

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan era digital yang lambat laun semakin pesat mendorong para penggiat ekonomi kreatif seperti *Developer Game* untuk mengembangkan produk (*game*) sebagai sarana hiburan bagi konsumen (*player*) maupun sumber pendapatan bagi mereka. Selain itu era digital yang didominasi oleh masifnya penggunaan *gadget* seperti *smartphone* dan juga penggunaan jejaring sosial lain dengan layanan internet juga memunculkan ide yang membuat banyak *Developer game* berlomba-lomba membuat *game mobile online* yang dapat dijangkau dan mudah untuk diakses oleh para pengguna *smartphone*. *Game* yang tengah populer untuk dikembangkan sebagai bisnis saat ini adalah *game online* berbasis *Free-to-Play (F2P)* dan *Role-Playing Games (RPG)*.

*Free-to-Play* atau biasa disingkat *F2P* muncul pada awal tahun 2000, sebelumnya hanya diperuntukkan untuk anak-anak namun sekarang berkembang untuk seluruh kalangan, seperti kata "*Free*" dalam namanya *game* jenis ini adalah model bisnis yang dibuat oleh para *developer game* untuk *game mobile online* mereka yang tidak membebankan pemain untuk membayar dalam mengakses *game* tersebut, kemudian *developer* akan mulai membuka konten berbayar yang bermaksud memudahkan para pemain dalam melakukan pengalaman bermain *game* (Clara, 2019). Menurut Samuel Henry (2010) *F2P* adalah *game* yang dapat dimainkan secara gratis dan *RPG* adalah *game* yang mengharuskan para pemainnya untuk bermain peran sebagai karakter utama (*Main Character/MC*) ataupun karakter lain untuk melakukan peningkatan

*leveling, experience, interaksi, pertarungan dan menjelajahi dunia di dalam game. Game yang memiliki kedua unsur ini biasanya tidak terlepas dari fitur Gacha. Gacha/Gashapon adalah permainan capsule box, memiliki mekanisme yang sama dengan mesin penangkap boneka di setiap Game Zone yang ada di mall, kita akan membeli sebuah token (currency) khusus yang kemudian digunakan untuk memutar gashapon dan mendapatkan hadiah secara acak dan tidak mengetahui isi hadiah yang didapatkan sehingga permainan ini dikatakan membutuhkan keberuntungan (Sofyandi, 2019).*



**Gambar 1.1 Mesin Gashapon**

Sumber: [www.cnnindonesia.com/sejarah-gashapon](http://www.cnnindonesia.com/sejarah-gashapon)

Gashapon atau permainan mesin kapsul ini berasal dari Jepang dan dipopulerkan oleh Ryuzo Shigeta pada tahun 1960 saat ia menerima mesin penjual otomatis buatan Amerika Serikat dan mengisinya dengan kapsul yang berisi suatu barang. Kemudian mesin tersebut populer sehingga pada tahun 1977 perusahaan *video game* yang terkenal di Jepang, Bandai, turut serta memproduksi mesin permainan kapsul tersebut hingga sekarang. Hadiah berbentuk kapsul ini biasa dibeli oleh

para wisatawan sebagai buah tangan. ([www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com))

Menurut Dwinandha (2018) *Game gacha* dalam *game online* menggunakan sistem *RNG (Random Number Generator)* dengan sistem rasio tertentu dan *Developer Game* memanfaatkan sistem ini sebagai strategi pemasaran dan sumber pendapatan mereka.

Menurut Sofyandi (2019) sistem *gacha* bertujuan mendapatkan *virtual item* (benda- benda yang tidak memiliki wujud nyata) yang hanya digunakan di dalam *game* dan *virtual item* ini yang nantinya akan digunakan dalam membantu dan memudahkan para pemain dalam menyelesaikan misi dalam permainan *game* mereka. Memiliki persamaan dengan mesin *capsule box*, di *gacha* terdapat menu yang menyertakan daftar karakter atau aksesoris senjata yang bisa pemain dapatkan.

