BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada BAB IV ini Peneliti akan memaparkan fokus dari penelitian ini yaitu tingkat persaingan bisnis *game mobile* Shanghai Moonton Technology dalam lingkungan *game mobile* kategori MOBA, pada komunitas LINE SQUARE Gamer's Indonesia. Pada bab ini dibagi menjadi tiga bagian agar lebih sistematis dan tearah yaitu sebagai berikut:

1. Deskripsi Informan Penelitian
2. Deskripsi Perusahaan Pesaing
3. Deskripsi Hasil Penelitian
4. Keterbatasan Penelitian
5. Pembahasan Hasil Penelitian

4.2 Deskripsi Informan Penelitian

Beberapa informan dalam penelitian ini tidak merasa keberatan untuk disebutkan namanya, namun ada juga yang meminta nama mereka diganti menjadi inisial saja ketika ditulis dalam laporan, adapun informan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Administrator LINE SQUARE Gamer’s Indonesia

Selama peneliti menjalani proses penelitian dan wawancara sdr. RB (42 tahun), Informan 1, merupakan informan yang peneliti pertama kali wawancara dan berdiskusi

ketika sebelum dan ketika dilapangan. Beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan kapan saja asalkan tidak mengganggu kesibukan beliau dalam bekerja. Dengan penampilan yang ramah, tegas, berwibawa, lugas dalam berbicara beliau bersedia menjawab semua pertanyaan yang diajukan peneliti. Beliau pun tidak segan-segan untuk membantu peneliti mencarikan informan lainnya agar bersedia menjadi informan dalam penelitian serta mencarikan data-data yang berguna bagi kesempurnaan penelitian ini.

2. Vice Administrator LSGI

Informan kedua yang peneliti wawancarai adalah deretan Vice Administrator LSGI, Sdr.i RR (34 tahun), Informan 2, dan Sdr. KNS (28 tahun), Informan 3, dimana memiliki kesan bahwa mereka adalah sosok yang sangat ramah dan murah senyum selain itu juga peneliti merasa diperlakukan sebagai seorang kakak oleh mereka dengan panggilan khasnya kepada peneliti "ade" ketika peneliti mengajak mereka untuk berdiskusi. Mereka juga sangat antusias membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Peneliti merasa sudah sangat dekat dengan mereka karena peneliti memiliki hal yang sama yang bisa dibawa diskusi, yaitu *game mobile* dan fitur-fiturnya.

3. Pemain *Pay to Win*

Informan ketiga adalah deretan pemain *pay to win,* dimana mereka adalah perwakilan untuk pemain-pemain yang mengeluarkan mata uang nyata untuk ditukarkan ke mata uang virtual. Antara lain mereka adalah, ISR (22 tahun), Informan 4, HT (24 tahun), Informan 5, BAY (25 tahun), Informan 6, mereka terkesan sedikit

sombong dimata orang lain diawal bertemu tetapi setelah semakin peneliti bertanya, maka mereka semakin terbuka dan ternyata memang sifat mereka yang sulit untuk terbuka kepada orang yang membuat mereka terlihat sombong diawal. Mereka juga antusias membantu peneliti untuk mengisi pertanyaan dan menjawab pertanyaan peneliti. Dikarenakan mereka mengeluarkan uang untuk bermain game, mereka juga bisa merasakan kekurangan dan kelebihan pada game MOBA yang mereka mainkan tersebut, bermain dengan sangat serius sampai sanggup mempelajari strategi dan *counter-strategy* untuk memenangkan permainan, juga terkadang memberikan masukan pada forum-forum yang membahas game-game MOBA tersebut.

4. Pemain *Free to Play*

Informan yang dalam kategori ini pun tidak kalah ramahnya dari informan yang lainnya. Mereka adalah AG (27 tahun), Informan 7, RAS (24 tahun), Informan 8, dan WTR (21 tahun) Informan 9. Mereka bukan pemain yang sanggup mengeluarkan mata uang nyata untuk mata uang virtual, tapi mereka adalah pemain-pemain yang mendapatkan mata uang virtual dari Log-In Harian (*Daily Login*) dan cenderung bermain hanya untuk mengisi waktu kosong dan tidak mengambil permainan secara serius, melainkan hanya untuk merasakan kesenangan dalam bermain bersama sahabat dan keluarga.

Secara keseluruh seluruh informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang ramah dan terbuka ketika peneliti melakukan wawancara serta tidak segan-segan

membantu peneliti ketika peneliti membutuhkan sesuatu yang yang kaitan dengan penelitian.

4.3 Deskripsi Perusahaan Pesaing

Pada Bab 2 peneliti memutuskan untuk mendalami persaingan pada tingkat Industri yang mana yang diteliti dari tingkat Industri ini adalah semua produk (aplikasi game mobile) yang diproduksi (diciptakan) oleh industri-industri tersebut, Shanghai Moonton Technology kemudian MOBA Games Private Limited dan Super Evil Megacorps karna dari sekian banyak game developer yang menciptakan game mobile, hanya 3 perusahaan ini yang berada dalam persaingan yang ketat antara satu dengan lainnya dari hasil wawancara.

Shanghai Moonton Technology atau umumnya disebut dengan panggilan Moonton adalah sebuah perusahaan yang menciptakan permainan mobile Multiplayer Online Battle Arena yang dinamakan Mobile Legends: 5v5 MOBA adalah sebuah permainan MOBA yang dirancang untuk ponsel. Mobile Legends pernah mengalami kontroversi hak cipta yang mana pelanggaran tersebut antara lain mengenai aspek logo, karakter, rancangan peta, hero dan monster. Moonton mengganti nama permainan mobilenya menjadi "Mobile Legends: Bang Bang".

Gambar 4.1 Logo game mobile Mobile Legends: Bang Bang (MLBB)

Kedua tim lawan berjuang untuk mencapai dan menghancurkan basis musuh sambil mempertahankan basis mereka sendiri untuk mengendalikan jalan setapak, tiga "jalur" yang dikenal sebagai "top", "middle" dan "bottom", yang menghubungkan basis-basis.



Gambar 4.2 Gameplay Mobile Legends: Bang Bang (MLBB)

Di masing-masing tim, ada lima pemain yang masing-masing mengendalikan avatar, yang dikenal sebagai "hero", dari perangkat mereka sendiri. Karakter terkontrol komputer yang lebih lemah, yang disebut "minions", bertelur di basis tim dan mengikuti tiga jalur ke basis tim lawan, melawan musuh dan menara.

