BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan perkembangan zaman pada era teknologi sekarang ini, dunia dilanda perkembangan dan kemajuan pesat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Bidang ini paling banyak menarik perhatian, karena yang ditunjukan sangat nyata pengaruhnya pada kehidupan manusia yang terus berkembang sejalan dengan tantangan jaman.

Di Indonesia *game online* mulai muncul pada tahun 2001, dengan diluncurkannya Nexia Online yang dikeluarkan oleh BolehGame, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi internet, game online juga mengalami perkembangan yang pesat. Terlihat dari munculnya berbagai jenis permainan online seperti Ragnarok Online, Gunbound, Counter Strike, World of Warcraft, Point Blank, Seal Online, DoTA2, dan Atlantica Online. (Sejarah Dan Perkembangan Game Online, 2012)

Sebagai media, game online sangat berpengaruh terhadap pikiran manusia, yang diserap melalui dua panca indera yakni melihat dan mendengar. 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.

Game online sekarang mulai berkembang dan memasuki *platform* yang dapat diakses oleh banyak pemain, di mana mesin-mesin yang digunakan pemain dihubungkan oleh suatu jaringan, umumnya jaringan yang digunakan adalah Internet seperti perangkat *handphone* atau telefon genggam yang sekarang juga berkembang dan menjadi *smartphone*.

Sebuah persaingan bisnis merupakan hal yang wajar di dunia perindustrian. Setiap perusahaan berlomba menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaat produk yang dipasarkannya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, manajemen perusahaan harus cerdik dalam menciptakan ikatan tertentu antara produk yang ditawarkannya dengan konsumen.

Teknologi informasi berperan penting di dalam keberhasilan persaingan perusahaan dengan strategi yang mereka gunakan untuk bersaing. Strategi persaingan bisnis berbasis teknologi informasi harus memiliki keselarasan dengan bisnis yang dijalankan oleh suatu perusahaan. Dalam menjalankan penyelarasan tersebut, perusahaan harus melakukan petimbangan arah strategi bisnis yang jelas seperti perlu adanya komunikasi, komitmen dan integrasi masing-masing dari perusahaan tersebut. Penyelarasan strategi bisnis ini digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, meningkatkan hubungan dengan *supplier*/pemasok, menciptakan hambatan untuk pendatang baru, dan untuk menciptakan produk dan solusi bisnis. (Ulfiatus Zuhro, 2016)

Ada banyak contoh cara perusahaan telah menggunakan teknologi informasi secara kreatif untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Salah satu dari perusahaan

tersebut adalah perusahaan Shanghai Moonton Technologi atau biasa disebut Moonton yang menciptakan suatu aplikasi *game* untuk *mobile* kategori MOBA, yaitu "Mobile Legends: Bang Bang" untuk bersaing dalam lingkungan teknologi informasi pada platform *smartphone*. Perusahaan bersaing dengan produk atau pelayanan pesaing, dimana akan memberikan nilai yang lebih kepada pelanggan yang berarti persaingan telah dilakukan. (Ulfiatus Zuhro, 2016).

Perangkat mobile berupa smartphone maupun tablet tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Pengguna perangkat mobile memiliki pandangan bahwa perangkatnya adalah alat yang penting untuk komunikasi, organisasi, navigasi, dan hiburan. Perangkat mobile memungkinkan penggunanya untuk selalu terhubung pada suatu platform yang sesuai dengan keadaan pengguna sehingga dapat menjadi saluran yang efektif untuk menanamkan suatu nilai. Perkembangan *mobile phone* ini ditunjukkan dengan banyaknya pengguna *mobile phone* di dunia yang sudah mencapai lebih dari 50% populasi di dunia (Simon Kemp, 2016). Melihat dari data perkembangan *mobile phone* yang tinggi di masyarakat dunia ini, menjadi alasan untuk Shanghai Moonton Technology atau biasa dikenal dengan Moonton merancang, membuat, dan mengembangkan aplikasi *game mobile* pada platform *mobile phone* karna pada umumnya, *mobile phone* lebih sering digunakan untuk aktivitas sehari-hari karena *mobile phone* lebih mudah untuk dibawa dan digunakan dimana saja.

