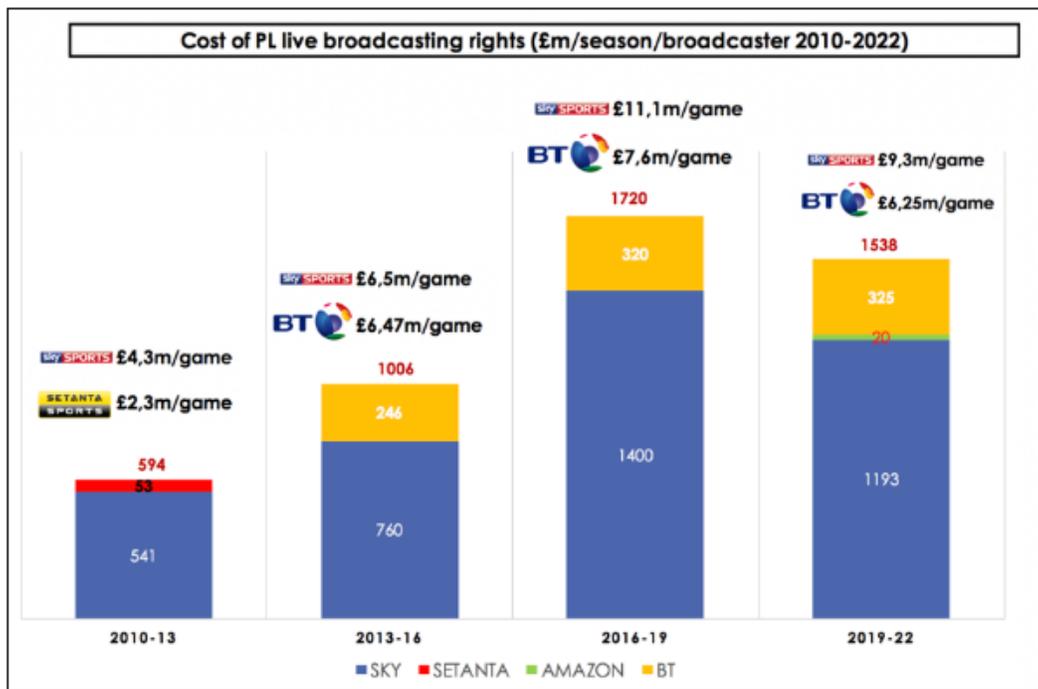
eropa di Indonesia, Asiavia (2015) menjelaskan bahwa pada tahun 2014 sebanyak 77% penonton Indonesia tertarik untuk menonton Liga Inggris, kemudian 77% penonton Indonesia tertarik untuk menonton Liga Italia, dan sebanyak 52% penonton Indonesia tertarik untuk menonton Liga Spanyol.

Berdasarkan informasi dari La Liga (federasi sepakbola Spanyol), sebanyak 34 juta masyarakat Indonesia merupakan *fans* dari Liga Spanyol dan sebanyak 16.4 juta fans di Indonesia menonton secara langsung pertandingan La Liga pada musim tahun 2016. Kemudian untuk Liga Inggris, berdasarkan laporan dari Global Web Index Report tahun 2015 sekitar 125 juta masyarakat Indonesia menonton Liga Inggris dengan televisi setiap pekannya (Ganesha, 2018)

Dengan tingginya peminat sepakbola di Indonesia terutama liga Indonesia dan liga luar negeri seperti Liga Inggris, Liga Spanyol, dan Liga Italia membuka peluang keuntungan yang sangat besar, stasiun-stasiun TV di Indonesia bersaing untuk menayangkan tayangan sepakbola di stasiun TVnya masing-masing (Wicaksono, 2012). Untuk liga luar negeri seperti Liga Inggris, Liga Italia, dan Liga Perancis pada tahun 2013 dipegang oleh Nexmedia yang masih dalam naungan Grup Emtek untuk jangka waktu 3 tahun sampai tahun 2016 (nexmedia, 2013). Grup Emtek saat ini juga masih menayangkan beberapa pertandingan seperti Champions League yang disiarkan di channel SCTV (forsarter, 2019).

Untuk Liga Inggris, saat ini hak siar Liga Inggris untuk menayangkan pertandingan di Inggris dipegang oleh Sky Sports dan BT Sports. Kedua saluran tersebut harus membayar 4.464 miliar poundsterling atau sekitar 85.000 triliun untuk mendapatkan hak siar yaitu

menayangkan lima pertandingan setiap pekan selama musim 2019-2020 sampai 2021-2022 (Ovier, 2019). Berdasarkan info yang ada di *website* resmi Premier League yaitu premierleague.com (2019) menjabarkan bahwa hak siar Premier League di Inggris dipegang oleh Sky Sports, BT Sports, dan Amazon.

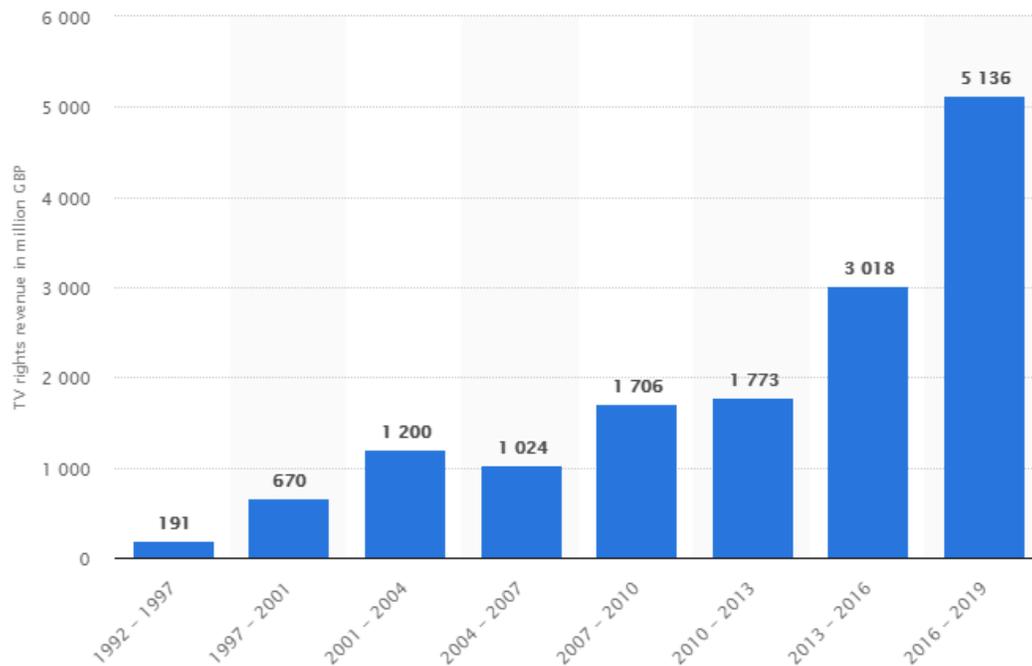


Sumber: sbibarcelona.com

Gambar 1.4 Biaya Hak Siar Premier League 2010-2022

Berdasarkan data Gambar 1.4, biaya hak siar Premier League untuk periode 2019-2022 yaitu sebesar 1,538 miliar poundsterling terbagi atas tiga broadcaster yaitu Sky Sports sebesar 1,193 miliar poundsterling, BT Sports sebesar 325 juta poundsterling, dan Amazon

sebesar 20 juta poundsterling. Kemudian untuk pendapatan yang diterima dari hak siar Premier League dapat dilihat di Gambar 1.5.



