

ANALISIS PERBANDINGAN BAURAN PEMASARAN PADA GENRE GAME

Andi Kresna Wahyudi

Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Universitas Telkom

andikresnawahyudi@gmail.com

ABSTRAK

This study entitled "Comparative Analysis of Marketing Mix In Game Genre". The aim of this study to find out the best genre with the marketing mix based on comparisons between game genres.

This type of research is descriptive. The data collection technique used was a questionnaire. In analyzing the comparison using the Kruskal-Wallis test and questionnaire data processing using SPSS 17.0 software.

The results showed that in seven of the genre's best genre based on the mean rank is the RPG genre with a mean rank of 1641.58. mean rank second to the shooting genre, rank third in the RTS genre, the fighting genre fourth, fifth rank with the simulation genre, the genre of racing rank sixth, and seventh with the arcade genre. And for the most used platform for gaming is Personal Computer (PC) platform. And the magnitude of the difference between the marketing mix is a game genre for 0000 was significantly below the level of 0.05 which is used.

Keywords: Game, Game Marketing, Comparative Analysis

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi *game* konsol maupun komputer semakin terus berkembang dengan pesatnya. Desain – desain grafis karakter yang halus, pemandangan dalam *game* yang indah, dan cerita yang menarik membuat banyak orang kini menjadikan *game* sebagai hobi dan tempat mereka untuk refreshing dari rutinitas keseharian mereka. Hal ini membuat pemain *game* semakin hari semakin meningkat khususnya di Indonesia.

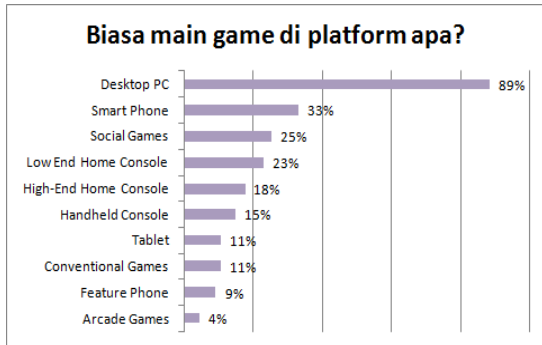
Komang Budi Aryasa mengatakan bahwa setiap tahun diperkirakan jumlah *gamers* Indonesia naik sekitar 33 persen (www.teknologi.news.viva.co.id). Dengan

pertumbuhan sebesar 33 persen ini tentunya membuat peluang besar untuk para developer *game*. Saat ini *game – game* yang beredar di Indonesia mayoritas berasal dari negara luar seperti Amerika, Jepang dan Korea Selatan.

Sebetulnya di Indonesia sendiri developer *game* sangat banyak, ada sekitar 80 developer *game* di Indonesia. Namun developer *game* tersebut berfokus pada tren *game* saat ini yaitu *game* mobile, dimana *game* tersebut di peruntukan untuk smartphone yang kini cukup meluas di kalangan anak muda Indonesia. Sejauh ini belum ada developer *game* Indonesia yang berani untuk

membuat sebuah *game* untuk konsol, komputer, dan *game* online. Sementara platform yang paling banyak digunakan untuk bermain *game* adalah desktop pc.

Gambar 1
Survey Platform Game



(sumber : survey Agate Studio 2012)

Selain dari masalah platform, masalah penentuan genre yang akan dibuat pun menjadi salah satu faktornya karena setiap konsumen menyukai genre yang berbeda – beda dan setiap genre tersebut memiliki karakteristik tersendiri yang bisa menarik bagi para pecinta *game*. Berdasarkan data tabel 1, genre *game* terbagi menjadi tujuh yaitu:

Tabel 1
Genre Game

no	Genre Game
1	Arcade
2	Racing
3	Fighting
4	Shooting
5	Real Time Strategy
6	Role Playing Game
7	Simulation