Arena of Valor (AOV) sebelumnya dikenal juga sebagai Strike of Kings (Eropa), Honour of Kings (Tiongkok), Penta Storm (Korea Selatan), Legendary Showdown (Taiwan), Lien Quan (Vietnam), Mobile Arena (Indonesia), Realm of Valor (Thailand) yang mengusung nama berbeda disetiap wilayah pemasarannya dan kemudian menyesuaikan pasar global menjadi Arena of Valor, adalah permainan piranti bergerak daring berjenis arena pertarungan daring multipemain (MOBA) yang diterbitkan oleh Tencent Games.



Gambar 4.3 Logo game mobile Arena of Valor (AoV)

Pada bulan Juli 2017, dilaporkan bahwa permainan ini memiliki lebih dari 80 juta pemain aktif setiap harinya dan 100 juta pemain aktif yang telah memainkannya. Ini adalah permainan paling menguntungkan di dunia (terlaris) dan merupakan aplikasi unduhan gratis terpopuler. Pada bulan September 2017, Nintendo telah mengumumkan

kemitraan dengan Tencent untuk membawa Arena of Valor ke Nintendo Switch, karena popularitas permainan yang luar biasa. Memasuki akhir tahun 2017, Google Play menobatkan Garena AOV sebagai permainan terpopuler di tahun 2017 (untuk server Indonesia).



Gambar 4.4 Gameplay Arena of Valor (AoV)

Vainglory adalah gim video yang dikembangkan dan diterbitkan oleh Super Evil Megacorp untuk perangkat iOS dan Android. Game ini adalah versi dari genre dimana ada dua tim lawan dari tiga pemain yang bertarung untuk menghancurkan musuh dengan mengendalikan jalur antara basis, yang dihubungkan oleh turret dan dijaga oleh makhluk musuh yang dikendalikan AI. Di luar jalur, pemain bertempur untuk poin kontrol yang menyediakan sumber daya.

Gambar 4.5 Logo game mobile Vainglory 5v5 (VG)

Game ini dirilis untuk iOS pada November 2014, setelah diluncurkan secara lembut selama lebih dari setengah tahun, dengan versi Android yang dirilis pada bulan Juli 2015. Pengembangan game 2012 dimulai pada 2012 setelah pembentukan Super Evil Megacorp. Game ini diluncurkan pada acara pengumuman iPhone 6 September 2014 untuk mendemonstrasikan platform grafis Metal API.



Gambar 4.6 Gameplay Vainglory 5v5 (VG)

Super Evil Megacorp berusaha membuat game yang akan menghibur para pemain selama berjam-jam dan mendorong pengalaman multiplayer pribadi yang mirip dengan pesta LAN. Vainglory yang menguntungkan menerima ulasan umumnya. Kritikus memuji grafik permainan, karakter, dan desain level, tetapi mengkritik kurangnya fitur komunikasi tim. Reviewer tidak setuju pada tingkat aksesibilitas game untuk pendatang baru, yang merupakan bagian dari alasan mengapa ia menerima tinjauan yang beragam.

4.4 Deskripsi Hasil Penelitian

Data dari hasil penelitian pada penelitian ini didapatkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti pada kurun waktu bulan Maret s/d Agustus 2018 dimana seluruh informan yang dilakasanakan wawancara adalah anggota Komunitas LINE SQUARE Gamer's Indonesia. Pada deskripsi hasil penelitian, peneliti akan menjabarkan hasil wawancara peneliti yang menjelaskan mengenai proses wawancara kepada seluruh informan mengenai skema analisa persaingan bisnis *game mobile* Shanghai Moonton Technology yang nantinya akan dilakukan perbandingan dengan hasil dari *game mobile* dari perusahaan yang lainnya.

4.4.1 Apakah Menurut Anda, Anda Bisa Dikategorikan Sebagai Gamer?

Kata dasar Gamer ialah Game. Game disini adalah permainan. Sementara Gamer disini adalah seseorang (player) yang memainkan Game itu sendiri. Pengertian seorang Gamer, menurut peneliti adalah seseorang yang bermain dan menyukai game. Tidak peduli jika dia hanya bermain satu game saja, tidak memiliki peralatan yang

berkualitas tinggi, bahkan jika dia tidak terlalu hebat dalam memainkan game tersebut. Selama dia masih bermain dan menyukai game maka orang tersebut adalah Gamer.

Seorang Gamer biasanya akan merasakan momen tertentu ketika dia sedang bermain game, seperti ...berkata "Susah banget lewatin stage ini," kemudian setelah dia bersusah payah berusaha melewatinya dan kemudian berhasil dia mengatakan "Oh jadi begini caranya" atau "Yes, akhirnya bisa juga" dengan rasa senang dan bangga karna akhirnya berhasil. Atau mendapat pengalaman menyenangkan dari game itu sendiri, misalnya ketika sedang bermain bersama dan anda yang berhasil mengalahkan musuh dan memberikan kemenangan kepada team, kemudian bersorak dengan bangga bersama teman satu team.

Dari hasil pertanyaan wawancara pertama, semua informan yang diwawancara mengakui bahwa mereka bisa dikategorikan sebagai seorang gamer. Ini membantu peneliti untuk lanjut ke pertanyaan wawancara kedua. Pertanyaan wawancara akan dilanjutkan ke tahap selanjutnya jika informan mengatakan ‘Ya’ pada pertanyaan wawancara pertama, dimana nantinya akan dilihat lagi apakah informan pihak netral atau bias.

Pada waktu wawancara, peneliti mendapatkan informasi tambahan bahawasanya sejumlah besar dari informan menjadi seorang gamer dikarenakan ingin mengisi waktu luang, bahkan ada yang menjadi gamer hanya karna ingin menemani pasangannya bermain game mobile. Informasi ini menjadi pemicu untuk pertanyaan tambahan dimana adanya faktor-faktor yang boleh mempengaruhi pemain dan

mendorong mereka untuk bermain game mobile yang pada awalnya mereka tidak berminat untuk memainkannya.

4.4.2 Apa Anda sudah pernah mengunduh aplikasi game mobile di perangkat Anda? (Industri dan Pendatang Baru)

Peneliti mendapatkan hasil yang mayoritas positif pada wawancara pertanyaan kedua namun masih ada sejumlah kecil informan yang kurang senang dengan fitur yang disediakan oleh Moonton Inc. Dari data jumlah unduhan aplikasi ini yang akan menjadi salah satu indikator untuk mengetahui tingkat persaingan bisnis pada lingkungan game mobile kategori MOBA yaitu aspek persaingan industri.