Sumber: *statista.com*

Gambar 1.5 Pendapatan Pemegang Hak Siar Premier League di Inggris 1992-2019

Berdasarkan data pada Gambar 1.5, pendapatan pemegang hak siar Premier League di Inggris terus meningkat, pada periode 2016-2019 pemegang hak siar Premier League memperoleh penghasilan sebesar 5,136 miliar poundsterling. Jumlah tersebut meningkat sebesar 70,17% dari pendapatan periode sebelumnya.

Dengan tingginya pendapatan para pemegang hak siar sepakbola terutama Liga Inggris, membuat berbagai perusahaan *broadcasting* saling berlomba untuk menyiarkan

Premier League. Berikut data para pemegang hak siar Liga Inggris terhitung dari tahun 1990-2018 yang tertuang di Gambar 1.6.



Sumber: *panditfootball.com*

Gambar 1.6 Data pemegang hak siar Liga Inggris tahun 1990-2018

Berdasarkan data yang terdapat pada gambar 1.6, menjabarkan urutan pemegang hak siar Liga Inggris sejak tahun 1990 sampai 2018. Pada tahun 2015 Emtek Group yaitu SCTV

dan Indosiar memiliki hak siar untuk menayangkan Liga Inggris di stasiun TV mereka. Selain itu juga, Nexmedia dan Orange TV juga menayangkan Liga Inggris melalui saluran televisi berbayar. Memasuki tahun 2016 Bein Sports masuk sebagai saluran televisi berbayar yang menggantikan Nexmedia dan Orange TV dalam menayangkan Liga Inggris. Kemudian untuk Liga Inggris tahun 2016 MNC Group yaitu RCTI, MNC TV, dan Indovision mendapatkan hak siar untuk menayangkan Liga Inggris selama tiga musim sampai tahun 2019 (Bur, 2016).

Memasuki musim 2019-2020, Bein Indonesia menyatakan bahwa pihak Bein Sports tidak memiliki hak siar untuk menayangkan Liga Inggris (forsater, 2019). MNC Group juga berhenti menayangkan Liga Inggris dikarenakan lisensi mereka untuk menyiarkan Liga Inggris hanya untuk jangka waktu 3 musim (Bur, 2016). Pada tahun 2016 sampai 2018, Bein Sport menjadi Stasiun TV berbayar yang memiliki hak siar Liga Inggris yang kemudian bekerjasama dengan Grup Emtek dalam menayangkan Liga Inggris di Indonesia.

Memasuki musim 2019-2020 Mola TV hadir sebagai pemegang hak siar Liga Inggris untuk tiga musim kedepan yaitu terhitung dari musim ini (2019-2020) sampai musim 2021-2022 dan bekerjasama dengan TVRI sebagai stasiun televisi dan Matrix TV dalam menayangkan Liga Inggris musim 2019-2020 (Reza, 2019 & Rudi, 2019).

DITAYANGKAN DI	JUMLAH LIVE MATCH PER MINGGU
TVRI	2
MOLA Web & App	4 GRATIS
MOLA Parabola	6 COMING SOON
MOLA Streaming Device	10 COMING SOON

Sumber: Facebook Page Mola TV

Gambar 1.7 Produk Mola TV

Mola TV menyediakan berbagai cara untuk menonton Liga Inggris musim ini (2019-2020). Berdasarkan Gambar 1.7, dijelaskan bahwa untuk menyaksikan Liga Inggris dapat dilakukan dengan empat cara yaitu dengan menonton langsung melalui saluran televisi TVRI, *streaming* melalui Mola Apps dan Web, Mola Parabola (Mola Matrix) sebagai saluran televisi berbayar, dan yang terakhir adalah Mola Polytron Streaming Device dengan berbagai *benefit* dan keuntungan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, produk-produk Mola TV dibagi menjadi dua yaitu berbayar dan gratis. Untuk produk gratis dapat diakses melalui kerjasama dengan TVRI dan Mola Web dan Apps. Untuk produk berbayar, dapat diakses dengan Mola Parabola (Mola Matrix) dan Mola Polytron Streaming Device yang merupakan produk utama yang disediakan Mola TV (Berdasarkan *interview* dengan sales Mola TV di pameran Mola TV).

Perbedaan dari produk berbayar dengan gratis adalah jumlah tayangan pertandingan setiap pekannya. Setiap pekan Liga Inggris memainkan sebanyak 10 pertandingan yang dimana kesepuluh pertandingan tersebut hanya bisa diakses dengan Mola Polytron Streaming Device. Kemudian untuk saluran televisi berbayar yaitu Mola Parabola (Mola Matrix) akan menayangkan enam pertandingan setiap pekannya (Kumaran, 2019). Kemudian untuk Mola Apps dan Web rencananya akan menayangkan empat pertandingan setiap pekannya (Prihastomo, 2019). Kemudian untuk siaran pertandingan melalui televisi, TVRI akan menyediakan dua pertandingan per pekannya (Budiman, 2019).

JADWAL PREMIER LEAGUE DI MOLA TV

Sabtu, 10 Agustus 2019		TVRI	MOLA MOBILE APP <small>(Available at 13 July 2019)</small>	MOLA PARABOLA <small>(Available at 13 July 2019)</small>	MOLA POLYTRON STREAMING
	02.00		✓	✓	✓
	18.30				✓
	21.00		✓	✓	✓
	21.00	✓	✓		✓
	21.00			✓	✓
	21.00				✓
	23.30				✓
Minggu, 11 Agustus 2019					
	20.00			✓	✓
	20.00	✓	✓	✓	✓
	22.30			✓	✓

@hanyaacadimolatv

GRATIS Rp 150.000 perbulan Rp 999.000 untuk 1 musim hingga 8 Agustus 2019

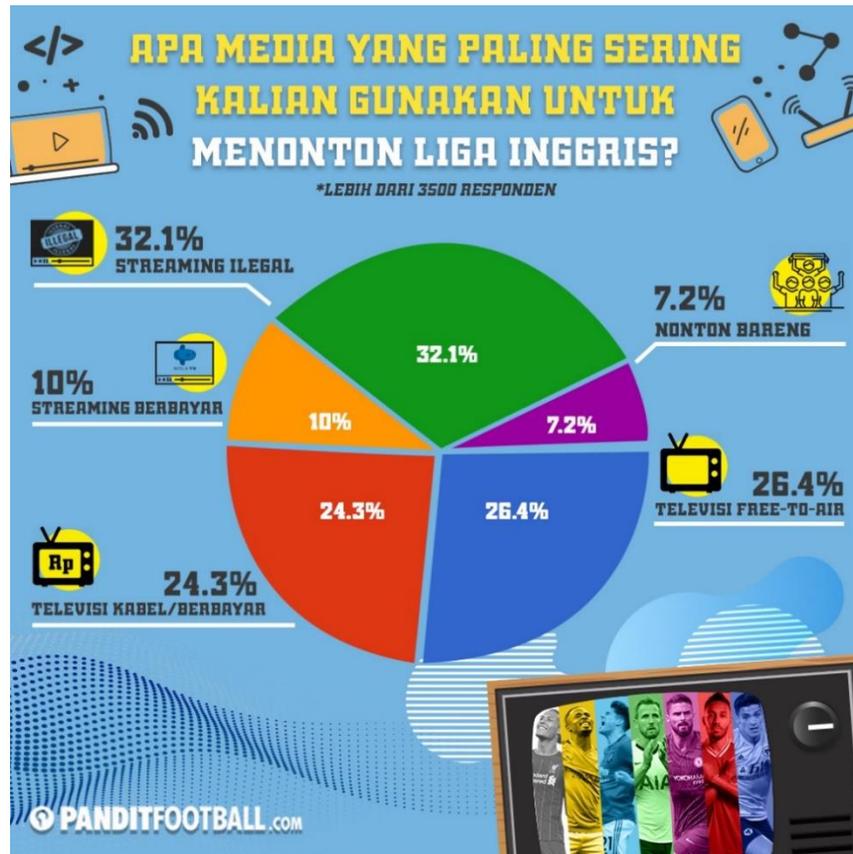
Sumber: Instagram Mola TV

Gambar 1.8 Pembagian Tayangan Mola TV Pada Pekan Pertama Liga Inggris

Berdasarkan Gambar 1.8, menggambarkan pembagian tayangan pertandingan-pertandingan pekan pertama Liga Inggris yang disiarkan oleh berbagai media Mola TV yaitu TVRI, Mola Apps dan Web, Mola Parabola (Mola Matrix), dan Mola Polytron Streaming Device.