Namun dalam *game online* pemain bisa melakukan 10 kali atau lebih penarikan *gacha*, berbeda dengan *gacha* aslinya yang hanya bisa melakukan 1 kali penarikan. Para pemain umumnya diberikan kesempatan untuk melakukan penarikan secara gratis. Untuk penarikan selanjutnya dapat dilakukan dengan membeli pilihan berbayar secara *virtual* dengan uang asli atau *real money*. Metode pembayaran dengan *real money* dapat melalui jasa layanan *top-up-money*, layanan kartu debit atau kredit. Otomatis poin *Virtual Currency* (mata uang) dalam *game* akan bertambah dan berkurang saat digunakan pemain. Menurut Karneva (2015), pembelian secara *virtual* ini disebut sebagai *microtransactions*.

Kegiatan *microtransaction* atau biasa dijuluki sistem “*Pay to Win*” oleh para pemain *game* ini merupakan model bisnis pembelian barang yang bersifat *virtual* dengan melalui pembayaran berskala mikro dan bersifat umum dalam skala aplikasi ponsel dan komputer. Biasanya sistem *microtransaction* ini digunakan oleh para *developer* sebagai bisnis

dengan menjual barang ataupun kurs *virtual* yang bersifat terbatas sekaligus yang memberikan keuntungan dalam memainkan *game*.

Dari pernyataan diatas kita dapat mengetahui bahwa *game online* memiliki beberapa dampak negatif seperti terjadinya pengurangan pengendalian diri dari para pemain *game* serta kebiasaan dalam melakukan pembelian berulang kali terhadap barang yang percuma atau sia-sia. Dianggap percuma karena bukan termasuk dan tidak bisa untuk memenuhi kebutuhan primer atau utama dalam kehidupan sehari-hari. Pembelian dalam *game online* ini termasuk pembelian yang tidak didasarkan pada kebutuhan utama dan menurut Philip Graves (2010), Pembelian irrasional ialah pembelian yang dimotivasi untuk memuaskan kebutuhan psikologis, yang berarti kegiatan *microtransactions* ini adalah termasuk pembelian yang bersifat tidak rasional/irrasional.

Namun, para pemain masih tetap melakukan pembelian tersebut dengan dalih karena sudah mampu dengan usahanya sendiri dan tidak membebani atau menyusahkan orang lain untuk melakukan pembelian yang dimaksudkan untuk memenuhi hasrat/kebutuhan psikologis ataupun dasar dari keinginan mereka masing-masing.

Salah satu *game mobile online F2P* dengan *genre RPG* dan sistem *gacha* yang sedang digemari saat ini adalah Fate/Grand Order.



**Gambar 1.2 Logo Game Fate/Grand Order**

Sumber: fate-go.us

*Mobile game* yang dapat dimainkan untuk *Android* dan *iOS* yang dilisensikan oleh *Type Moon*, dikembangkan oleh *DelightWorks*, dan diterbitkan oleh *Aniplex* ini pertama kali dirilis pada tanggal 29 Juli 2015 di Jepang dan bertambah populer semenjak dirilis secara *global* (berbahasa Inggris) pada tanggal 25 Juni 2017 di Amerika Serikat dan Kanada.