Melanjutkan alur pembicaraan yang sudah ditentukan oleh peneliti di wawancara sebelumnya, peneliti mempertanyakan apakah para informan sudah pernah mengunduh dan memainkan aplikasi game mobile di perangkat mereka dan respon dari informan semuanya pernah mengunduh.

Hasil wawancara pada pertanyaan ini sangat mendukung hasil wawancara pada pertanyaan pertama dan informan bisa diambil sebagai sumber data untuk penelitian peneliti. Respon dari informan mengatakan bahwa mereka juga bermain game MOBA dari developer lain, dan antara lain, Arena of Valor (7 respon), Vainglory (6 respon), Heroes Arena (3 respon), Heroes Evolved (1 respon), dan MOBA yang lainnya (1 respon).

Peneliti memberikan pertanyaan lanjutan yang mempertanyakan apakah informan sudah pernah mengunduk aplikasi game mobile kategori MOBA dan memainkannya, dan respon sangat sesuai dengan yang diharapkan, peneliti mendapatkan hasil seperti pada Table 4.1 dibawah ini:

Tabel 4.1
Daftar Game Mobile dari Developer Game Lainnya

No	Daftar Game Mobile dari Developer Game Lainnya
1.	Mobile Legends, Shanghai Moonton Technology
2.	Arena of Valor, MOBA Games Private Limited
3.	Vainglory 5v5, Super Evil Megacorp
4.	Heroes Evolved, Reality Squared Game
5.	Heroes Arena, uCool

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ada 5 game mobile dari kategori MOBA yang unggul (top 5), dimana penulis memutuskan hanya untuk mengambil 3 dari 5 perusahaan game yang akan dijadikan analisis deskriptif komparatif. Peneliti memutuskan untuk mengambil komparasi pada 2 game mobile lainnya selain Mobile Legends: Bang Bang dengan kategori MOBA dari hasil wawancara yang didapatkan dari informan, yaitu Arena of Valor dan Vainglory.

4.4.3 Apakah Anda Sudah Pernah Melakukan Transaksi Pembelian Konten Premium (Diamond, Skin, Dll) Pada Game Mobile Kategori MOBA? Apa Yang Mendorong Anda Untuk Melakukan Pembelian Tersebut? (Konsumen)

Hasil penelitian dari Juno Hamari dalam "*International Journal of Information Management: Why do people buy virtual goods? Attitude toward virtual good purchases versus game enjoyment*" (2015), studi tersebut menginvestigasi niat pembelian untuk barang virtual dalam tiga game free-to-play yang secara khusus fokus pada penyelidikan dua penjelasan dalam diskusi umum di sekitar mengapa sekian banyak orang-orang membeli begitu sedikit barang virtual dalam permainan free-to-play: (1) faktor terkait dengan menikmati permainan dan bermain kelanjutan serta (2) faktor terkait sikap terhadap pembelian barang-barang virtual dan keyakinan tentang pendapat orang lain. Hasil didukung oleh dua hipotesis utama (1) kenikmatan permainan mengurangi virtualitas untuk membeli barang virtual dan (2) sikap terhadap barang virtual dan keyakinan tentang nilai-nilai teman sebaya sangat meningkatkan kesediaan untuk membeli barang virtual.

Selain itu, peran bermain lanjutan secara positif terkait dengan niat pembelian untuk barang virtual. Kira-kira hasil yang sama di seluruh jenis permainan diferensial: dunia virtual sosial, penembak orang pertama dan permainan jejaring sosial serta ketika menjelajahi perbedaan dalam lintas-derajat interaksi sosial.

Pada wawancara pertanyaan keempat peneliti menemukan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan dan mendorong seorang pemain untuk melakukan pembelian dalam game (in-app purchase) ada banyak dan bervariasi tapi sebagian besar memutuskan untuk melakukan pembelian tersebut dikarenakan ingin menjadi pemain yang lebih unggul. Seperti halnya satu informan 5 yang mengatakan,

> "Pernah. Kalau *kenapa* saya belanja ya karna persaingan bang. Maksudnya gini, kalau sekiranya kita beli dan gunakan Hero yang baru release, baik itu Skill, Status dan semuanya lah, itu masih bagus, masih tinggi, nah kalau udah release Hero baru, yang lama di nerf (reset) jadi jelek, jadi kalau mau berada di rank tinggi, minimal harus ada modal untuk nyoba-nyoba Hero dan komposisi baru. Setiap kita membeli Diamond atau Pack gitu, saya yakin Developer pasti terus mengembangkan dan meningkatkan performa ML, kayak dulu kan ML masih grafiknya 32-bit gitu, masih pecah, sekarang kan sudah bisa pake tampilan HD, kan kalau gini, anggap investasi untuk meningkatkan kualitas."

Faktor lain seperti lingkungan dan budaya juga mempengaruhi dorongan untuk melakukan pembelian dalam game, seperti informan 6 yang mengaku bahwa beliau mengalami kecanduan dalam judi gacha dalam game,

> "Ada fitur gacha yang kemungkinan dapat hadiah paling bagus itu 1%, tapi ada rumusnya, kalau penge-luaran minimal sekitar Rp 2 atau Rp 3 Juta minimal, bisa dapat itu Skin Hero Legend. Kemudian kan dengan membeli Diamond kan, saya juga membantu game developer untuk maju dalam bisnisnya."

Gashapon yang sering disingkat menjadi gacha adalah sebuah mesin penjual mainan otomatis yang berasal dari Jepang. Mesin mainan ini banyak terdapat di setiap toko mainan di pusat perbelanjaan seperti Kingdom Toys, Fun World, dan sebagainya.

Perbedaan dari mesin gacha dan versi mobile game yaitu mesin hanya dapat memberikan satu gacha, sedangkan pada versi mobile game pemain dapat mendapatkan 10 gacha. Tapi bukan berarti kita tidak boleh menarik satu gacha di mobile game. Kita masih bisa menarik satu, tetapi biasanya pihak developer memberikan penawaran lebih menarik bagi para pemain agar menggunakan 10. Contohnya kalau kalian tarik 10 kali, maka akan mendapatkan bonus satu kali.

Selain itu, permainan ini juga disebut game RNG (Random Number Generator) sebab menggunakan sistem rolling secara acak. Sistem RNG inilah yang menjadi senjata ampuh para pembuat game online untuk mendapatkan keuntungan besar dari para pengguna game online ciptaannya agar terus melakukan gacha berulang-ulang hingga uangnya tak tersisa, hanya demi mendapatkan item karakter yang sangat ia inginkan.

