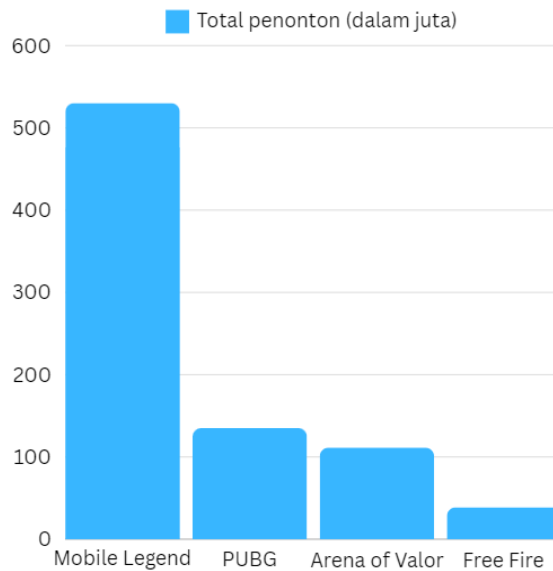


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Moonton Games adalah perusahaan video game global yang didedikasikan untuk pengembangan, publikasi, dan esports game. Salah satu game terlaris Moonton games ini adalah Mobile Legend: Bang Bang (MLBB), Mobile Legend: Bang Bang (MLBB) diterbitkan pada 2016, dan sekarang adalah game multiplayer online battle arena (MOBA) pemenang penghargaan yang tersedia di *App Store* dan *Google Play*. Sekarang memiliki lebih dari 1.465 miliar instalasi dan memiliki basis pengguna aktif setiap bulan yang mencapai lebih dari 110 juta pemain. Selain itu, Mobile Legend berada di antara sepuluh game paling populer yang dimainkan di lebih dari 80 negara. (Moonton.com, 2024)



Tabel 1.1 Permainan Seluler yang Paling Banyak Ditonton di Esports

(Sumber: Moonton.com, 2024)

Mobile Legend: Bang Bang (MLBB) adalah game mobile yang paling banyak ditonton di esports pada Januari 2024, dengan 530,16 juta jam waktu menonton. Ini merupakan kenaikan 200 juta dari tahun 2023. Pada tahun 2023, Mobile Legend: Bang Bang mendapatkan penghargaan *Mobile Game of the year* di penghargaan esports,

serta menjadi finalis untuk kategori *Game of the year* dan *publisher of the year*. Tidak hanya itu, pada tahun 2022, Mobile Legend untuk pertama kalinya menyelenggarakan turnamen internasional untuk wanita, dan langsung menjadikannya salah satu ajang esport wanita dengan penonton terbanyak, dengan total 392 ribu *peak concurrent view*. Dan tidak menyerah, pada Mei 2023, Turnamen internasional untuk wanita di SEA Games ke 32 menjadi ajang esport wanita dengan jumlah penonton terbanyak yaitu dengan total 1,37 juta *peak concurrent view*. (Moonton.com, 2024)

Menurut Pertiwi, Wahyudi (2018), Game Mobile Legend ini tidak berfokus pada pengembangan skill saja, tetapi melalui game Mobile Legend ini penggemar juga dapat menjadikan bidang ini sebagai bahan penghasilan utama seperti menjadi, atlet esport, caster, pembawa acara (*host*), analis pertandingan, *content creator*, manajer tim, ataupun menjadi pelatih tim karena sangat didukung dengan besarnya komunitas Mobile Legend tersebut. Bahkan menurut CNBC Indonesia (2023), salah satu content creator Mobile Legend memiliki estimasi penghasilannya sekitar 1-16 miliar per bulannya tergantung berapa total penonton yang dia dapatkan dari konten-konten yang dia buat.

Menurut Hamari & Keronen (2017) barang virtual adalah benda virtual yang biasa berupa barang di dalam game, pakaian karakter, senjata, dekorasi, uang yang dapat digunakan dalam game, dan karakter tambahan yang hanya dapat digunakan di lingkungan virtual tersebut. Menurut Cha (2011) barang virtual adalah produk atau jasa, dimana pembelian dan penggunaannya terbatas pada cakupan ruang online tertentu. Ho & Wu (2012) juga menjelaskan ada tiga jenis barang virtual yaitu, barang dekoratif, barang fungsional, dan barang sosial.