Game merupakan jenis hiburan yang disukai oleh semua orang dari usia anak-anak, dewasa maupun tua. Selain digunakan untuk menghilangkan kepenatan dalam beraktivitas, sebuah game juga dapat berfungsi untuk melatih pola pikir seseorang untuk mencari solusi memecahkan suatu permasalahan yang ada di sebuah game (Singh, Sharma, & Talwar, 2012). Dahulu game dimainkan secara tradisional seperti permainan kartu, catur, ular tangga, petak umpet, dan lainnya. Seiring dengan berkembangnya teknologi, permainan tersebut dikembangkan ke dalam teknologi yang lebih modern. Sekarang banyak game baru yang memanfaatkan teknologi modern dalam pembuatannya dan penggunaannya.

Banyaknya jumlah dari jenis game yang muncul, menyebabkan adanya pengelompokan genre (kategori) dari game. *Genre* game juga bertambah mengikuti perkembangan zaman, ada genre action games, strategy games, role playing games, sport games, vehicle simulations, construction and management simulations, adventure games, serta artificial life, board and puzzle. (Adams, 2010: 390).

Pada era 2000-an, teknologi mulai berkembang dengan sangat pesat. Industri permainan digital atau yang lebih dikenal dengan sebutan industri game terus mengikuti perkembangan teknologi ini. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya device untuk bermain game yang terus bermunculan dan terus berkembang, seperti *mobile phone*, PC (komputer), *console* (Playstation, XBOX, dan Nintendo Wii), dan lain-lain.

LINE SQUARE *Gamer's Indonesia* (LSGI) adalah salah satu komunitas besar dengan total jumlah 34,956 anggota aktif yang mana tercatat sebanyak 3220 dari anggota aktifnya yang telah memberikan jawaban bahwa mereka telah mengunduh, memainkan dan melakukan transaksi *online* pada *game mobile*, khususnya pada game kategori MOBA. LSGI memulai perekrutan anggotanya diawal Juli 2017, tepat setahun dan sebelas hari setelah Shanghai Moonton Technology merilis *mobile game* pertamanya untuk *platform* Android dan iOS. Para informan melakukan transaksi sebanyak 1-6 kali dalam sebulan. Pengeluaran informan bervariasi dari yang terendah adalah sebesar Rp 15.000,- untuk membeli 50 Diamond (salah satu mata uang premium virtual di *mobile game* tersebut) dengan promosi pembelian pertama mendapatkan 1 Hero (Freya) dan pembelian paling tinggi adalah Rp 1.499.000,- untuk membeli 5000 Diamond dengan bonus 1000 Diamond dengan setiap pembeliannya.

Fungsi Diamond ini bisa digunakan untuk membeli kostum (*skin*) Hero kesukaan pemain yang bermula dari kisaran harga 299 Diamond hingga 899 Diamond, membeli Avatar Nickname Change Card dan lain sebagainya atau bisa juga dikirimkan kepada teman bermain kita sebagai hadiah.

Salah satu strategi bersaing Mobile Legends: Bang Bang adalah dengan mengeluarkan Hero baru yang unik dan semakin *versatile* yang semakin mudah dimainkan dan multi-fungsi di dalam pertarungan antara sesame pemain maupun dengan *creep* (karakter yang tidak bisa dimainkan oleh pemain).



Gambar 1.1

Monthly Hero Promo Bundle, Topup Diamond Mobile Legends and Starlight Bundle

Strategi pemasaran untuk terus bersaing Mobile Legends tidak hanya berhenti disana, tetapi juga Mobile Legends menyediakan fitur *Starlight Member* dan *Starlight Seasonal Member* dimana pemain diberikan akses untuk bermain 6 Hero baru yang belum dimiliki oleh pemain, mendapatkan *Skin* eksklusif yang hanya bisa didapatkan dengan membeli *Starlight Member*, mendapatkan tambahan 5% Bonus Experience Points (EXP Points), Border Eksklusif Avatar Starlight dan hadiah tiap minggu yang hanya bisa didapatkan oleh *Starlight Member*.



Gambar 1.2

Spanduk promosi *skin* eksklusif bulan Mei 2018 untuk pembelian Starlight Member

Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada komunitas LINE SQUARE *Gamer's Indonesia* yang mana anggotanya telah melakukan *micro-transactions* untuk paket-paket promosi *Skin* atau pembelian Diamond dalam game (*in-game Diamond purchases*). Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melakukan survey awal yaitu dengan metode wawancara dengan salah satu Vice-admin LSGI (Wakil Ketua) yang juga salah satu pelaku micro-transaction.

Wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti tidak hanya menanyakan mengenai *game mobile* Shanghai Moonton Technology melainkan juga peneliti memberikan kesempatan kepada informan untuk memberikan daftar *game mobile*

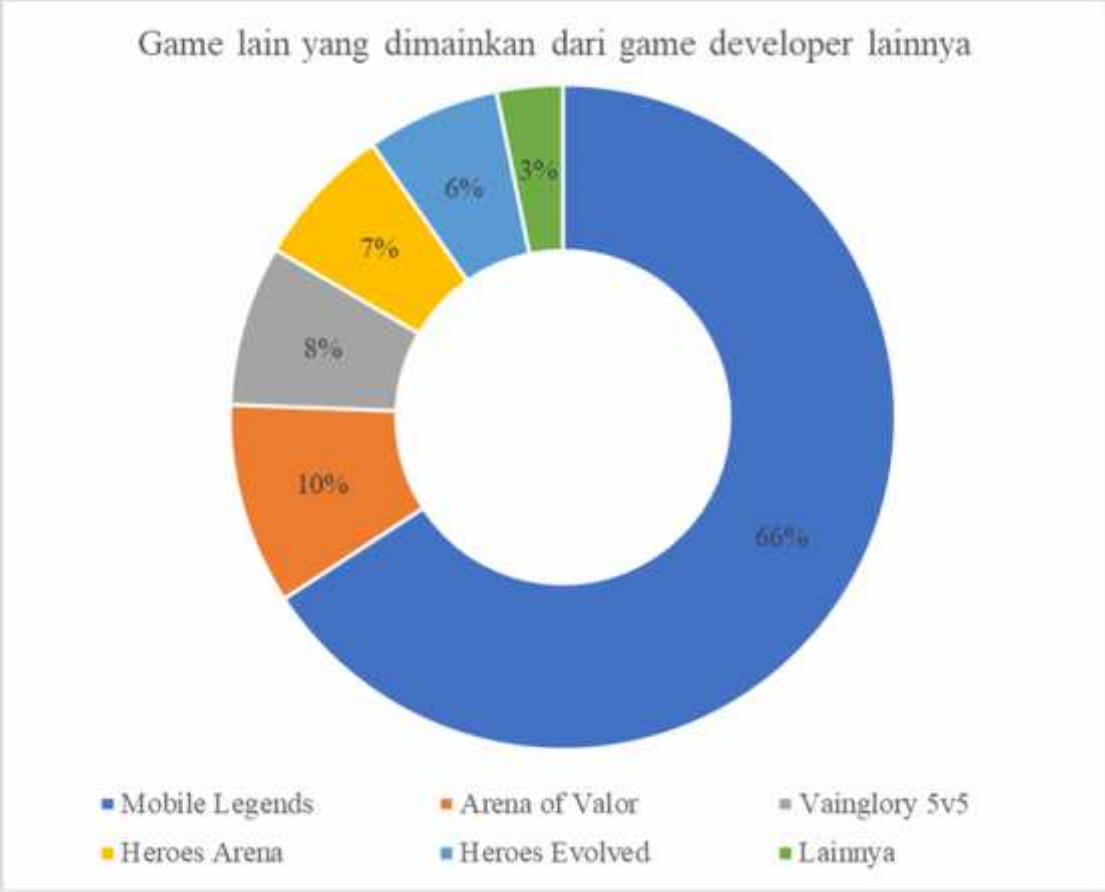
dari *game developer* lain kepada peneliti jika informan memainkan lebih dari 1 (satu) *game mobile* ber*genre* MOBA.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti berhasil mengumpulkan data untuk dianalisis tingkat persaingan bisnis *game mobile* Shanghai Moonton Technology dengan *game mobile* ber*genre* MOBA. Transaksi-mikro disikapi secara berbeda oleh beberapa pemain. Adapun *game mobile* lainnya yang dimainkan seperti *Heroes Evolved* dari Reality Squared Game, *Heroes Arena* dari uCool, *Vainglory 5v5* dari Super Evil Megacorp dan *Arena of Valor* dari MOBA Games Private Limited.