Yang terbaru, Mola TV juga bekerjasama dengan PSSI untuk menayangkan berbagai pertandingan Timnas Indonesia dengan tujuan untuk membantu PSSI dalam memajukan persepakbolaan Indonesia (Adiyaksa, 2019). Adiyaksa (2019) juga menjelaskan bahwa pertandingan-pertandingan Timnas Indonesia dapat disaksikan secara gratis di TVRI dan berbagai jaringan Mola TV (Parabola, Apps, Web, dan Streaming Device). Mola TV akan terus melakukan kerjasama dalam menyiarkan tayangan-tayangan sepakbola, mulai dari Carabao Cup hingga Kualifikasi Euro sampai Euro tahun 2020 mendatang.

Selain itu juga dengan media-media yang telah disebut dan dijelaskan, ada beberapa media-media lain yang digunakan masyarakat Indonesia untuk menonton sepakbola, terutama Liga Inggris. Pandit Football (2019) melakukan survey kepada masyarakat Indonesia terkait sepakbola terutama Liga Inggris. Dari survey terakhir yang dilakukan, sebanyak 96% responden atau sekitar 3.500 orang menyukai Liga Inggris. Dari jumlah 3.600 responden tersebut, media yang mereka gunakan terbagi berdasarkan Gambar 1.9.



Sumber: *panditfootball.com*

Gambar 1.9 Hasil Survei Terkait Media yang Digunakan Untuk Menonton Liga Inggris

Berdasarkan Gambar 1.9, terdapat beberapa media dan proporsi yang digunakan untuk menonton Liga Inggris. Saat ini sebanyak 26,4% responden menonton Liga Inggris melalui *Televisi Free To Air* atau untuk saat ini (Musim 2019). *Televisi Free To Air* yang dimaksud adalah TVRI yang menyiarkan Liga Inggris secara gratis. Setelah itu sebanyak 24,3% responden menonton Liga Inggris melalui Televisi Kabel atau Berbayar (Bein Sport

(musim sebelumnya)). Kemudian, sebanyak 7,2% responden menonton Liga Inggris dengan Nonton Bareng / menonton pertandingan bersama yang diadakan di suatu tempat seperti *café*, *mall*, dan lainnya. Kemudian untuk yang menonton Liga Inggris dengan menggunakan Mola TV hanya 10% responden. Yang terakhir sebanyak 32,1% responden menonton Liga Inggris dengan *Streaming* Ilegal. Hasil survey yang dilakukan Pandit Football (2019) menjelaskan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia masih menggunakan layanan *Streaming* terutama *Streaming* Ilegal untuk menonton Liga Inggris secara gratis.

Layanan *streaming* sebenarnya bukan hal baru di Indonesia, ketika hak siar Liga Inggris masih dimiliki oleh Bein Sports, Bein Sports menyediakan layanan *streaming* pertandingan-pertandingan Liga Inggris yaitu dengan Bein Sports Connect. Sama halnya saat ini (2019), Mola TV sebagai pemegang hak siar Liga Inggris juga menyediakan layanan *streaming* Liga Inggris berupa Mola Polytron Streaming Device (Pandit Football, 2019). Pada Liga Inggris musim 2018-2019, pengguna Bein Sports Connect mengeluarkan biaya Rp 75.000 untuk berlangganan setiap bulan dengan layanan berupa *streaming* yang bisa ditonton dengan perangkat apapun (laptop, komputer, *smartphone*, dan tablet) (Ramadhan, 2019). Terlepas dari sepakbola, layanan *streaming* memiliki berbagai kegunaan yaitu tidak terdapat banyak iklan, konten yang lebih menarik, dan dapat ditonton secara *mobile* yaitu kapan saja dan dimana saja (Solopos, 2018).

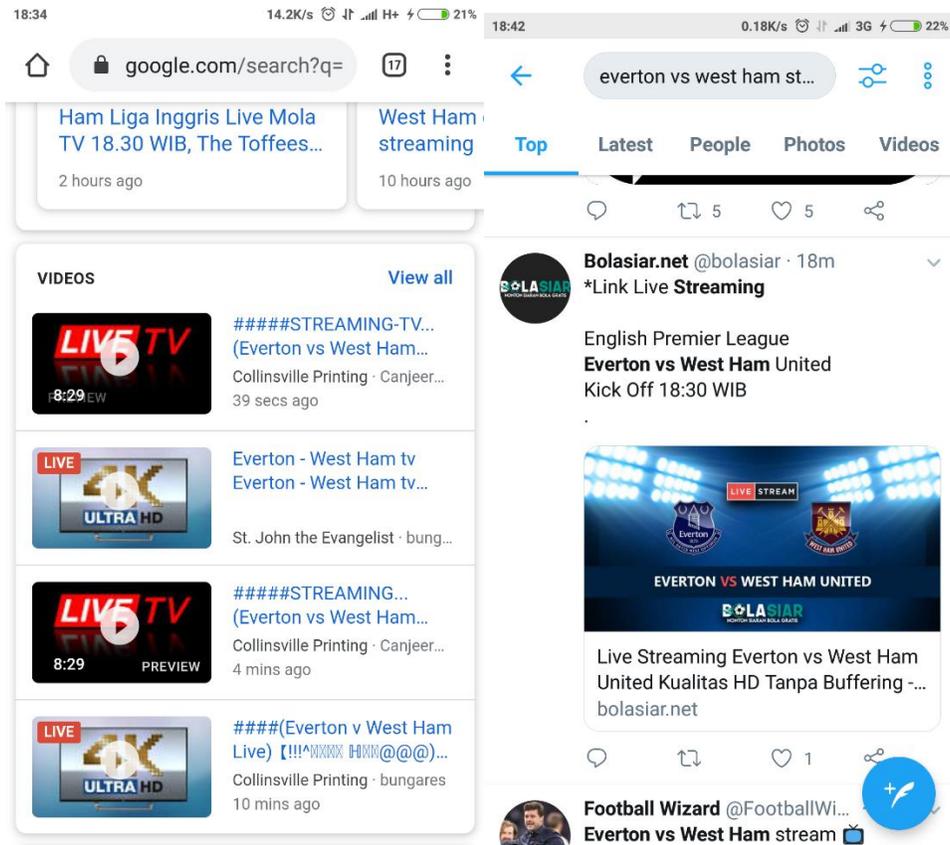
Di Indonesia, budaya gratisan sudah tertanam di benak para masyarakat Indonesia (Gunawan, 2017) atau bisa disebut sebagai *free mentality* yang artinya semua yang didapat terutama dari internet adalah gratis (Lin *et al.*, 2013). Sama halnya dengan menonton