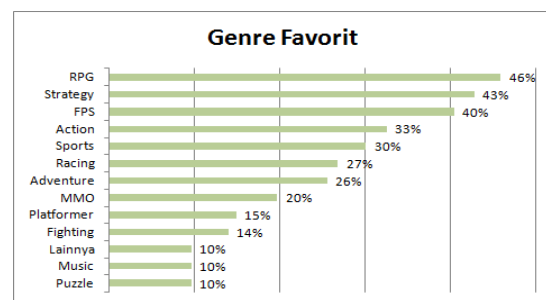
(Sumber: Anggra (2008:2))

Ketujuh genre yang ada terdapat dalam 1.1 memiliki karakteristik yang berbeda – beda antar genre satu dengan yang lainnya. Pada genre jenis *arcade* memiliki ciri khas dengan *game* yang *real time* dan memiliki tingkat kesulitan yang

bertingkat. Genre berjenis *racing* memiliki ciri khas dengan *game* yang berhubungan dengan kecepatan dan otomotif. Genre *fighting* memiliki ciri khas dengan pertarungan antar karakter dan karakternya memiliki jurus atau kemampuan khusus dalam bertarung. Genre *shooting* memiliki ciri khas dengan *game* peperangan dan berhubungan dengan senjata – senjata yang biasa digunakan saat di peperangan sebenarnya. Genre *Real Time Strategy* (RTS) berciri khas berupa permainan perang yang terdiri atas pembangunan kekuatan/negara, pengumpulan sumber daya, serta pembangunan dan pengaturan pasukan-pasukan tempur. Disebut strategi karena jenis permainan ini melibatkan pengaturan perang tingkat strategi misalnya pasukan, peperangan, dan diplomasi. Meskipun militer merupakan aspek dominan dalam RTS, RTS juga melibatkan aspek lain seperti ekonomi, pembangunan, dan diplomasi suatu negara. Genre *game Role Playing Games* (RPG) memiliki ciri khas karakter tokoh *game* yang keren dan alur cerita yang menarik. Dan terakhir genre *simulation* memiliki ciri khas *game* yang *real life* seperti yang terjadi di dunia nyata.

Berdasarkan gambar 2 survey yang dilakukan oleh Agate Studio pada tahun 2012 genre RPG adalah genre yang paling banyak disukai oleh para *gamers* di Indonesia.

Gambar 2
Survey Genre Game



(sumber: survey Agate Studio 2012)

Dengan karakteristik genre *game* yang berbeda – beda tentunya akan akan membuat konsumen

memiliki persepsi yang berbeda – beda antar konsumen yang satu dengan yang lainnya tentang genre mana yang terbaik atau yang paling mereka sukai. Pemilihan genre *game* yang pas dan banyak disukai oleh para konsumen menjadi tombak utama agar *game* yang di rilis bisa sukses dan banyak diminati oleh para *gamers*. Selain itu pemilihan genre yang pas dengan selera mayoritas *gamers* akan membuat pembuatan *game game* lebih efektif dan efisien.

Dalam pembuatan sebuah *game* pertama kali yang harus dilakukan oleh para developer *game* adalah penentuan genre *game*, setelah itu barulah menentukan tools yang digunakan dan menentukan *gameplay game* tersebut. Oleh karena itu penentuan genre menjadi sangatlah penting, akan tetapi yang menjadi masalah bahwa para developer *game* banyak yang tidak tahu genre *game* mana yang harus mereka buat untuk di jadikan sebuah *game*. Berbeda – bedanya selera *gamers* dalam memainkan *game* membuat para developer *game* harus menerka dan mencoba keberuntungan mereka dalam merilis sebuah *game* ke publik.

Berdasarkan dari penjelasan diatas, maka rumusan masalah yang akan di ambil adalah: (1) Bagaimana bauran pemasaran antar genre game ? (2) Berapakah besarnya perbedaan bauran pemasaran antar genre game ?

