

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Ekonomi kreatif Indonesia saat ini merupakan bagian dari ekonomi nasional. Pada tahun 2019, ekonomi kreatif menghasilkan Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 595,57 miliar rupiah, dengan pertumbuhan sebesar 96,23 persen terhadap jumlah keseluruhan ekonomi nasional (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2020). Meninjau hasil tersebut, pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia pada dasarnya memiliki potensi untuk terus dikembangkan.

Bisnis dalam ekonomi kreatif, salah satunya adalah perusahaan rintisan (*startup*) digital. Perusahaan rintisan digital merupakan perusahaan yang memulai bisnis baru dengan memanfaatkan teknologi, perangkat digital, dan daring untuk membuat suatu inovasi serta kreativitas di dalamnya. Perusahaan rintisan digital memanfaatkan berbagai perangkat modern dalam aliran bisnisnya. Oleh karena itu, pemanfaatan tersebut dijadikan basis perusahaan rintisan digital dalam pengembangan produk, salah satunya adalah *mobile games* (Lutfiani, Rahardja, & Manik, 2020).



Gambar 1.1 Rangkuman Pasar Games Indonesia

Sumber: Newzoo, 2019

Pangsa pasar *mobile games* di Indonesia cukup menjanjikan. Dapat kita lihat pada Gambar 1.1 pendapatan pasar *games* Indonesia pada tahun 2018 mencapai 1,1 miliar dolar. Perkembangan industri *mobile games* di Indonesia didukung oleh adanya perkembangan teknologi *4G* yang memungkinkan para pemain untuk melakukan pertandingan secara *online* bersama dengan pemain lain di seluruh dunia.

Perkembangan permainan *multiplayer* ini membuat banyak munculnya pemain-pemain baru di usia muda karena daya tarik dari *mobile games* yang dapat dimainkan di *Personal Computer (PC)* maupun gadget berbasis *android* dan *ios*. Perkembangan permainan tersebut didukung dengan kecanggihan ekosistem *mobile games* saat ini yang memiliki resolusi grafik tinggi, *realtime-online playing*, dan *cross platform*. Pasar *games* tersebut didominasi oleh kalangan pria,

sebesar 74 persen pada *mobile games* dan *Personal Computer (PC)* sebesar 67 persen. Secara umum, 94 persen pemain memakai uangnya untuk membeli barang virtual di dalam *games*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peluang bisnis pengembangan *games*, khususnya *mobile games* di Indonesia masih terbuka lebar.

Peluang tersebut juga didukung dengan pangsa pasar perangkat *mobile* dan *PC* di Indonesia. Berdasarkan data dari Statcounter (2021), hingga tahun 2020 jumlah pangsa pasar perangkat *mobile* telah mencapai 57,15 persen, sedangkan *PC* sebesar 42,85 persen. Data tersebut menunjukkan bahwa, perangkat *mobile* masih populer sebagai alat untuk akses digital maupun memainkan *mobile games* di Indonesia. Pencapaian pada pasar *mobile games* Indonesia, juga hasil peran dari beberapa pengembang *mobile games* di Indonesia. Pengembang *mobile games* Indonesia telah berhasil membuat *mobile games* yang dapat dinikmati oleh pemain dalam dan luar negeri. Beberapa pengembang *mobile games* yang cukup terkenal di Indonesia sebagai berikut.

Tabel 1.1 Data Pengembang Games Indonesia

Pengembang	Perangkat Games
Agate	<i>PC, Console, dan Mobile</i>
TouchTen Games	<i>Mobile</i>
Toge Productions	<i>PC, Console, dan Mobile</i>
Mojiken Studio	<i>PC, Console, dan Mobile</i>
Own Games	<i>Mobile</i>

Sumber: Data Pesaing Pie Logica, 2019

Tabel 1.1 berisi para pengembang *mobile games* populer di Indonesia. Sebagian besar pengembang *games* tersebut melakukan pengembangan *mobile*

games pada *PC*, *console*, dan *mobile*. Sedangkan perusahaan TouchTen Games dan Own Games saat ini memiliki fokus terhadap pengembangan *mobile games*. Artinya, pengembangan *mobile games* masih cukup diminati dikalangan para pengembang *games* Indonesia. Melihat potensi tersebut, Pie Logica memanfaatkan peluang yang ada dengan menjadi perusahaan rintisan pengembang *mobile games* di Indonesia, dengan target pasar para pemain *mobile games* Indonesia.