sepakbola, banyak masyarakat Indonesia yang terbiasa mengandalkan layanan gratis untuk dapat menonton tim kesukaanya bertanding (Fahmi, 2019). Tidak terkecuali dengan melakukan *streaming* secara ilegal, pada jangka waktu tiga tahun terakhir terdapat banyak *website* maupun aplikasi untuk menonton Liga Inggris dengan cara *streaming* ilegal. Ketika Pandit Football (2019) melakukan survey terkait media apa yang digunakan masyarakat Indonesia untuk menonton Liga Inggris, sebanyak 32,1% responden dari sekitar lebih dari 3.500 responden menggunakan media *streaming* ilegal untuk menonton Liga Inggris.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa *website* dan aplikasi *streaming* ilegal yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk menonton Liga Inggris. Beberapa *website* tersebut adalah bolastream.live, www.tvbersama.tv, www.tvball7.com, dan www.nontonbal.com, kemudian untuk aplikasi adalah Burma TV. Cara kerja *website* tersebut adalah dengan menyediakan beberapa *link* yang kemudian menghubungkan ke *website* yang menyediakan streaming Liga Inggris. Jika terdapat *link* yang tidak bisa menayangkan *streaming*, masih tersedia beberapa *link* alternatif yang menyediakan *streaming* tersebut. Masyarakat Indonesia tentu akan memilih cara gratis untuk dapat menonton Liga Inggris musim ini (2019-2020). Hal tersebut menandakan bahwa tingkat *free mentality* di kalangan masyarakat Indonesia sangat tinggi.

Kemudian, mudahnya masyarakat Indonesia untuk memperoleh situs *streaming* ilegal menjadikan *streaming* ilegal menjadi media yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia untuk menonton Liga Inggris. Berdasarkan riset yang dilakukan penulis (Oktober 2019), untuk memperoleh *streaming* ilegal cukup dengan mencari situs-situs yang

menyediakan layanan *streaming* ilegal di *Google* maupun media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*. Bahkan terdapat akun di sosial media *Twitter* yang khusus menyediakan layanan *streaming*.

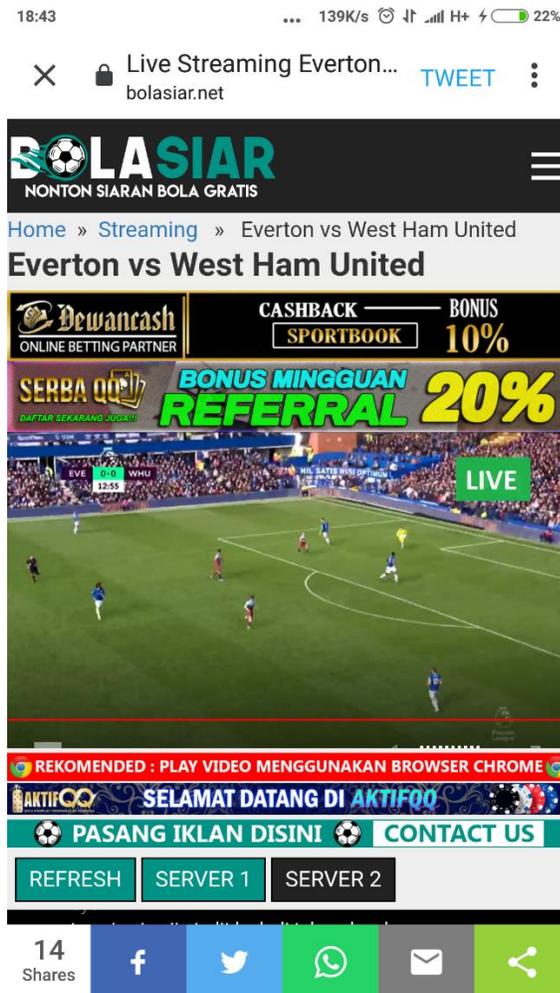


Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 1.10 Situs *Streaming* Ilegal Yang Terdapat di *Google* dan *Twitter*

Pada Gambar 1.10 membuktikan betapa mudahnya masyarakat Indonesia untuk memperoleh situs *streaming* ilegal. Hanya dengan menggunakan *keyword* “Everton vs West

Ham *Streaming*”, muncul berbagai situs yang menyediakan layanan *streaming* ilegal yang menyediakan pertandingan Everton vs West Ham (Lihat Gambar 1.11).

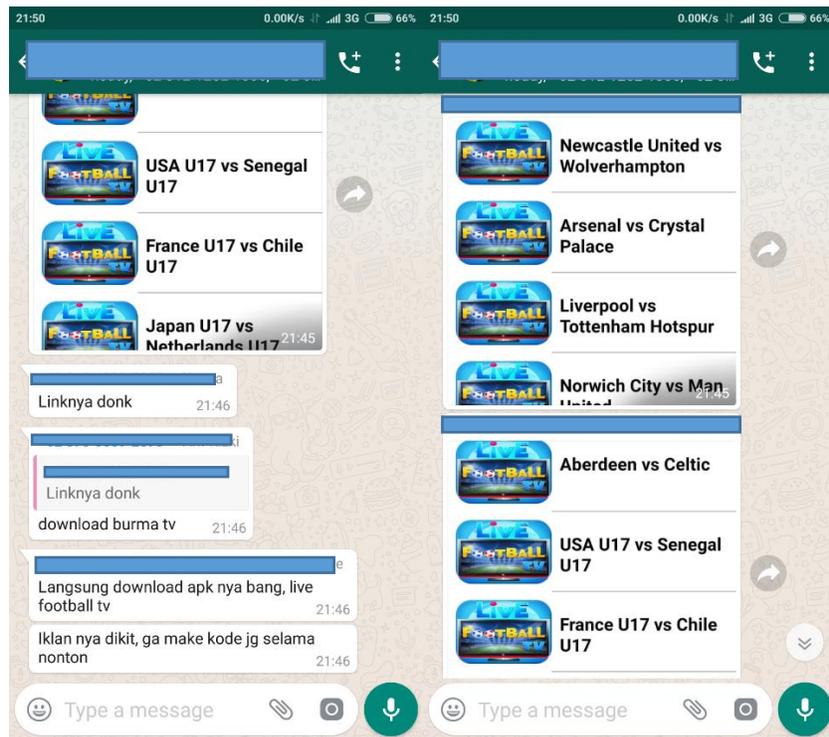


Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 1.11 *Streaming* Menggunakan Situs *Streaming* Ilegal

Selain itu juga beberapa *fanbase* dan komunitas Liga Inggris di Indonesia juga saling memberikan informasi terkait *streaming* ilegal. Ketika pertandingan tim yang mereka dukung