Maka bukan menjadi berita baru, seseorang bisa menghabiskan uang ratusan juta hingga miliaran rupiah untuk mendapatkan kekuatan karakter game online miliknya dengan mengejar perlengkapan dari gacha.

4.4.4 Berapa Kali Anda Bermain Game Mobile Kategori MOBA Tersebut, Dan Berapa Rata-Rata Waktu Yang Anda Luangkan Untuk Bermain Game Mobile Tersebut? (Industri Dan Pendatang Baru)

Hasil dari pertanyaan wawancara ke-lima ini singkat, jelas dan tidak bias dimana mayoritas dari informan mengatakan bahwa waktu yang mereka luangkan

untuk bermain game mobile Moonton (Mobile Legends) lebih banyak dibandingkan dengan game mobile dari perusahaan lainnya.

Menurut Whiting and Williams (2013) dalam "*Why People Use Social Media: A Uses And Gratifications Approach*", sebanyak 76% responden menggunakan media sosial untuk mengisi waktu luang. Responden menyatakan bahwa menggunakan media sosial ketika mereka memiliki waktu luang atau saat mereka bosan, dan ingin melakukan sesuatu. Banyak orang menggunakan media sosial untuk melewatkan waktu di tempat kerja atau sekolah.

Analisis ini berlaku sama halnya dengan informan penelitian ini yang sebagian besar informan bermain game "Mobile Legend" hanya untuk memenuhi rasa penasaran, diajak oleh sahabat mereka, ataupun oleh faktor lingkungan keluarga mereka.

4.4.5 Dengan berkembangnya industri game mobile kategori MOBA, apa pendapat anda mengenai persaingan yang sedang berlangsung antara perusahaan-perusahaan game mobile tersebut? (Produk Pengganti)

Dengan perkembangan zaman pada era teknologi sekarang ini, dunia dilanda perkembangan dan kemajuan pesat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Game online saat ini telah menjadi tren baru yang banyak diminati oleh semua kalangan, karena seseorang tidak lagi bermain sendirian, tetapi seseorang dapat bermain bersama dengan puluhan bahkan ratusan orang sekaligus dari berbagai lokasi.

Pada pertanyaan terakhir, peneliti ingin mengetahui pendapat dari setiap informan terhadap isu yang sedang berkembang dan menjadi sorotan publik secara terbuka yaitu perkembangan industri game mobile yang terbilang cukup pesat, apalagi dengan terdaftarnya E-Sports Arena of Valor dan Mobile Legends: Bang Bang pada ASIAN Games 2018 bulan Agustus-September 2018 kemarin. Berikut adalah hasil wawancara informan yang diolah kedalam bentuk Table:

Tabel 4.2 Hasil Wawancara Pertanyaan 7

Keterangan	**Dengan berkembangnya industri game mobile kategori MOBA, apa pendapat anda mengenai persaingan yang sedang berlangsung antara perusahaan-perusahaan game mobile tersebut?**	**Kata Kunci**	**Klasifikasi**
Informan 1	• Sangat tinggi sekali, melihat sekarang sudah banyak developer yang menciptakan game yang bernuansa seperti ML, bahkan game blocks seperti Roblox menciptakan game bergenre MOBA	Persaingan Tinggi, Gsme yang sama	Keterangan Positif, Tingkat Persaingan Tinggi
Informan 2	• ML sebenarnya bukan pencetus tapi hanyalah game yang berhasil menangkap peminatnya karna memasarkan dengan gencar di PlayStore dan AppStore. Hanya kebetulan saja, masyarakat pada tahun 2016 sedang dalam transisi pencarian game yang bagus, dan kebetulan juga Mobile Legend pada saat yang sama release.	Bukan pencetus, Keberuntungan	Keterangan Negatif, Sosial Ekonomi

Tabel 4.2 (Lanjutan)

Keterangan	Dengan berkembangnya industri game mobile kategori MOBA, apa pendapat anda mengenai persaingan yang sedang berlangsung antara perusahaan-perusahaan game mobile tersebut?	Kata Kunci	Klasifikasi
Informan 3	• Walaupun ML pendatang baru, tapi masih bisa beradu dengan pesaingnya yang sudah lama release	Mampu Bersaing, Persaingan Tinggi	Keterangan Positif, Tingkat Persaingan Tinggi
Informan 4	• Bingung mau jawab gimana, soalnya saya cuman player yang main karna diajak teman	Diajak Teman	Lingkungan
Informan 5	• Cukup bagus. MLBB bisa bersaingan ketat dengan AoV dan Vainglory walaupun dia pendatang	Mampu Bersaing, Persaingan Tinggi	Keterangan Positif, Tingkat Persaingan Tinggi
Informan 6	• Dulu, bagus, sekarang udah jatuh, tapi karna ada event terus, jadinya makin menarik banyak angkatan pemain baru	Penurunan Performa, Persaingan Tinggi	Keterangan Positif, Keterangan Negatif, Tingkat Persaingan Tinggi
Informan 7	• Menurut saya, ML itu kurang memikirkan kita-kita yang free player, lebih ke pay-win player saja jadi nasib pemain gratisan suka ampas (kurang beruntung) • Bagusan game AoV yang memang skill diutamakan	Tidak Adil	Keterangan Negatif, Sosial Ekonomi

Tabel 4.2 (Lanjutan)

Keterangan	Bagaimana menurut Anda mengenai tingkat persaingan bisnis game dalam lingkungan game mobile ber-genre MOBA?	Kata Kunci	Klasifikasi
Informan 8	• Saya engga ngikutin info yang gituan, biasa kalua ada temen yang ngajak main, saya juga ikut main biar engga ketinggalan info baru, gitu	Diajak Teman	Lingkunagn
Informan 9	• Bangga, karna tidak mudah untuk menciptakan suatu karya yang kemudian dimainkan oleh jutaan pengguna di Indonesia atau negara luar, pokoknya mantap lah.	Mampu Bersaing, Tingkat Persaingan Tinggi	Keterangan Positif, Tingkat Persaingan Tinggi

Sumber : Hasil Olahan Data Wawancara dari Peneliti (2018)

Dalam sebuah bisnis pasti ada yang namanya pesaing. Di mana pun, dalam bentuk bisnis apapun, pasti akan ada perusahaan lain yang membuat jasa ataupun produk yang mirip dengan produk ataupun jasa yang Anda tawarkan. Inilah yang disebut sebagai pesaing. Dalam bisnis kita tidak hanya dituntut untuk memiliki modal yang cukup maupun memiliki teknik produksi yang baik, tapi kita juga harus memiliki menejemen pesaing yang baik. Dan dalam dunia bisnis, ada jenis 4 pesaing yang akan kita hadapi, yaitu:

1. Persaingan generik

Persaingan generik lebih dikenal dengan persaingan target market atau target pasar. Karena persaingan ini terjadi akibat dari target pasar yang sama atau menyasar konsumen yang sama.