Pie Logica merupakan perusahaan rintisan pengembang *mobile games* yang didirikan tahun 2018 di Surabaya. Pada awal didirikan, Pie Logica dianggotai oleh tiga orang yang terdiri dari satu orang *programmer*, satu orang *visual artist*, dan peneliti sebagai *game designer* sekaligus *Chief Executive Officer* (*CEO*) perusahaan. Namun saat ini, Pie Logica hanya dianggotai satu orang yaitu, *CEO* perusahaan saja.

Sejak awal berdiri dari tahun 2018 sampai 2019, Pie Logica telah mengembangkan beberapa *mobile games*. Pengembangan tersebut menghasilkan empat produk *mobile games*. Namun, tiga produk pengembangan dengan judul “Jump Box”, “K-Boom”, dan “The Game Code” tidak berhasil dirilis. Dari empat produk pengembangan *mobile games*, hanya satu produk yang berhasil dirilis pada gadget berbasis *android*. *Mobile game* tersebut berjudul “The Game Begins Series 01”. Berikut data hasil unduhan *mobile game* Pie Logica tahun 2019.

Tabel 1.2 Data Hasil Unduhan *Mobile Games* Pie Logica 2018-2019

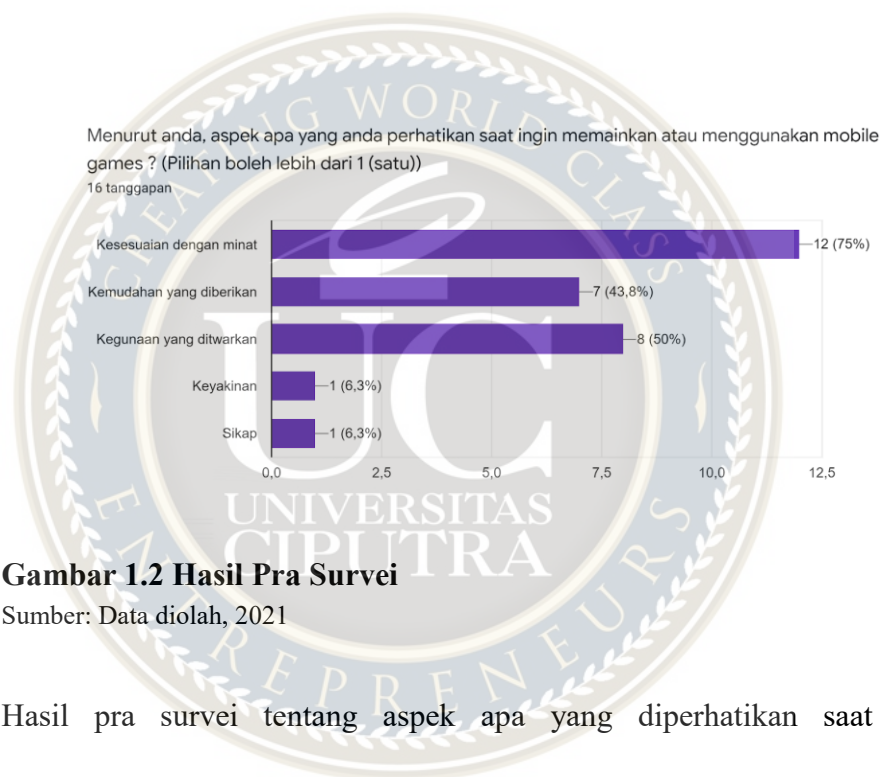
Judul	Tahun	Status	Jumlah Unduhan	Target Unduhan
The Game Begins Series 01	2019	Rilis, Android	10	50