Golongan pemain yang berpikir cukup lama sebelum membeli barang-barang virtual dalam game dengan uang mereka, namun di sisi lain, ada juga pemain yang dengan mudah mengeluarkan uang mereka untuk membeli barang-barang virtual tersebut karena mereka merasa masih didukung secara finansial oleh orang tua mereka. Namun transaksi tertentu yang memakan jumlah cukup besar membuat barang lebih penting harus diundur pembeliannya.

Grafik 1.1

Hasil Wawancara Informan untuk jenis-jenis *Game mobile* MOBA yang dimainkan informan



Sumber: Hasil Wawancara kepada informan LINE SQUARE *Gamer's Indonesia*

Pada akhirnya para subjek tetap melakukan micro-transaction karena banyak teman dan rekan kerja yang memainkannya. Hal ini berkaitan dengan teori kebutuhan (Maslow dalam Papalia, Olds dan Feldman, 2009) bahwa manusia memiliki kebutuhan akan rasa memiliki dan kasih sayang, sehingga cenderung mencari

hubungan yang mendalam dengan orang lain dan merasa senang jika diterima serta dibutuhkan dalam kelompok sosial tersebut.

Dari hasil wawancara kepada informan dari LINE SQUARE *Gamer's Indonesia*, peneliti mendapatkan kesimpulan yang telah diklasifikasikan dan dijelaskan dalam Tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan Kelebihan dari *Game mobile* MOBA

No.	Nama *Game mobile* MOBA Lain	Kelebihan
1	Shanghai Moonton Technology, Mobile Legend: Bang Bang	1. Klasik Peta MOBA, Pertandingan 5v5 2. Menang Dengan Kerja Sama Team & Strategi 3. Pertarungan Adil, Bawa Tim Kamu Kepada Kemenangan 4. Kontrol Sederhana, Mudah Untuk Menjadi Master 5. 10 Detik Matchmaking, 10 Menit Pertandingan 6. Bantuan Offline AI Yang Cerdas disaat Pemain Disconnected
2	MOBA Games Private Limited, Arena of Valor	1. Ultimate MOBA Experience, Mode Baru Football Fever 2. MOBA Grafis HD dengan Ukuran Lebih Kecil 3. Event Setiap Hari dan Hero Baru Setiap minggu 4. No.1 Mobile eSports se-Dunia! No pay to win, pure skill! 5. Server dan Pelayanan Lokal Garena Indonesia
3	Super Evil Megacorp, Vainglory 5v5	1. Mode Santai, Berperingkat, dan Laga Cepat 2. 37+ Pahlawan yang Bisa Dimainkan & Kostum 3. Input Sentuh Presisi, Kontrol Joystick Intuitif & E.V.I.L Engine Didesain untuk Mobile 4. Gilda & Tim 5. Mobile E-sports Terkemuka di Dunia 6. Komunitas Seru

Table 1.1 (Lanjutan)

No.	Nama *Game mobile* MOBA Lain	Kelebihan
4	uCool, Heroes Arena	1. Esport Yang Adil Dan Cepat: 2. Moba Klasik Yang Dirancang Untuk Perangkat Seluler: 3. Pahlawan Baru, Aksi Baru: 4. Dukungan Pelanggan 24/7
5	Reality Squared Games, Heroes Evolved	1. Alami kedalaman permainan MOBA klasik - kapan saja, di mana saja! 2. Mode Petualangan akan segera tiba! Terjun kedalam Mode Petualangan terbaru yang memiliki beragam mode permainan berbeda, termasuk mode Pemain Tunggal dan Pertempuran 7 Vs. 7! 3. Heroes Evolved TV - Tonton streamer Heroes Evolved favoritmu dari situs web seperti YouTube, Twitch.tv, Bigo dan lain-lain, langsung dari dalam game! 4. Sistem Klan - Bentuk klan dengan teman-temanmu di bawah satu bendera 5. Dukungan Berbagai Bahasa - Termasuk implementasi asli EN, FR, DE, ES, PT, RU, ID, TH & akan masih banyak lagi! 6. Tidak Pay 2 Win! - Mekanika diseimbangkan secara hati-hati untuk menjamin permainan yang adil untukmu.