2. Persaingan bentuk

Persaingan bentuk ini terjadi karena sebuah perusahaan memproduksi suatu produk yang hampir mirip dengan perusahaan lain, sehingga terjadi persaingan antar kedua produk. Ambil contoh, produk Teh Botol Sosro dengan perusahaan Susu Ultra.

3. Persaingan industri

Persaingan jenis ini terjadi ketika sebuah perusahaan membuat produk ataupun kelas produk yang sama, misalkan saja persaingan antar pabrikan minuman dalam kemasan. Satu perusahaan atau industri dan industri lainnya yang membuat produk dalam minuman kemasan mereka akan bersaing antara satu dan lainnya.

4. Persaingan merek

Persaingan merek ini terjadi apabila sebuah perusahaan bersaing dengan perusahaan lain dengan produk yang serupa dan juga memiliki harga yang relatif sama. Seperti misalnya saja produk Teh Botol Sosro dan Fresti, sama-sama menjual teh dalam kemasan sehingga mereka bersaing dalam persaingan tingkat merek.

Dengan memahami jenis-jenis atau tingkatan persaingan, kita akan lebih mudah menyusun strategi untuk memenangkan persaingan tersebut. (Iman Nugroho : 2016)
Hasil yang didapatkan dari wawancara pertanyaan ketiga menunjukkan kepada peneliti bahwa adanya tingkat persaingan yang tinggi dari “Mobile Legend” yang terlihat secara signifikan dan ada juga dimana segelintir kecil yang tidak merasa Mobile Legends: Bang Bang ini tidak layak atau kurang maksimal dalam tingkat persaingannya dalam ruang lingkup MOBA dan sejumlah kecil yang hanya bermain dikarenakan membutuhkan atau diajak teman.

Hasil sementara dari peneliti pada wawancara kepada informan, peneliti melihat bahwa respon dari informan, bahkan masyarakat sangatlah positif terhadap perkembangan game mobile Shanghai Moonton Technology sehingga ia bisa bersaing imbang dengan game mobile dari lingkungan industri game kategori MOBA yang sudah lebih dulu dilancarkan secara global sebelum Moonton. Ini menunjukkan bahwa Moonton masih bisa bersaing imbang dengan game mobile yang terbilang lebih berpengalaman dalam bidangnya dan juga unggul dalam persaingan pada game mobile yang baru dilancarkan.

4.5 Keterbatasan Penelitian

Menururt Soegiono (2014:33) penelitian menggunakan metode kualitatif mempunyai 3 tahap yaitu, tahap deskriptif yaitu memahami konteks social : ada tempat actor dan aktifitas, yang kedua tahap reduksi yaitu menentukan focus: memilih dianatara yang dideskripsikan dan yang ketiga tahap seleksi yaitu mengurai focus: mendadi komponenn yang lebih renci. Dalam hal ini seorang peneliti di ibaratkan ingin mengunjungi suatu tempat tetapi belum tau setelah sampai ditempat, keadaannya seperti apa, peneliti hanya bisa menebak dan menggambarkannya saja. Hal ini membuat seorang peneliti mempunyai beberapa keterbatasan sebagai berikut:

a. Pengalaman Peneliti Menentukan Kualitas Penelitian

Peneliti bertindak sebagai instrumen penelitian dalam penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data biasa menggunakan metode wawancara secara mendalam bagi peneliti yang masi awal. Akan tetapi, hasil yang diharapkan

tidak sesuai dengan harapan. Berbada dengan dengan peneliti yang berpengalaman, peneliti melakukan pengumpulan data wawancara dengan menggunakan instumen kuantitatif sehingga hasilnya sesuai dengan yang diinginkan.

b. Subjektivitas Tinggi

Hasil bias biasanya akan cenderung selalu ada, hal ini disebabkan oleh banyaknya informasi yang tersirat dari hasil wawancara. Untuk mengatasi hal tersebut biasanya peneliti melakukan teknik triangulasi yaitu melakukan cross check atas informasi yang diberikan informan.

c. Perubahan Perilaku Informan

Perubahan perilaku seorang informan ketika diwawancara merupakan hal yang sering terjadi yang menyebabkan jawaban tidak sesuai dengan kenyataan.

d. Waktu Pengumpulan Data Lama

Pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam dan observasi membuat penilitian kualitatif lama waktunya, hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang jelas tidak bias. Setelah mendapatkan informasi dari informan penliti langsung melakukan observasi, dan jika masih kurang datanya, peneliti melakukan wawacara dengan narasumber lain sampai mendapatkan data jenuh.

e. Tidak ada Prosedur Standar

Peneliatian kualitatif bersifat dinamis dan penelitiannya dapat berubah sesuai keadaan dilapangan, sehingga tidak ada standar khusus.

f. Perbedaan Pemahaman dengan Peneliti Lain

Setiap orang mempunyai kemampuan dan pengalaman yang berbeda dengan orang lain, sehingga menyebabkan perbedaan interprestasi dengan peneliti lain, dari kritisi, kepakaan dan kesimpulan.

g. Sulit Mengabaikan Teori yang dimiliki Peneliti

Terjun kelapangan secara langsung merupakan suatu keharusan dalam penelitian kualitatif, hal ini menyebabkan peneliti mengabaikan konsep-konsep teori yang telah ditendtukan.

h. Keterbatasan Peneliti

Kemapuan seorang peneliti mempunyai keterbatasan, peneliti tidka bisa mengamati perkembangan objek dalam waktu bersamaan dan tempat yang berbeda.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil yang didapatkan oleh peneliti dari hasil wawancara kepada informan, peneliti mengetahui bahwa tidak hanya Model Analisis Pesaing oleh Porter (Gambar 2.2) mempengaruhi tingkat persaingan, tapi dari faktor-faktor di lingkungan pemain

game “Mobile Legends” itu sendiri mempengaruhi tingkat persaingan game tersebut dalam lingkungan game kategori MOBA, antara lain seperti:

1. Keterangan dari Informan;
    a. Keterangan Positif
    b. Keterangan Negatif
2. Psikologis
    a. Adiksi
    b. Penasaran
    c. Judi Gacha
3. Loyalitas
    a. Lingkungan
    b. Sosial Ekonomi
    c. Persaingan