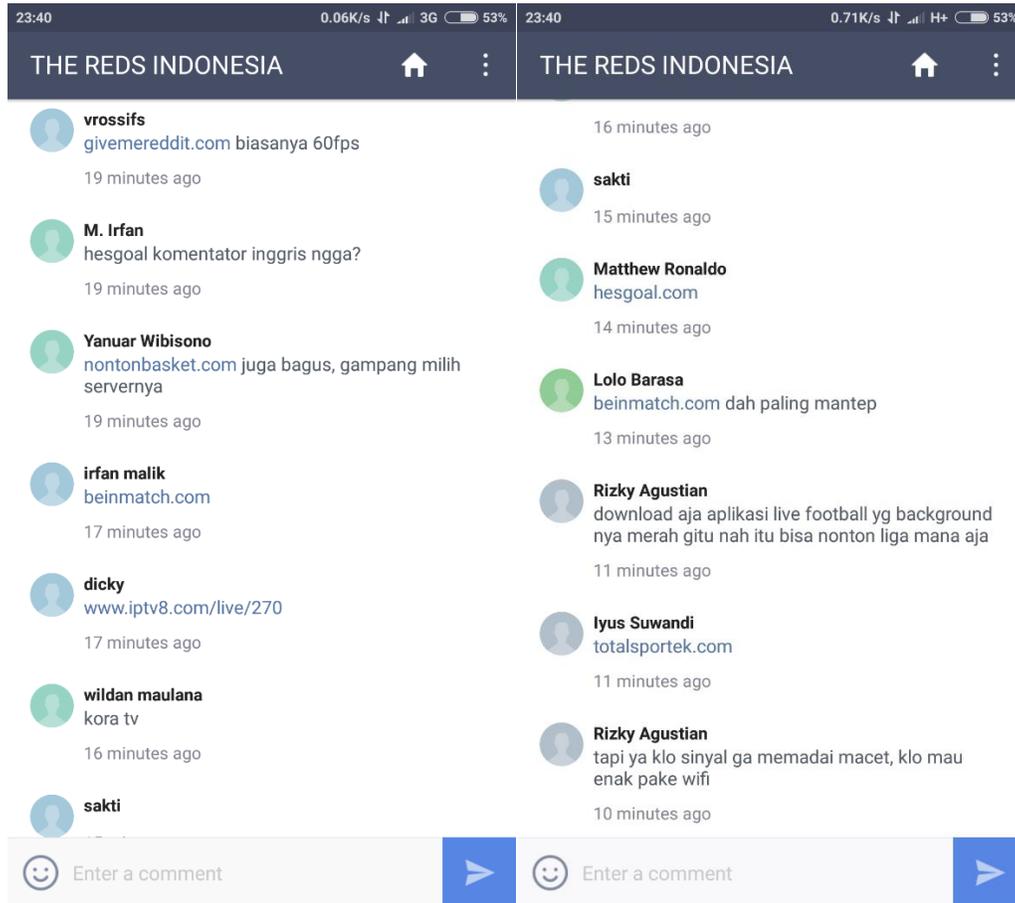
tidak ditayangkan di TVRI ataupun Mola Apps dan Web, para pengurus dari komunitas dan *fanbase* memberikan informasi terkait situs *streaming* ilegal yang menyediakan pertandingan tim yang mereka dukung. Kemudian para anggota *fanbase* dan komunitas juga saling berbagi situs *streaming* ilegal kepada anggota lainnya (lihat Gambar 1.12).



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 1.12 *Link Streaming* Ilegal Dari Komunitas Sepakbola

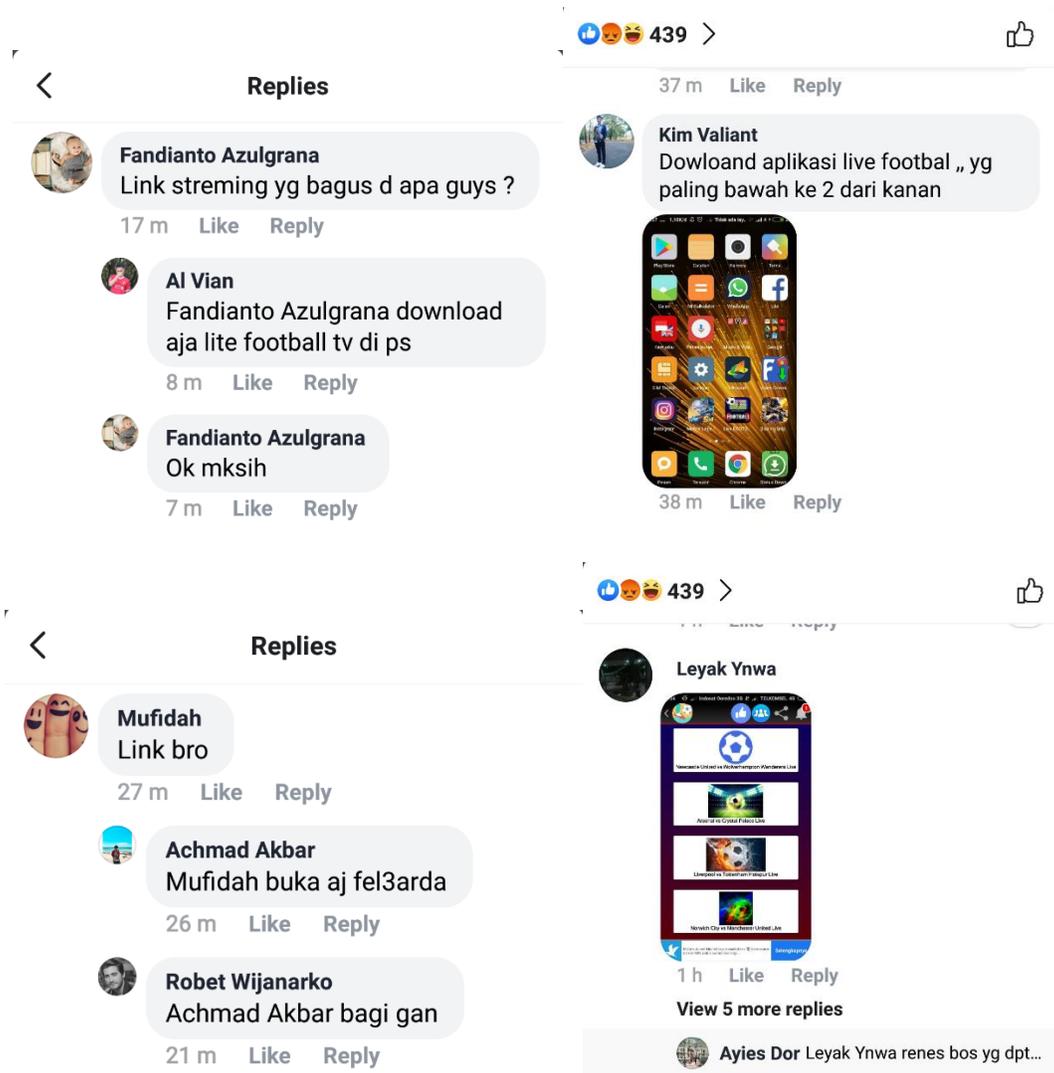
Berdasarkan Gambar 1.12 menggambarkan betapa mudahnya untuk memperoleh situs *streaming* ilegal pertandingan sepakbola (terutama Liga Inggris) di dalam sebuah komunitas sepakbola. Bahkan anggota dari dalam komunitas tersebut merekomendasikan untuk menggunakan *link* maupun aplikasi *streaming* ilegal tersebut.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 1.13 *Link Streaming Ilegal* Dari Komen *Fanbase* Tim Sepakbola

Berdasarkan Gambar 1.13 menggambarkan mudahnya memperoleh situs *streaming* ilegal dari balasan-balasan dari para pengikut *fanbase* tim sepakbola (media sosial *LINE*). Selain media sosial *LINE*, ada beberapa *fanbase* di sosial media lain seperti *Facebook*. Untuk *fanbase Facebook*, para pengikut *fanbase* saling berbagi situs *streaming* ilegal ketika ada orang yang menanyakan situs *streaming* ilegal (lihat Gambar 1.14).