Sumber: Aplikasi App Store iPhone
https://itunes.apple.com/id/genre/ios-games-strategy/id7017?mt=8

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap ingin mengetahui akan strategi bisnis Shanghai Moonton Technology dan tingkat persaingannya dalam lingkungan industri *game mobile* kategori MOBA untuk *game mobile* perusahaannya yaitu, "*Mobile Legends: Bang Bang*" dalam bersaing di lingkungan *mobile game* kategori Multiplayer Online Battle Arena (MOBA). Berdasarkan hal tersebut, peneliti

tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **ANALISIS PERSAINGAN BISNIS *GAME SHANGHAI MOONTON TECHNOLOGY* DALAM LINGKUNGAN INDUSTRI *GAME MOBILE* KATEGORI MOBA**

1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang bisa diambil berdasarkan latar belakang penelitian adalah maraknya perkembangan pada industri *game mobile* online pada *platform* (perangkat) Android dan iOS dengan kategori Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) yang menyebabkan Shanghai Moonton Technology atau biasa dikenal dengan Moonton memutuskan untuk memasuki pasar tersebut yang dimana Moonton sebagai pendatang baru pada industri *game mobile* kategori MOBA dengan fitur dan penawarannya bisa meraih pada posisi pertama pada perasingan dengan *game mobile* kategori MOBA lainnya. Maka berangkat dari latar belakang di atas, fokus penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Tingkat persaingan *game mobile* Shanghai Moonton Technology dalam lingkungan *game mobile* kategori MOBA
2. Kemampuan Moonton dalam menghadapi persaingan dalam industri MOBA sebagai pendatang baru *game mobile*
3. Strategi Shanghai Moonton Technology dalam memasarkan dan mempromosikan *game mobile* dari perusahannya

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan apa yang telah diuraikan peneliti pada Latar Belakang penelitian, peneliti telah merumuskan permasalahan yang akan menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini. Permasalahan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bersaing Shanghai Moonton Technology dalam persaingan bisnis *game mobile* kategori MOBA dengan menggunakan Model Analisis Kekuatan Bersaing Porter (1998) pada Komunitas LINE SQUARE Gamer's INDONESIA.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum bagaimana Shanghai Moonton Technology bersaing dalam persaingan bisnis *game mobile* kategori MOBA dengan menggunakan Model Analisis Kekuatan Bersaing Porter (1998) terhadap perusahaan-perusahaan *game mobile* kategori MOBA yang lainnya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing Shanghai Moonton Technology dalam persaingan bisnis *game mobile* kategori MOBA dengan menggunakan Model Analisis Kekuatan Bersaing Porter (1998) pada Komunitas LINE SQUARE Gamer's INDONESIA.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dapat dijadikan landasan bagi peneliti untuk memberikan sumbangan kritik dan saran di dalam melaksanakan persaingan bisnis pada lingkungan kategori MOBA yang dilakukan oleh Shanghai Moonton Technology.

2. Bagi Pihak Terkait

Sebagai sumber informasi yang bermanfaat untuk mengetahui hasil analisis persaingan bisnis dalam lingkungan *game mobile* berkategori MOBA Shanghai Moonton Technology dan sebagai referensi untuk mengembangkan aplikasi *game mobile* dari perusahaan tersebut.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin meneliti industri *game mobile* kategori MOBA.

1.5 Tempat dan Waktu Penelitian

1.5.1 Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi maka peneliti melakukan penelitian pada anggota Komunitas “LINE SQUARE *Gamer’s Indonesia*”.

1.5.2 Waktu Penelitian

Dalam penyusunan data dan Informasi untuk Proposal Usulan Penelitian dan Skripsi di Komunitas LINE SQUARE *Gamer’s Indonesia*, yang dilakukan selama 5 bulan dimulai April 2018 hingga Agustus 2018.

Tabel. 1.2 Waktu Penelitian

	Uraian	Waktu Kegiatan																			
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mengetahui Fenomena																				
2	Melakukan Penelitian																				
3	Wawancara Komunitas																				
4	Bimbingan Proposal UP																				
5	Membuat Proposal UP																				
6	Seminar Kualitatif																				
7	Revisi Proposal UP																				
8	Penelitian ke Lapangan																				
9	Bimbingan Bab 4 & Bab 5																				
10	Sidang Skripsi																				