Juho Hamari (2015) menyimpulkan bahwa kepuasan pemain game mobile meningkat dengan adanya pembelian dalam game untuk menjadi pemain lebih unggul dari mayoritas pemain free-to-play yang lain. Peneliti menyimpulkan hasil dari wawancara dengan metode Triangulasi (Bab 3, halaman 59) kedalam Tabel yang menampilkan data-data lebih detail dari wawancara:

Tabel 4.3

Informasi Demografi Responden

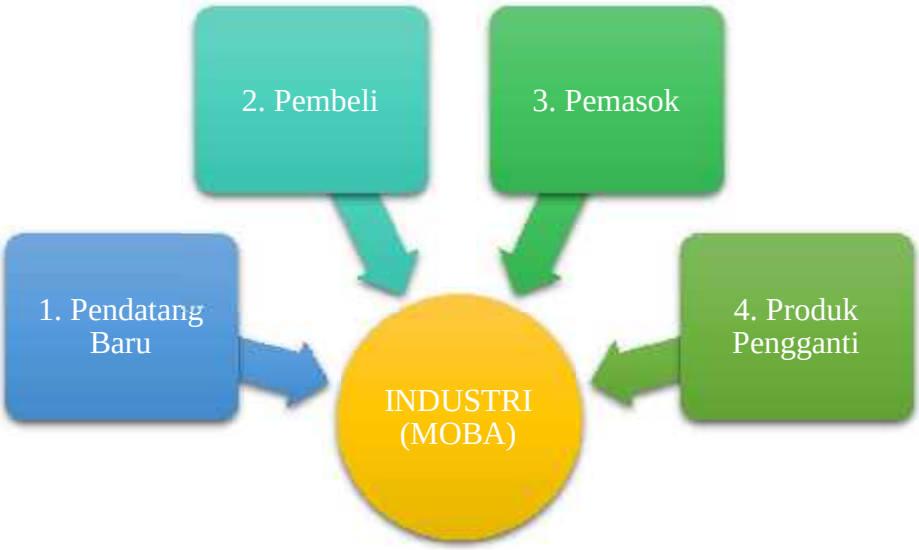
	Mobile Legends (9/9)		Arena of Valor (6/9)		Vainglory 5v5 (5/9)	
Kelamin	Pria	5	Pria	3	Pria	1
	Wanita	4	Wanita	3	Wanita	4
Umur	U < 25	5	U < 25	3	U < 25	3
	U > 25	4	U > 25	3	U > 25	2
Waktu Bermain	W < 1 Jam	2	W < 1 Jam	6	W < 1 Jam	6
	W > 2 Jam	3	W > 2 Jam	0	W > 2 Jam	0
	W > 4 Jam	4	W > 4 Jam	0	W > 4 Jam	0
Pengeluaran	Rp > 75.000,-	2	Rp > 75.000,-	0	Rp > 75.000,-	1
	Rp > 150.000,-	1	Rp > 150.000,-	0	Rp > 150.000,-	0
	Rp > 500.000,-	2	Rp > 500.000,-	1	Rp > 500.000,-	0
	Rp > 750.000,-	2	Rp > 750.000,-	0	Rp > 750.000,-	0
	Rp > 1.500.000,-	2	Rp > 1.500.000,-	0	Rp > 1.500.000,-	0

Sumber : Hasil Olahan Peneliti 2018

Deskriptif Komparatif bisa dilaksanakan dengan membandingkan hasil yang telah didapat dari wawancara informan, dimana peneliti mencari dari 3 sample game mobile yang diteliti, yang paling unggul diantara ketiganya setelah membandingkan jumlah unduhan, pembelian

4.6.1. Analisis Model Persaingan Bisnis pada Industri Game Mobile Kategori MOBA

Pada Bab 2 (Gambar 2.2), Model Kekuatan Bersaing dalam Industri, Porter 1998, menunjukkan bahwa persaingan pada industri itu terbagi menjadi 4 (empat) faktor penentu yaitu; pendatang baru (1), pembeli (2), pemasok (3), dan produk pengganti (4) yang mempengaruhi tingkat persaingan bisnis game pada industri game kategori MOBA (5).



Gambar 4.7 Model Kekuatan Bersaing Porter (1989)

Keunggulan bersaing adalah suatu posisi dimana sebuah perusahaan menguasai sebuah ajang persaingan bisnis (Porter, 1998). Keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Sustainable Competitive Advantage/ SCA) adalah keunggulan yang tidak mudah ditiru, membuat suatu perusahaan dapat merebut dan mempertahankan posisinya sebagai pimpinan pasar. Karena sifatnya yang tidak mudah ditiru, keunggulan bersaing yang berkelanjutan merupakan satu strategi bersaing yang dapat mendukung kesuksesan suatu perusahaan untuk jangka waktu yang lama. CSR dapat menjadi salah jalan untuk mencapai dan menjaga keunggulan bersaing yang berkelanjutan (SCA) sebuah perusahaan (Fahy, 2002). Kay menyatakan bahwa keunggulan bersaing organisasi dapat dicapai melalui relational architecture, reputation, innovation, dan strategic assets (Matthews, 2005). Adapun contoh dari faktor-faktor dalam model kekuatan bersaing seperti:

1. Pendatang Baru

Pendatang-pendatang baru dalam penelitian ini adalah game-game kategori MOBA yang baru dimainkan oleh anggota-anggota komunitas LINE SQUARE setelah mereka mengunduh dan memainkan game mobile dari Shanghai Moonton Technology. Contoh-contoh dari game tersebut seperti yang dijabarkan di Tabel 4.5 yang dirangkum di Tabel dibawah ini:

Menurut Porter (2008;6), Pendatang baru dalam industri bisaanya dapat mengancam pesaing yang ada. Hal ini disebabkan karena pedatang baru seringkali membawa kapasitas baru, keinginan untuk merebut pangsa pasar, serta seringkali juga memiliki sumber daya yang sangat besar.

Peneliti mengambil perusahaan yang pernah naik pada Top 5 jumlah unduhan dan aplikasi yang paling banyak dimainkan, sesuai dengan hasil yang didapatkan dari AppStore dan Google Play Analytics pada sepanjang tahun 2016 dan tahun 2017. Shanghai Moonton Technology sendiri sudah mengeluarkan banyak kebijakan dan promosi mulai dari diskon paket dan harga pembelian penawaran yang ia tawarkan pada aplikasi game mobile yang dirilis sehingga mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang baru yang membuat perubahan minim pada game mobilenya. Contohnya Patch Note 1.3.02 [Advance Server] game mobile Moonton: Meningkatkan efek visual untuk skill beberapa Hero (1), Hero baru - Claude 599 Diamond 32,000 BP, Luncurkan berlian 30% minggu OFF. Tersedia mulai 7 Agustus (Waktu Server) dan lebih banyak lagi penawaran-penawaran unik dari Moonton.