Sumber: Data Internal Pie Logica, 2019

Dilihat dari Tabel 1.2 menunjukkan jumlah unduhan *mobile game* yang dirilis Pie Logica berjudul “The Game Begins Series 01” tidak mampu melampaui target sebesar 50 unduhan. Jumlah unduhan dan rating bintang menurut Erfina, Basryah, Saepulrohman, & Lestari (2020) merupakan metrik ukur untuk memberi predikat sebuah aplikasi atau pengembang pada *platform* Google Play maupun App Store. Dapat dilihat pada tahun 2019, “The Game Begins Series 01” hanya mampu memperoleh 10 unduhan. Hasil tersebut mengidentifikasi bahwa, pengembang Pie Logica tidak cukup bagus dalam mengembangkan *mobile games*. Menurut Effendi dan Ramadhan (2018), sebuah aplikasi dikategorikan tidak bagus karena memiliki nilai rating, jumlah ulasan, dan jumlah unduhan yang sangat rendah. Sebuah aplikasi ideal oleh Effendi dan Ramadhan (2018) apabila memiliki ciri-ciri nilai rating, jumlah ulasan, jumlah unduhan yang tinggi, disertai harga murah dan ukuran *file* yang rendah.

Untuk mencapai target jumlah unduhan, peran pengguna *mobile games* sangat diperlukan. Penggunaan *mobile games* dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Davis (1989), penggunaan teknologi berkaitan dengan penerimaan suatu

teknologi. Penerimaan tersebut dikatakan Davis (1989), memiliki faktor penentu seperti persepsi kegunaan dan kemudahan, sehingga dapat dilihat dasar dari dampak faktor eksternal berupa keyakinan, sikap, dan minat. Alur penerimaan tersebut oleh Davis (1989), dinamakan sebagai *Technology Acceptance Model (TAM)*. Untuk membuktikan faktor apa yang mempengaruhi maka peneliti melakukan pra survei, dan didapat hasil sebagai berikut:



Gambar 1.2 Hasil Pra Survei

Sumber: Data diolah, 2021

Hasil pra survei tentang aspek apa yang diperhatikan saat ingin memainkan atau menggunakan *mobile games*, dilakukan pada 16 responden di beberapa kota Indonesia antara lain Surabaya, Sidoarjo, Bekasi, Bontang, Yogyakarta, Pontianak, Tangerang Selatan, dan Tuban. Rentang umur responden sebagian besar 17 sampai 35 tahun. Terdapat 12 responden memilih minat dengan hasil sebesar 75 persen, disusul oleh kegunaan yang dipilih oleh 8 responden dengan hasil 50 persen, dan kemudahan dipilih oleh 7 responden dengan hasil

43,8 persen. Oleh karena itu, faktor minat, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan yang dikemukakan Davis (1989) dalam teori *TAM* sebagai faktor penentu penerimaan teknologi dapat digunakan.

Menurut Davis, Bagozzi, & Warshaw (1989), *TAM* adalah model penerimaan teknologi yang mampu menjelaskan perilaku pengguna teknologi, termasuk populasi pengguna tersebut. Tujuan utamanya memberikan dasar untuk menelusuri dampak faktor eksternal terhadap keyakinan internal, sikap, dan niat. Hasil dari *TAM* diperoleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan sebagai relevansi utama untuk perilaku penerimaan teknologi. Hal ini menjadi dasar untuk meneliti pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap pengunduhan *mobile games*, khususnya Pie Logica.

Terdapat beberapa pengembang Indonesia yang berhasil mengembangkan *mobile games* dan mampu mencapai jumlah unduhan yang lebih besar dari Pie Logica. Hal itu mempengaruhi dasar dari pengembangan *mobile games* Pie Logica termasuk penggunaan faktor persepsi kegunaan serta persepsi kemudahan.