Menurut Wijaya & Alamanda (2016) beberapa tahun yang lalu, pasar barang virtual ditemukan dan sekarang diperkirakan bernilai milyaran juta US Dolar. Barang virtual ini menjadi salah satu sumber pendapatan baru dan bahkan menjadi pendapatan utama bagi seluruh pemasok permainan online di dunia. Barang virtual ini mempunyai banyak jenis dan tentunya memiliki kegunaan yang berbeda. Dalam Mobile Legend, terdapat beberapa barang virtual seperti *skin hero* yang memberikan efek visualisasi, efek perang seperti *recall* dan *spawn* yang juga memberikan efek visualisasi, *battle*

emote, dll. Berdasarkan data dari CNBC Indonesia (2024), pengeluaran konsumen untuk game mobile di Indonesia menyentuh US \$ 0,41 miliar atau setara Rp. 6,3 Triliun sepanjang 2023. Game Mobile Legend menduduki urutan kedua dengan total pengeluaran konsumen yaitu sebesar US \$36.543.000 atau setara Rp. 568 Miliar.

Hamari (2015) menyatakan bahwa kepuasan pemain terhadap permainan yang mereka mainkan mempengaruhi keinginan mereka untuk membeli barang virtual, namun sebagian besar pemain lama atau pengguna tetap permainan tersebut cenderung akan membeli barang virtual untuk kegunaan yang berbeda-beda. Persepsi pemain terhadap barang virtual dan faktor eksternal seperti teman, sosial media juga dapat meningkatkan keinginan pemain untuk membeli barang virtual. Menurut Ho & Wu (2012) pemain biasa menggunakan karakter di dalam game untuk mengekspresikan diri mereka atau perasaan mereka, yang berarti identifikasi pemain terhadap karakter yang mereka gunakan akan meningkatkan niat mereka untuk membeli barang virtual di dalam game.

Jumlah pengeluaran untuk game di Indonesia sangat besar, tetapi masih sangat sedikit penelitian mengenai hal ini. Peristiwa ini membuat saya ingin meneliti apa yang menjadi motivasi para penggemar game untuk menghabiskan uang sebanyak itu untuk membeli barang di game. Tentunya saya yang merupakan pencinta game ingin mengetahui seberapa berdampak faktor-faktor yang memicu para pemain game untuk menghabiskan uang di dalam game.

Melalui penelitian ini, penulis bertujuan untuk meneliti apa saja faktor yang mempengaruhi pemain Mobile Legend di Indonesia untuk melakukan pembelian di dalam game, bagaimana berpengaruh faktor-faktor tersebut bagi mereka, dan mengetahui karakter pemain Mobile Legend dalam membeli barang virtual di Mobile Legend.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu

- Apakah motivasi ekstrinsik berpengaruh terhadap keputusan membeli pemain Mobile Legend di Indonesia.
- Apakah motivasi intrinsik berpengaruh terhadap keputusan membeli pemain Mobile Legend di Indonesia.
- Apakah motivasi ekstrinsik mempunyai pengaruh yang lebih signifikan dibandingkan motivasi intrinsik terhadap keputusan membeli pemain Mobile Legend di Indonesia.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi bagaimana motivasi ekstrinsik dan instrinsik berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen dan seberapa pengaruh faktor-faktor tersebut.

- Mengidentifikasi pengaruh motivasi ekstrinsik terhadap keputusan membeli pemain Mobile Legend di Indonesia
- Mengidentifikasi pengaruh motivasi intrinsik terhadap keputusan membeli pemain Mobile Legend di Indonesia
- Mengetahui motivasi manakah (intrinsik atau ekstrinsik) yang lebih berpengaruh terhadap keputusan membeli pemain Mobile Legend di Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

- Bagi Peneliti Lainnya
Dari penelitian ini diharapkan agar peneliti berikutnya dapat mendapatkan informasi tambahan mengenai penelitian akan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian di game mobile terutama di Mobile Legend.
- Bagi Pembaca
Dari penelitian ini diharapkan pembaca mengetahui faktor apa yang menjadi pemicu utama para pemain Mobile Legend di Indonesia yang memotivasi mereka melakukan pembelian di Mobile Legend tersebut. Yang memungkinkan membantu para pembaca yang berminat memasuki pasar game

di Indonesia untuk mengetahui besarnya peluang pasar game di Indonesia dan mengetahui karakter pemain yang melakukan pembelian di dalam game.

- Bagi Pemain

Dari penelitian ini diharapkan pemain game Mobile Legend mengetahui apa saja faktor-faktor yang secara sadar ataupun tidak sadar para pemain game Mobile Legend pertimbangkan sebelum mereka melakukan pembelian di game Mobile Legend.