2. Pembeli (Konsumen dan Prilaku Konsumen)

Subjek penelitian (informan dan konsumen) untuk penelitian ini adalah anggota-anggota dari LINE SQUARE Gamer's Indonesia yang diambil 9 orang perwakilan yang telah memenuhi kriteria untuk dilakukan wawancara.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan melalui pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian dan penentuan produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka (Anoraga, 2004:223). Informan (konsumen) memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang memengaruhi perilaku tersebut.

Adapun faktor-faktor perilaku konsumen menurut Kotler (2008:25) terdiri dari: (1) Faktor Kebudayaan. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari: budaya, subbudaya, kelas sosial, (2) Faktor Sosial. Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial. (3) Faktor Pribadi. Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. (4) Faktor Psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

3. Produk Pengganti (Game Mobile dari kategori lainnya)

Porter (2008) mengatakan bahwa adanya ancaman produk pengganti, dimana ancaman yang harus di antisipasi oleh setiap perusahaan. Adanya produk pengganti, sering dapat mengurangi keinginan konsumen untuk membeli produk kita dan berusaha membeli produk pengganti tersebut, apalagi produk pengganti tersebut di sediakan dengan manfaat yang lebih minimal sama atau lebih baik, harga lebih terjangkau, produk ada dan tersedia serta pelayanan yang lebih baik. Sebagai contoh : Harga paket yang ditawarkan oleh game mobile dari kategori yang lain (*Dofus* 2.0, game kategori *Strategy*) yang menawarkan paket promosi jauh lebih murah dan lebih memberikan manfaat kepada pemain dibandingkan penawaran yang ditawarkan oleh Moonton.

Tingkat persaingan dari game mobile perusahaan Super Evil Megacorps (Vainglory 5v5) dan MOBA Games Private Limited (Arena of Valor) jauh berada dibawah dan tidak memberikan penawaran yang menarik dibandingkan game mobile perusahaan Shanghai Moonton Technology, bisa dilihat dari jumlah pembelian dalam game yang ditawarkan oleh masing-masing perusahaan.

Pada hasil wawancara, penelitian ini menginvestigasi niat pembelian untuk barang virtual dalam tiga game MOBA. Kami secara khusus fokus pada penelitian dua penjelasan utama dalam diskusi umum di sekitar mengapa begitu sedikit orang membeli begitu sedikit barang virtual dalam permainan MOBA: (1) faktor yang terkait dengan kenikmatan permainan dan terus bermain serta (2) faktor terkait dengan sikap

terhadap pembelian barang virtual dan kepercayaan tentang pendapat orang lain. Hasil mendukung kedua hipotesis utama (1) kenikmatan permainan mengurangi keinginan untuk membeli barang virtual dan (2) sikap terhadap barang virtual dan keyakinan tentang sikap teman sebaya sangat meningkatkan kesediaan untuk membeli barang virtual. Selain itu, niat bermain lanjutan secara positif terkait dengan niat pembelian untuk barang virtual. Kira-kira hasil serupa diulang di dua game MOBA yang berbeda ketika menjelajahi perbedaan lintas interaksi sosial.

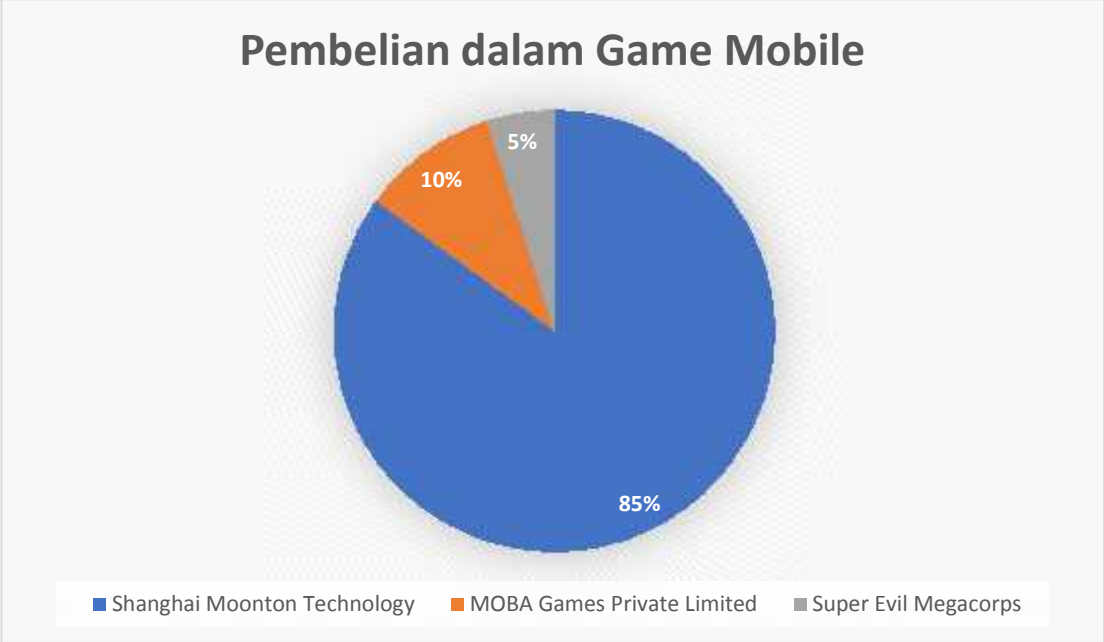
Temuan yang berkaitan dengan hubungan antara kegembiraan permainan dan niat membeli (seperti yang juga dibahas di awal tes) memberikan lebih banyak diskusi. Dalam penelitian sebelumnya di area yang sama, kenikmatan sebagian besar telah diukur sebagai prediktor untuk sikap terhadap platform atau penggunaan platform secara terus-menerus daripada sebagai prediktor langsung untuk pembelian barang virtual yang baik.

4.6.2. Strategi bersaing Shanghai Moonton Technology dalam Menghadapi Persaingan Industri dan Pendatang Baru Game Mobile Kategori MOBA

Pada hasil analisis Tabel 4.7, peneliti menjelaskan bahwa adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian paket dalam game mobile, baik ianya dari lingkungan, sosial ekonomi dan lain sebagainya. Grafik diatas mengambil hasil diatas dari hasil analisis yang telah didapat dari wawancara pada Tabel 4.9 yang mempunyai jumlah yang bisa dilakukan perbandingan total dari satu perusahaan MOBA ke perusahaan MOBA yang lainnya yang diambil sebagai sample.