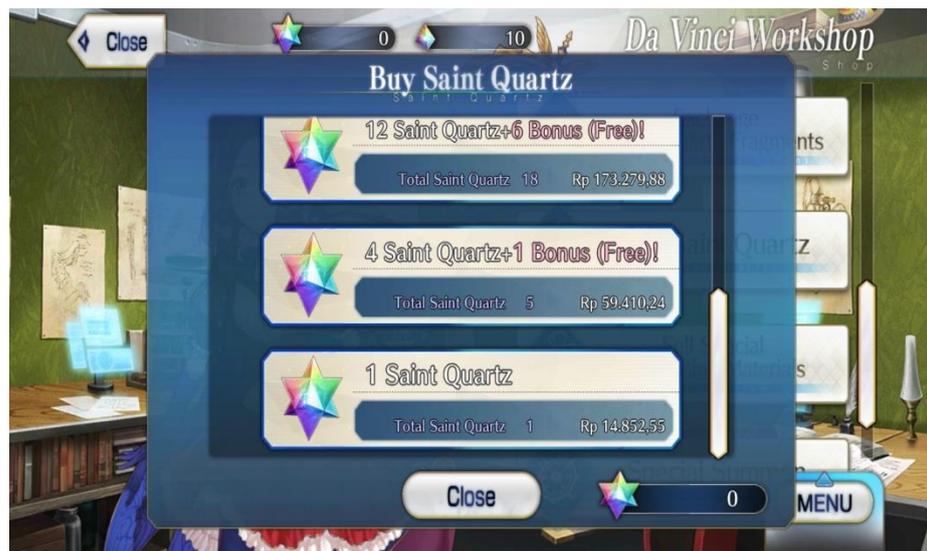


**Gambar 1.3 Icon Game Fate/Grand Order**

Sumber: fategrandorder.fandom.com

Pada awalnya *game Fate/Grand Order* adalah proyek dari salah satu *franchise* yang dimiliki oleh *Type Moon* dengan judul *Fate/Stay Night*. *Game* ini berbasis *tactical-rpg* dengan beberapa elemen visual novel. Para pemain akan berperan (*role-playing*) sebagai “*Master*” yang akan memerintahkan dan memperkuat sekelompok individual yang disebut “*Servant*”. Para *Servant* adalah karakter-karakter yang diilustrasikan oleh para ilustrator terkenal berdasarkan tokoh-tokoh sejarah, fiksi, sastra, maupun mitologi dari berbagai budaya yang ada di dunia seperti Arthur Pendragon dari legenda Britania “*King Arthur*”, Arjuna dari kisah “Mahabharata”, hingga Medusa dari mitologi Yunani kuno, dan mereka dipanggil kembali untuk menyelamatkan dunia. *Servant* hanya bisa

didapatkan melalui sistem *gacha*. Dan para Master (pemain). harus mengumpulkan *Saint Quartz* (*Virtual Currency* di *game Fate/Grand Order*) terlebih dahulu dengan cara menyelesaikan beberapa misi ataupun membelinya menggunakan *real money* pada fitur “*Shop*” di dalam *game* untuk melakukan *gacha* dan mendapatkan *Servant* yang diinginkan. ([https://en.wikipedia.org/wiki/Fate/Grand\\_Order](https://en.wikipedia.org/wiki/Fate/Grand_Order))



**Gambar 1.4** Tampilan fitur pembelian *Virtual Currency* dalam *Game Fate/Grand Order*

Sumber: Hasil *Screenshot Game Mobile Fate/Grand Order*

Fitur pembelian *Saint Quartz* (*Virtual Currency*) ini disediakan oleh para *Developer Game* untuk para pemain *game Fate/Grand Order* yang ingin melakukan penarikan yang lebih dari yang disediakan secara gratis dalam *game* ini. Pembelian atau *top-up* resmi dapat melalui *Google Play*. Terdapat berbagai macam pilihan harga, untuk pembelian di atas \$1 atau sekitar Rp 15.000 akan mendapatkan bonus berupa penambahan *Virtual Currency*. Biasanya para pemain akan membeli *virtual currency* pada fitur

ini apabila ada suatu event besar dalam game ini seperti *event anniversary*, pencapaian jumlah pemain, dan lain sebagainya.

Pada *event* tertentu biasanya *game Fate/Grand Order* melakukan *update* pada fitur “*Summon*” atau *gacha* menunjukkan beberapa *Servant* dikenakan “*Rate Up*” yang menarik perhatian para pemain untuk melakukan penarikan *gacha* dengan harapan (tidak pasti) mendapatkan karakter yang dinaikan rasio penarikannya tersebut. Ataupun event GSSR (*Guaranteed Super Special Rare*) yang apabila para pemain melakukan penarikan *gacha* dengan membeli *Saint Quartz* (*virtual currency*) dengan *real money* di saat itu juga, maka para pemain akan dipastikan (jaminan) untuk mendapatkan karakter bintang 5 atau karakter dengan predikat SSR (tertinggi di *game* ini).



**Gambar 1.5** Tampilan Fitur *Gacha* dalam *Game Fate/Grand Order*

Sumber: Hasil *Screenshot Game Mobile Fate/Grand Order*

Hal tersebut adalah salah satu alasan mengapa *game* ini tidak hanya menghibur namun sekaligus dapat dianggap sebagai *collective game*

dikarenakan *game* ini bersifat seperti mengoleksi berbagai karakter/*servants* yang memiliki status terbatas (*limited*) maupun tidak terbatas (*non-limited*) yang dimana karakter-karakter ini akan di-*update* dan dirilis oleh pihak *developer* secara terus menerus demi keberlangsungan berjalannya alur cerita dalam *game* dan karakter-karakter *game* tersebut hanya bisa didapatkan oleh para pemain dengan cara tidak menentu (*gacha*).