Sumber: Dokumentasi Pribadi

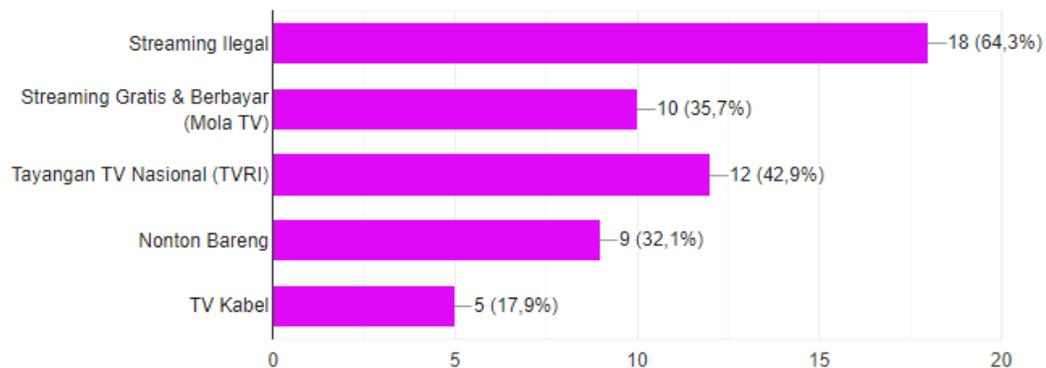
Gambar 1.14 Para Fans Yang Saling Berbagi *Link Streaming* Ilegal

Gambar 1.14 menggambarkan situasi dimana para pengikut *fansbase* saling berbagi media *link streaming* ilegal pertandingan tim yang mereka ikuti terutama ketika pertandingan tim yang mereka dukung tidak ditayangkan di televisi nasional (gratis).

Selain itu juga, peneliti telah melakukan survey kepada 32 responden dengan topik terkait Liga Inggris. Dalam hal media untuk menonton Liga Inggris, dari 32 responden yang memberikan respon, sebanyak 64% responden menjawab bahwa mereka menonton Liga Inggris menggunakan media *streaming* Ilegal disusul dengan tayangan Televisi Nasional TVRI (Gratis) dengan jumlah 42,9% disusul dengan aplikasi Mola TV (gratis) dan juga Mola TV berbayar yaitu Mola Matrix dan juga Mola Polytron Streaming Device sebesar 35,7%. Setelah itu dengan menonton bersama sebesar 32,1% dan yang terakhir dengan TV Kabel sebesar 17,9%. Untuk lebih jelas dapat dilihat di Gambar 1.15 untuk rincian jawaban kuisisioner yang dilakukan peneliti.

Media apa yang anda gunakan ketika menonton Liga Inggris musim ini (2019-2020) ?

28 tanggapan



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 1.15 Jawaban Responden Terkait Media yang Digunakan Ketika Menonton Liga Inggris Musim 2019-2020

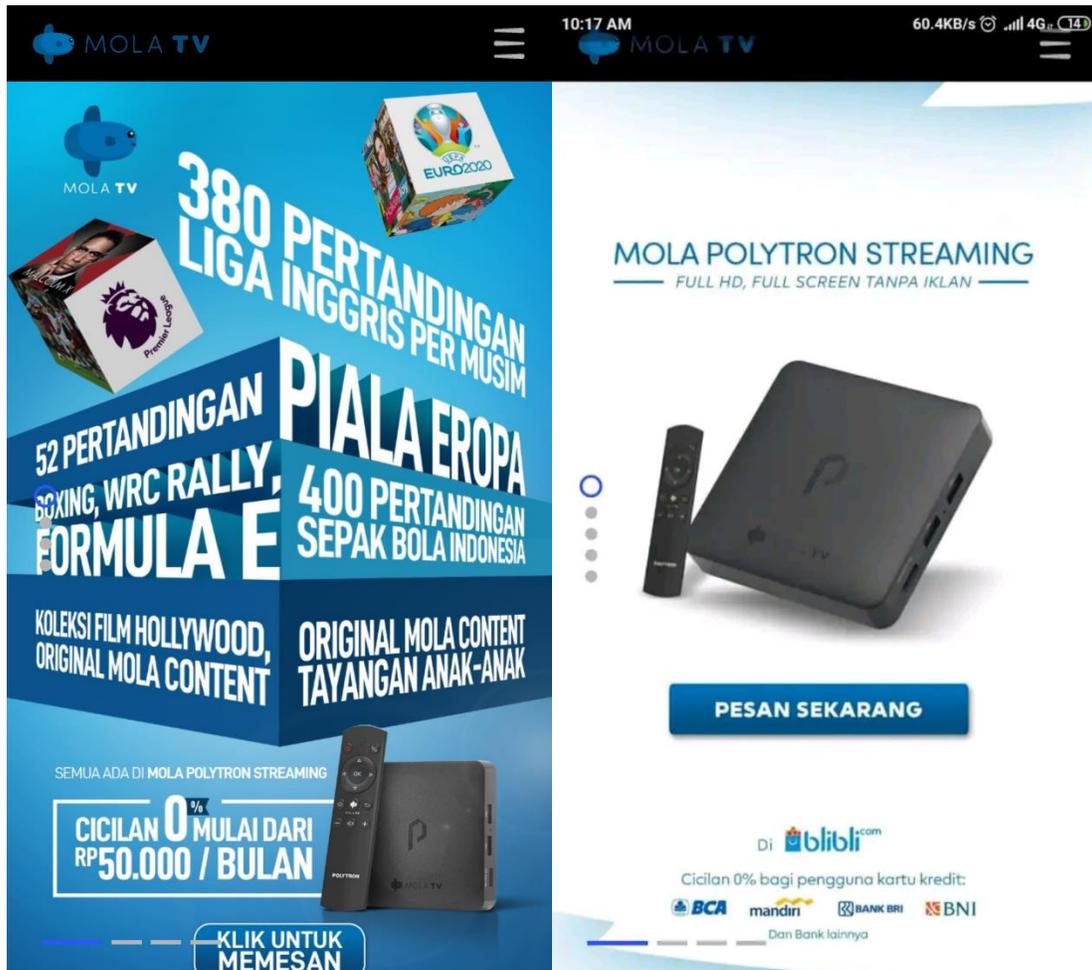
Dalam segi bisnis, layanan *streaming* ilegal tentu saja merugikan perusahaan-perusahaan yang memiliki hak siar pertandingan secara sah. Pada musim 2018-2019, Liga Inggris mengalami kerugian sebesar 1 juta poundsterling atau sekitar 17 miliar rupiah per satu pertandingan akibat *streaming* ilegal. Total kerugian yang dialami Liga Inggris terkait dengan *streaming* ilegal mencapai 6,6 triliun rupiah dalam satu musim (Riyantama, 2019). *Chief of Distribution and Broadcast* Mola TV, Ayi Farid Wadji juga menerangkan bahwa pembajakan berupa *streaming* ilegal yang menyebabkan industri *business content* tidak berkembang. Beliau juga mengutarakan bahwa masyarakat juga harus bisa menghargai si pemilik lisensi dengan menggunakan produk yang legal. Oleh karena itu, saat ini Mola TV memiliki lisensi khusus bagi para komunitas *fans* Liga Inggris jika mengadakan kegiatan nonton bareng. Jika terdapat komunitas yang melakukan kegiatan nonton bareng Liga Inggris tanpa izin dari pihak Mola TV, dapat dikenakan sanksi pidana oleh pihak Mola TV.