Menurut Afrizal *et al.* (2020) yang juga mengacu pada teori *TAM* menyatakan bahwa, persepsi kegunaan adalah penggunaan yang dirasakan dari teknologi tersebut berdasarkan produktivitas dan efektivitas system, serta memberikan manfaat bagi pengguna. Sedangkan menurut Zhai & Shi (2020) persepsi kegunaan dapat meningkatkan frekuensi penggunaan *mobile technology*.

Determinan lain dalam *TAM* selain persepsi kegunaan yaitu persepsi kemudahan. Berdasarkan teori *TAM*, Afrizal *et al.* (2020) kembali mengungkapkan bahwa, persepsi kemudahan adalah perasaan pengguna terhadap suatu teknologi yang dirasa mudah untuk digunakan. Artinya, semakin mudah suatu sistem itu digunakan, maka semakin tinggi minat pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut.

Untuk mencapai target jumlah unduhan, diperlukan faktor eksternal berupa minat pengguna. Menurut Djaali (2008, dalam Then 2019) minat merupakan rasa suka dan ketertarikan pada suatu hal atau kegiatan tanpa adanya perintah. Sedangkan menurut Slameto (2010, dalam Ramadani & Lutfillah 2020) minat adalah rasa tertarik atau suka pada suatu hal tanpa ada paksaan. Sebuah *mobile games* tidak lepas dari intensi pemain atau pengguna. Menurut Ispriandina & Sutisna (2019) intensi pengguna adalah keinginan pengguna untuk menggunakan dan memanfaatkan fasilitas atau fitur-fitur sebuah aplikasi. Sedangkan menurut Hutami & Septyarini (2018) intensi pengguna merupakan suatu dorongan pengguna untuk menggunakan suatu sistem.

Hasil dari pra survei yang telah dipaparkan di atas adalah riset awal. Hal tersebut belum menjadikan penelitian ini bersifat ilmiah, untuk itu perlu dilakukan penelitian ilmiah demi mengkaji dan meninjau lebih dalam lagi.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti ingin melakukan penelitian tentang faktor yang mempengaruhi intensi pengguna *mobile games* dengan harapan dapat meningkatkan jumlah unduhan *mobile games* Pie Logica pada pengembangan selanjutnya. Maka dari itu, penelitian yang dilakukan ini mengambil judul “Pengaruh Minat, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan Terhadap Intensi Pengguna *Mobile Games* di Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang yang dituliskan, bisnis pengembangan *mobile games* di Indonesia mempunyai potensi untuk berkembang. Dalam pengembangan tersebut terdapat kurangnya intensi pengguna *mobile games* buatan pengembang Indonesia terhadap minat, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan oleh pemain *mobile games* dalam negeri, sehingga didapat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah minat berpengaruh terhadap intensi pengguna *mobile games* di Indonesia ?
2. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap intensi pengguna *mobile games* di Indonesia ?
3. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap intensi pengguna *mobile games* di Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Melihat identifikasi dari rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh minat terhadap intensi pengguna *mobile games* di Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap intensi pengguna *mobile games* di Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap intensi pengguna *mobile games* di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memunculkan dua jenis manfaat penelitian, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis. Berikut pemaparan manfaat tersebut.

1. Teoretis

Penelitian ini dapat menambah referensi, masukan, dan pengetahuan baru tentang minat, serta persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dari teori *TAM* terhadap intensi pengguna *mobile games*.

2. Praktis

Penelitian ini dapat menambah kebijakan dan rancangan manajemen strategi perusahaan Pie Logica untuk mengetahui intensi

pengguna *mobile games* yang lebih baik dan mampu mengambil keputusan optimal melalui hal tersebut.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berupa penelitian kuantitatif yang berfokus pada variabel minat, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan *mobile games* pada sistem operasi *android* dan *ios* dengan sampel penelitian para pengguna *mobile games* di Indonesia. Pemilihan variabel didasarkan pada hasil pra survei yang telah dilakukan peneliti. Penelitian akan diadakan pada periode Maret – Mei 2021.