Sebagian besar para pemain *game Fate/Grand Order* mengaku bermain dan mengeluarkan uang untuk *game* ini sebagai bentuk kelayakan dan kepuasan mereka akan tema dan permainan yang dibawakan *game* ini dan ada juga karena tertarik dan sangat ingin mendapatkan para karakter (*Servant*) walau harus mengeluarkan banyak uang sungguhan seperti salah satunya adalah seorang pemuda bernama Daigo, pemain *Fate/Grand Order* yang berasal dari negeri asal pembuatan *game* ini yaitu Jepang mengaku telah menghabiskan \$70.000 yaitu sekitar Rp 1 miliar untuk *game* tersebut. Ia menjelaskan bahwa dirinya ingin mendapatkan karakter (*Servant*) bintang 5 dan untuk mendapatkannya ia harus mengeluarkan \$2.500 atau sekitar Rp35 juta. Daigo sendiri nampaknya terkesan biasa saja dan berpendapat bahwa orang-orang tidak keberatan menghabiskan \$18 untuk menonton film, maka dirinya sendiripun tidak keberatan untuk menghabiskan \$70.000 untuk *game Fate/Grand Order*.

Dan seorang pengguna *Facebook* sekaligus *Youtuber Gamer* bernama Rexlent yang mengeluarkan \$136.300 atau sekitar Rp 2 miliar untuk melakukan penarikan *gacha* di *game Fate/Grand Order*. Ia mengaku melakukan hal tersebut sebagai bentuk kepuasan dan dukungan atas perkembangan *game* ini.

Selain itu juga tercatat bahwa pada bulan Agustus tahun 2021 pendapatan *game Fate/Grand Order* mengalami peningkatan yang cukup drastis yaitu mencapai Rp1 triliun dan peringkat pertama sebagai *game mobile online* dengan pendapatan tertinggi di bulan yang tersebut, meskipun sebelumnya sempat lesu karena adanya *dead week* (istilah yang diberikan para pemain disaat tidak adanya *event* di dalam *game*).

タイトル(運営元)	2021/07	2021/08	前月比
1. <b>Fate/Grand Order</b> (Aniplex Inc.)	17.82億G	<b>83.99億G</b>	471.4%
2. <b>ウマ娘 プリティーダービー</b> (Cygames, Inc.)	96.21億G	<b>54.73億G</b>	56.9%
3. <b>モンスターストライク</b> (XFLAG, Inc.)	43.74億G	<b>42.17億G</b>	96.4%
4. <b>プロ野球スピリッツA</b> (KONAMI)	43.12億G	<b>41.54億G</b>	96.3%
5. <b>ピッコマ - 人気マンガが待てば読める漫画アプリ</b> (Kakao Japan Corp.)	62.13億G	<b>38.16億G</b>	61.4%
6. <b>Pokémon GO</b> (Niantic, Inc.)	37.57億G	<b>26.99億G</b>	71.8%
7. <b>パズル&amp;ドラゴンズ</b> (GungHo Online Ent...)	36.10億G	<b>23.33億G</b>	64.6%
8. <b>LINEマンガ</b> (LINE Corporation)	22.80億G	<b>18.83億G</b>	82.6%
9. <b>原神</b> (miHoYo Limited)	13.98億G	<b>13.72億G</b>	98.2%
10. <b>荒野行動</b> (NetEase Games)	46.04億G	<b>13.24億G</b>	28.8%

**Gambar 1.6 Fate/Grand Order peringkat pertama pada bulan Agustus 2021**

Sumber: Hasil *Screenshot* bulan Agustus 2021 (game-i.daa.jp)

Terlihat pada gambar 1.5 di atas bahwa pendapatan *game Fate/Grand Order* yang semula ¥17,82 miliar pada bulan Juli meningkat secara drastis menjadi ¥83,99 miliar pada bulan Agustus. Kesuksesan itu didapatkan berkat karakter-karakter (*Servant*) bintang 5 baru yang dirilis pada bulan Agustus tersebut yaitu Koyanskaya of The Light dan Oberon.