Tetapi, meskipun menggunakan *streaming* ilegal merupakan tindakan yang tidak benar dan merugikan perusahaan pemilik hak siar, masyarakat Indonesia tidak memperdulikan jika tindakan mereka melanggar aturan dan dapat merugikan perusahaan yang memiliki hak siar. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Pandit Football (2019) sebesar 59,2% dari total lebih dari 3.500 responden merasa tidak bersalah ketika mengakses situs *streaming* ilegal. Selain itu juga, berdasarkan *interview* yang dilakukan penulis ketika “*Event Nonton Bareng Liga Inggris*”, dari 20 responden yang diwawancarai penulis, seluruh responden merasa tidak bersalah ketika menggunakan *streaming* ilegal dan bahkan mereka sudah biasa menggunakan *streaming* ilegal dari tahun ke tahun ketika tidak ada pertandingan

Liga Inggris yang ditayangkan di televisi nasional (gratis). Hal ini menandakan bahwa *self efficacy* masyarakat Indonesia terhadap penggunaan layanan ilegal atau pembajakan masih rendah.

Mola TV sebagai pemegang hak siar Liga Inggris mulai musim ini (2019) juga menyediakan layanan *streaming* yang dapat diakses dengan gratis oleh masyarakat Indonesia. Layanan tersebut adalah Mola Apps dan Web yang menyediakan empat pertandingan Liga Inggris yang dapat diakses secara gratis hanya dengan melakukan *register* berupa *e-mail* dan *password*. Namun kedua layanan tersebut hanya menyediakan empat pertandingan setiap pekannya. Besar kemungkinan ada tim-tim yang digemari oleh masyarakat Indonesia yang tidak bisa ditonton dengan gratis melalui aplikasi maupun *website* Mola TV karena dibatasi hanya menyediakan empat pertandingan setiap pekannya dan sistem penayangan pertandingannya bersifat acak (berbeda setiap pekannya).

Pada setiap tampilan utama aplikasi ataupun *website* Mola TV selalu tersedia iklan atau ajakan untuk membeli produk utama Mola TV yaitu Mola Polytron Streaming Device untuk dapat menyaksikan seluruh pertandingan Liga Inggris secara eksklusif. Tentu saja aplikasi dan *website* Mola TV merupakan jembatan utama bagi para pengguna aplikasi dan *website* Mola TV untuk mau meng-*upgrade* Mola TV mereka dari yang gratis dengan pertandingan terbatas ke berbayar dengan menyediakan seluruh pertandingan dengan lengkap (lihat Gambar 1.16).



Sumber : Dokumentasi Pribadi dan Playstore Mola TV

Gambar 1.16 Iklan Mola Polytron Streaming Device di Aplikasi Mola TV

Tentu saja para penggemar Liga Inggris di Indonesia akan menggunakan dan memanfaatkan layanan (penyedia pertandingan Liga Inggris) yang paling menguntungkan bagi mereka. Mulai dari kemudahan dalam mengakses, kelancaran siaran pertandingan, hingga kemungkinan biaya yang dikeluarkan untuk bisa menonton tim Liga Inggris kesayangan mereka berlaga setiap minggunya.

Dalam penelitian ini, penulis juga ingin melihat apakah faktor-faktor seperti *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Technicality*, *Perceived Fee*, *Perceived Value*, dan *Ethical Self-Efficacy for Piracy* memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention* seseorang terhadap produk layanan *streaming* sepakbola Liga Inggris yaitu Mola Polytron Streaming Device. Penulis akan mencari tahu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi para penonton Liga Inggris untuk mau menggunakan Mola Polytron Streaming Device sebagai produk Mola TV dengan fitur yang paling lengkap dibandingkan dengan produk lainnya untuk menonton Liga Inggris musim 2019-2020.

1.2 Rumusan Masalah

Menjadi pemegang hak siar Liga Inggris mulai musim 2019-2020 hingga 2021-2022 memberikan tantangan terhadap Mola TV. Tingginya minat masyarakat Indonesia untuk dapat menyaksikan Liga Inggris dengan semudah mungkin menjadi tantangan utama untuk Mola TV. Kebiasaan masyarakat dalam menggunakan layanan *streaming* ilegal dan *self efficacy* terhadap *streaming* ilegal yang sangat rendah dapat menjadi ancaman utama Mola TV. Selain itu juga alasan masyarakat Indonesia menggunakan situs *streaming* ilegal disebabkan karena tingkat *free mentality* masyarakat di Indonesia yang masih tinggi. Karena masyarakat Indonesia akan lebih memilih menggunakan yang gratis dibandingkan jika harus membayar.

Mola TV sebagai pemegang hak siar Liga Inggris pada musim 2019-2020 menyediakan berbagai produk yang dapat dinikmati oleh masyarakat Indonesia, mulai dari Mola Polytron Streaming Device, merupakan *streaming* device yang menayangkan seluruh

pertandingan setiap pekannya yaitu 10 pertandingan dengan harga Rp 1.200.000. Kemudian Mola Matrix, kerjasama antara Mola TV dengan Matrix TV yang menyediakan 6 pertandingan setiap minggunya dan bersifat bebayar. Selain itu, Mola TV juga menyediakan aplikasi dan *website* yang dapat diakses dengan gratis tanpa dipungut biaya apapun untuk masyarakat Indonesia yang mau menonton Liga Inggris tanpa harus mengeluarkan biaya. Aplikasi dan *website* Mola TV menyediakan empat pertandingan setiap minggunya.

Tentu saja Mola TV berusaha untuk mengurangi kebiasaan mengakses situs *streaming* ilegal dalam menonton Liga Inggris karena dapat merugikan berbagai pihak mulai dari pemegang hak siar sampai masyarakat yang menggunakan *streaming* ilegal tersebut. Salah satu kerugian dari sisi pemegang hak siar adalah tentu saja mereka tidak akan memperoleh pemasukkan dari situs *streaming* ilegal kemudian untuk sisi pengguna, *Chief of Distribution and Broadcast* Mola TV Ayi Farid Wadji dan Pandit Football (2019) menjelaskan salah satu kerugian yang dapat menimpa pengguna *streaming* ilegal adalah terdapatnya *bug* ataupun *virus* yang bisa menyerang perangkat yang digunakan dalam mengakses *streaming* ilegal dan juga data-data yang terdapat di perangkat yang digunakan dalam mengakses *streaming* ilegal yang bisa disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Jika masyarakat Indonesia memiliki kesadaran terhadap penggunaan *website streaming* ilegal dapat memberikan dampak yang merugikan tentu saja masyarakat Indonesia akan menggunakan media yang resmi dan legal dalam menonton Liga Inggris (contohnya menggunakan berbagai media yang disediakan Mola TV).

Dengan melihat kasus dan fenomena yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi *purchase intention* produk Mola Polytron Streaming Device di masa yang akan datang (musim sekarang maupun untuk dua musim kedepan). Dalam penelitian ini penulis mengacu kepada jurnal Wang *et al.* (2013) yang menjelaskan bahwa ada beberapa variabel yang mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli produk antara lain *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Technicality*, *Perceived Fee*, dan *Ethical Self-efficacy for Online Piracy*. Sehingga dengan variabel tersebut, penulis ingin melihat apakah masyarakat Indonesia ingin membeli produk Mola Polytron Streaming Device sebagai media resmi yang menyediakan seluruh pertandingan Liga Inggris dengan lengkap setiap pekannya untuk saat ini ataupun di masa yang akan datang.

Perceived Usefulness merupakan sejauh mana seseorang percaya ketika menggunakan sebuah produk atau layanan akan memenuhi suatu tujuan tertentu (Wang *et al.*, 2013). Terkait dengan Mola TV, *perceived usefulness* mengarah kepada kemudahan dan manfaat dari menggunakan Mola Polytron Streaming Device dalam menonton Liga Inggris. Pada penelitian ini, *Perceived Usefulness* memiliki hubungan positif terhadap *Perceived Value*.