Grafik 4.1

Grafik Pembelian Konsumen dalam Game Mobile



Tidak hanya dari total pembelian dalam game mobile, tapi juga peneliti melakukan uji komparasi pada jumlah unduhan aplikasi. Data yang diambil oleh peneliti langsung diambil dari Google Playstore dan AppStore Apple pada real time dan dari 3 tahun yang lalu karna Shanghai Moonton Technology baru dirilis pada tahun 2016.

Dalam Gambar 4.2 bisa terlihat dengan jelas jumlah unduhan dari game mobile perusahaan yang diteliti, dimana game mobile Moonton Tech, memimpin dengan 110 unduhan per bulan, manakala, MOBA Games Private Limited mendapat 83 unduhan per bulan dan Super Evil Megacorps mendapat terendah dengan 69 jumlah unduhan

per bulan. Sumber didapatkan langsung dari Google Playstore dan AppStore Apple Analytics.

Gambar 4.8

Jumlah rata-rata Unduhan Game Mobile MOBA per Bulan



Shanghai Moonton Technology melakukan kebijakan promosi dan pembaharuan setiap bulan, bisa dilihat di halaman Facebook aplikasi game mobile Shanghai Moonton Technology dan melakukan pengecekan encoding untuk aplikasinya disaat mendapatkan laporan bug (rusak) dari pemain, manakala sebaliknya dari perusahaan pesaing dimana mereka melakukan pengecekan dan perbaikan setiap 2 minggu sekali, sumber bisa dilihat pada Facebook aplikasi game mobile MOBA Games Private Limited dan untuk yang ketiga melakukan perbaikan sebulan sekali, yang mana kepuasan konsumen itu seharusnya didahulukan dalam meningkatkan daya saing dan berada dalam tingkat atas untuk jangka yang panjang.

Dari hasil deskriptif komparatif yang telah dilakukan oleh peneliti, maka terlihat dengan jelas aplikasi game mobile Shanghai Moonton Technology berada dalam tingkat pertama dalam komparasi dibandingkan dengan aplikasi game mobile MOBA dari MOBA Games Private Limited dan Super Evil Megacorps. Temuan dan tahap pengambilan kesimpulan ini adalah dari bahan-bahan dan hasil penelitian dan wawancara yang telah diperoleh peneliti dengan tujuan agar mudah dan menjawab apa yang menjadi latar belakang penelitian, sekaligus menjawab rumusan masalah yang telah dibahas oleh peneliti pada Bab 1.

4.6.3. Strategi Shanghai Moonton Technology Dalam Menghadapi Ancaman Dari Produk Atau Jasa Pengganti

Menjalankan bisnis apapun pasti akan dihadapkan pada sebuah persaingan bisnis. Untuk menanggapi tantangan dan menghindari adanya kebangkrutan, maka para pelaku bisnis dan developer membutuhkan strategi yang jitu untuk bisa menerobos ketatnya persaingan. Berikut adalah metode strategi Moonton dalam menghadapi pesaing bisnis game mobile kategori lainnya yang bukan MOBA

a. Perkuat Brand

Strategi pemasaran untuk meraih kesuksesan Moonton yang pertama adalah tentang nama brand. Bukan tentang seberapa besar keuntungan yang dapat diraih, atau seberapa banyak laba yang bisa didapat dalam jangka waktu dekat. Hal terpenting di sini adalah seberapa besar brand dan produk memiliki potensi untuk menghasilkan

pendapatan dalam jangka waktu yang panjang. Dengan memperkuat nama brand, bisnis Anda akan lebih mudah dikenali dan secara tidak langsung akan mudah dipilih oleh konsumen untuk mewakili produk-produk serupa.

b. Mengetahui Pesaing Bisnis

Tidak ada hal lain yang lebih sulit selain mencoba mendalami dan mengetahui lebih dalam mengenai kompetitor yang menjadi pesaing dalam berbisnis. Mengetahui pesaing bisnis, berarti mengetahui apa kelebihan dan kelemahan kompetitor Anda. Dari kelebihan yang dimiliki pesaing bisnis, Anda bisa mencontoh dan mengembangkannya. Sedangkan, kekurangan dari pesaing bisnis akan membuat Anda untuk memiliki kewaspadaan dan tidak jatuh pada kegagalan yang sama.

c. Aktif Berpromosi

Promosi erat kaitannya dengan penguatan brand produk dan peningkatan nilai di mata konsumen. Semakin efektif nilai pemasaran dan promosi yang Anda jalani, maka semakin besar pula peluang keuntungan yang akan Moonton dapatkan. Promosi produk untuk meraih kesuksesan Moonton saat ini tidaklah terlalu sulit. Banyak media promosi yang bisa Anda pilih dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran yang dimiliki bisnis.

d. Kenali Kebiasaan Konsumen

Konsumen adalah raja. Mereka ibarat udara yang membuat bisnis Moonton bisa tetap hidup dan bertahan. Untuk memberikan pelayanan yang terbaik, Anda perlu

mengetahui kebiasaan dari konsumen dalam membeli produk. Dengan mempelajari kebiasaan mereka, maka secara tidak langsung Anda bisa merangkul konsumen menjadi lebih erat, sehingga konsumen bisa menjadi lebih loyal dan nyaman. Kondisi seperti itulah yang berpotensi untuk menghasilkan keuntungan lebih banyak dalam jangka waktu yang lebih lama.

e. Gunakan Internet Marketing

Para konsumen cenderung ingin berbelanja dalam ruang yang lebih privat dan terhindar dari keramaian. Internet membuka pintu yang lebar bagi Moonton untuk berinovasi. Anda dapat menampilkan produk bisnis pada website, blog, facebook, dan situs lainnya, dengan memasang foto-foto yang sekiranya dapat menarik konsumen, Anda juga dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Menghadapi sebuah situasi persaingan bisnis, memang akan selalu membutuhkan sebuah strategi yang harus selalu dikembangkan. Untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat, Anda harus mengelola keuangan bisnis mulai sekarang. Untuk bisnis Moonton yang sedang berkembang, pengelolaan keuangan yang praktis dan efisien sangat membantu dalam menjalankan bisnis. Moonton untuk selangkah lebih maju meraih sukses dalam game mobile Mobile Legends’nya tersebut.