**Gambar 1.7 Tampilan Visual Koyanskaya of The Light (kiri) dan Oberon (kanan)**

Sumber: [fategrandorder.fandom.com/servants](https://fategrandorder.fandom.com/servants)

Kedua karakter tersebut diakui oleh para pemain memiliki variasi *skill* yang unik, lebih mumpuni dan mempermudah dalam menyelesaikan berbagai *quest* (misi) dibandingkan karakter (*Servant*) yang sudah terlebih dulu ada sebelumnya sehingga membuat para pemain rela dan berminat untuk mengeluarkan uang asli dan membeli *Saint Quartz* (*virtual currency*) demi mendapatkan kedua karakter tersebut. (<https://gamebrott.com>)

Disisi lain, Lehdonvirta (2009) mengungkapkan bahwa melakukan pembelian barang yang bersifat *virtual* (terutama *virtual currency* dalam *game*) merupakan pembelian yang percuma, karena wujud barang yang dibeli tidak nyata. Dan menurut Ho (2014), *game online* baru-baru ini terkenal akan kegiatan ekonomi secara *virtual*, karena para *developer*

membuka tempat untuk menjual produk/jasa pelayanan tambahan mereka di dalam *game*. Di situlah tempat beberapa pemain membeli barang *virtual* maupun kurs/mata uang khusus di dalam *game online* dengan *real money*. Perindustrian ekonomi kreatif berupa bisnis di dalam *game mobile online* yang terdapat unsur-unsur virtual ekonomi di dalamnya dinyatakan sebagai strategi pemasaran yang sukses bagi para pembuat/*developer game*.

Para pemain yang dengan senang hati masih mau melakukan pembelian *virtual currency* dengan *real money* untuk mendapatkan barang yang dianggap sebagai pemenuh keinginan psikologis mereka berupa *virtual item* (karakter dalam *game*) ini merupakan kasus yang unik untuk disimak lebih lanjut karena reaksi dan keputusan para pemain yang begitu terikat pada *game* ini masih terjadi hingga saat ini. Sehingga penulis mengajukan judul **“Strategi Pemasaran Kompetensi Karakter dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Intensi Pembelian *Virtual Currency* Dalam *Game Online Fate/Grand Order*”** untuk penelitian lebih lanjut.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berikut diperoleh rumusan masalah dari penjelasan latar belakang sebelumnya:

1. Apakah variabel Kompetensi Karakter positif dan signifikan mempengaruhi variabel Intensi Pembelian *Virtual Currency Game Online Fate/Grand Order*?
2. Apakah variabel Loyalitas Pelanggan positif dan signifikan mempengaruhi variabel Intensi Pembelian *Virtual Currency Game Online Fate/Grand Order*?

3. Apakah Kompetensi Karakter dan Loyalitas Pelanggan positif, signifikan, dan bersama-sama mempengaruhi Intensi Pembelian *Virtual Currency Game Online Fate/Grand Order*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis positif dan signifikannya variabel Kompetensi Karakter dalam mempengaruhi variabel Intensi Pembelian *Virtual Currency Game Online Fate/Grand Order*.
2. Menganalisis positif dan signifikannya variabel Loyalitas Pelanggan dalam mempengaruhi variabel Intensi Pembelian *Virtual Currency Game Online Fate/Grand Order*.
3. Menganalisis positif, signifikan, dan simultan (bersama-sama) Kompetensi Karakter dan Pengaruh Loyalitas Pelanggan dalam mempengaruhi Intensi Pembelian *Virtual Currency Game Online Fate/Grand Order*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Akademis

Tujuan penelitian untuk mengetahui faktor yang memiliki pengaruh dalam pembentukan niat dalam membeli mata uang *virtual* untuk digunakan di dalam *game* dan menjadikannya bahan pembelajaran dan aplikasi ilmu dalam pendidikan bidang manajemen pemasaran untuk mempelajari lebih lanjut mengenai industri ekonomi *virtual*.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Tujuan dari penelitian ini dapat berkontribusi dengan memberikan informasi sebagai tambahan ilmu pengetahuan terutama untuk jurusan manajemen pemasaran tentang pengetahuan dalam pengembangan terhadap strategi pemasaran dalam industri *game online* dan dijadikan sebagai dasar dalam bahan penelitian selanjutnya atau yang akan datang.

### 3. Aspek Praktis

Tujuan dari penelitian ini sebagai pemahaman mendalam mengenai kasus niat pembelian secara berulang dalam *game* serta peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang ilmu manajemen dalam bidang pemasaran terkait strategi pemasaran *dalam game online*.