Perceived Enjoyment mengarah kepada sejauh mana kegiatan menggunakan suatu produk atau layanan dianggap memberikan kesenangan dan kegembiraan dalam dirinya sendiri, terlepas dari konsekuensi kinerja (Davis *et al.*, (2014) dalam Wang *et al.*, 2013). Terkait dengan Mola TV, *perceived enjoyment* mengacu kepada kesenangan dan

kegembiraan ketika menggunakan Mola Polytron Streaming Device. Pada penelitian ini, *Perceived Enjoyment* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Value*

Technicality diartikan sebagai kepercayaan ketika menggunakan suatu produk / layanan akan memberikan upaya berlebih untuk bisa digunakan (Wang *et al.*, 2013). Terkait dengan Mola TV, ketika mengoperasikan produk layanan yang disediakan Mola TV terutama Mola Polytron Streaming Device dianggap sulit, tidak dapat menyangkan pertandingan, dan pengoperasian dari Produk Mola TV tersebut. Pada penelitian ini, *Technicality* memiliki pengaruh negatif terhadap *Perceived Value*.

Perceived Fee mengacu kepada keyakinan konsumen bahwa ketika menggunakan suatu produk / layanan harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit (mahal) (Wang *et al.*, 2013). Terkait dengan Mola TV, *perceived fee* mengacu kepada harga yang harus dikeluarkan yaitu sebesar Rp 1.200.000 untuk bisa menonton / berlangganan Liga Inggris dengan Mola Polytron Streaming Device. Pada penelitian ini, *Perceived Fee* memiliki pengaruh negatif terhadap *Perceived Value*.

Perceived Value merupakan keseluruhan penilaian yang dilakukan konsumen terkait manfaat dan pengorbanan untuk memperoleh atau menggunakan suatu produk / layanan (Wang *et al.*, 2013). Terkait dengan Mola TV, dengan mengeluarkan biaya untuk membeli Mola Polytron Streaming Device, waktu yang digunakan untuk menonton Liga Inggris dengan Mola Polytron Streaming Device, dan upaya yang dikeluarkan untuk menonton Liga Inggris dengan Mola Polytron Streaming Device akan dianggap bernilai oleh para

masyarakat pecinta Liga Inggris di Indonesia. Pada penelitian ini *Perceived Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Purchase Intention*.

Ethical Self-Efficacy For Online Piracy mengacu kepada kecenderungan perilaku individu terkait penggunaan konten-konten *online* secara etis (Wang *et al.*, 2013). Terkait dengan Mola TV, kecenderungan masyarakat untuk menggunakan Mola TV (terutama Mola Polytron Streaming Device) sebagai media resmi dan legal untuk menonton Liga Inggris daripada dengan menggunakan *streaming* ilegal. Pada penelitian ini *Ethical Self-Efficacy For Online Piracy* memiliki pengaruh positif terhadap *Purchase Intention*. Selain itu ketika tingkat *Ethical Self-Efficacy For Online Piracy* tinggi, akan memperkuat pengaruh positif antara *Perceived Value* terhadap *Purchase Intention*.

Purchase Intention merupakan kemungkinan seorang individu akan membeli suatu barang atau jasa (Hsiao & Chen, 2017). Terkait dengan Mola TV, dengan produk dan fitur yang disediakan akan membuat masyarakat Indonesia ingin membeli produk Mola Polytron Streaming Device untuk saat ini maupun di masa yang akan datang.

Berikut rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis, antara lain:

1. Apakah *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived value*?
2. Apakah *perceived enjoyment* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived value*?
3. Apakah *technicality* memiliki pengaruh negatif terhadap *perceived value*?
4. Apakah *perceived fee* memiliki pengaruh negatif terhadap *perceived value*?
5. Apakah *perceived value* memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention*?

6. Apakah *ethical self-efficacy online piracy* memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention*?
7. Apakah ketika tingkat *ethical self-efficacy for online piracy* tinggi, pengaruh positif antara *perceived value* terhadap *purchase intention* akan lebih kuat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *perceived usefulness* terhadap *perceived value*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *perceived enjoyment* terhadap *perceived value*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh negatif *technicality* terhadap *perceived value*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh negatif *perceived fee* terhadap *perceived value*.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *perceived value* terhadap *purchase intention*.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *ethical self-efficacy for online piracy* terhadap *purchase intention*.

7. Untuk mengetahui dan menganalisis ketika *ethical self-efficacy for online piracy* tinggi, *perceived value* akan memiliki pengaruh positif yang lebih kuat terhadap *purchase intention*.

1.4 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian berdasarkan cakupan dan konteks dalam penelitian. Adapun pembatasan penelitian sebagai berikut:

1. Responden pada penelitian ini adalah pria maupun wanita dengan usia minimal 18 tahun yang mengikuti Liga Inggris musim 2019-2020, masuk ke dalam atau mengikuti komunitas fans sepakbola, pernah menggunakan Mola Mobile Apps / Web untuk menonton Liga Inggris, pernah menggunakan *streaming* ilegal untuk menonton Liga Inggris, belum pernah menggunakan atau berlangganan Mola Polytron Streaming Device, dan mengetahui informasi dasar terkait Mola Polytron Streaming Device.
2. Ruang lingkup penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel responden di seluruh wilayah Indonesia.
3. Penelitian ini dibatasi 7 variabel, yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Technicality*, *Perceived Fee*, *Perceived Value*, *Ethical Self-Efficacy For Online Piracy*, dan *Purchase Intention*.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademis maupun manfaat praktis yang akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Bagi kalangan akademis di Universitas Multimedia Nusantara dan masyarakat umum, penelitian ini dapat memberikan informasi, pengetahuan, dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai *purchase intention* dalam industri penyedia tayangan olahraga terutama terhadap maraknya *streaming* ilegal terkait tayangan olah raga di Indonesia.

2. Bagi perusahaan maupun pelaku bisnis, penelitian ini dapat memberikan informasi, gambaran, pandangan, dan saran ataupun masukan yang berguna terhadap pemasaran produk Mola Polytron Streaming Device mengenai *purchase intention* dan faktor-faktor yang mempengaruhi *purchase intention* pada Mola Polytron Streaming Device terutama ditengah maraknya *streaming* ilegal terkait tayangan olah raga di Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab yang dimana setiap bab satu dengan bab lainnya terdapat keterikatan yang erat. Adapun sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi latar belakang yang menggambarkan hal-hal yang mengantarkan dan menjelaskan pokok permasalahan, rumusan masalah yang dijadikan dasar dalam melakukan penelitian, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, manfaat yang diharapkan penulis, hingga sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi berbagai konsep-konsep teori dan hasil tinjauan pustaka yang akan digunakan sebagai dasar untuk menganalisis dan inti permasalahan yang akan dibahas yaitu tentang *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Technicality*, *Perceived Fee*, *Perceived Value*, *Ethical Self-Efficacy For Online Piracy*, dan *Purchase Intention*. Uraian terkait konsep-konsep diatas diperoleh melalui studi kepustakaan dari berbagai literatur yang berkaitan, buku, dan jurnal.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, pendekatan, model yang digunakan, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik dan prosedur pengambilan sampel hingga teknik analisis yang akan digunakan untuk menjawab semua pertanyaan penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, kemudian paparan dan penjelasan mengenai hasil dari kuisisioner yang telah dikumpulkan, dan juga penulis akan melakukan analisis terkait dengan hasil penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini penulis akan memberikan kesimpulan dan saran terkait hasil dari penelitian yang telah menjawab hipotesis penelitian. Berdasarkan kesimpulan tersebut penulis akan membuat saran-saran terkait penelitian ini.