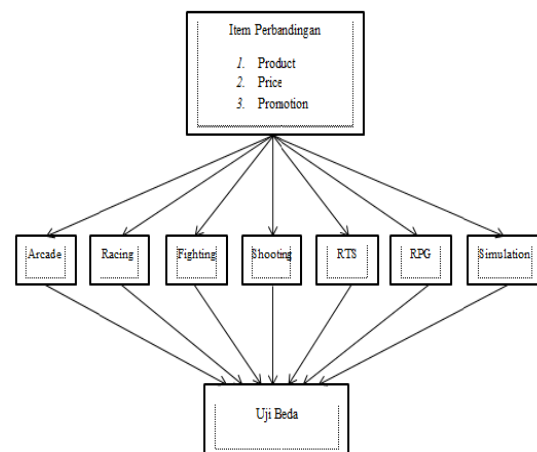
KERANGKA PEMIKIRAN

Sebuah *game* merupakan produk dari perusahaan *game*, agar *game* mereka terlihat berbeda dari perusahaan *game* yang lain tentunya memerlukan diferensiasi produk. Diferensiasi produk menurut Kotler (2009,351) ada 10 cara yaitu: bentuk, fitur, penyesuaian, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya, dan desain. Dalam *game* yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk

melakukan diferensiasi produk adalah dengan membedakan fiturnya. Fitur yang pertama bisa di bedakan oleh perusahaan adalah dari genrenya baru kemudian bisa mengubah fitur di dalam *game* tersebut.

Bauran pemasaran menurut McCharty dalam Kotler dan Keller (2009,63) mengklasifikasikan alat-alat itu menjadi empat kelompok yang luas yang disebut 4 P pemasaran: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Dan item yang akan menjadi perbandingan dalam penelitian ini adalah *product, price, dan promotion*. Karena ketiga hal tersebutlah yang memiliki perbedaan antar genre *game* yang ada. Genre yang akan dibandingkan adalah *arcade, racing, fighting, shooting, RTS, RPG, dan simulation*. Genre – genre tersebut akan dilakukan uji beda manakah genre yang terbaik menurut mayoritas *gamers*.

Gambar 3
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Tabel 2

Operational Variabel

Variabel	Indikator	Item	Skala	No. Item
Bauran Pemasaran	Produk	Karakteristik <i>game</i>	Ordinal	1.1
		Desain/ <i>Gameplay game</i>	Ordinal	1.2
	Harga	Harga <i>game</i> di konsol	Ordinal	1.3
		Harga <i>game</i> di PC	Ordinal	1.4
		Harga <i>game</i> di <i>portable</i>	Ordinal	1.5
	Promosi	Media cetak	Ordinal	1.6
		Media sosial	Ordinal	1.7
		Media elektronik	Ordinal	1.8

Sampel yang diambil adalah forum *gamers* di jejaring sosial *facebook*, forum *game* nyit-nyit.net dan forum *game* di kaskus. Untuk sampel yang akan diambil agar dapat mewakili populasi menggunakan rumus (Sekaran,2011,244):

$$N \geq \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai distribusi normal (Z) yang diperoleh dari tabel

p = Besarnya proporsi yang diterima

q = Besarnya proporsi yang ditolak

e = Besarnya kesalahan yang diizinkan

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel. Analisis deskriptif menggunakan satu variabel atau lebih tetapi bersifat mandiri, oleh karena itu analisis ini tidak berbentuk perbandingan atau hubungan (Hasan, 2009,184).

Uji Normalitas

Ada beberapa cara dalam melakukan uji kenormalan data, seperti Analisis Grafik, Analisis Statistik, dan Uji Kolmogorov Smirnov. Dalam penelitian ini hanya digunakan uji normalitas Kolmogorov Smirnov. Uji normalitas dilakukan terhadap nilai residual. Uji -S dilakukan untuk membuat hipotesis:

H0 : Data berdistribusi normal apabila nilai signifikan > 5% (0.05)

H1 : Data berdistribusi tidak normal apabila nilai signifikan < 5% (0.05)

Kruskal-Wallis

Menurut Lukiastruti dan Hamdani (2012,196) Uji Kruskal-Wallis adalah uji nonparametrik yang digunakan untuk membandingkan tiga atau lebih kelompok data sampel. Uji Kruskal-Wallis digunakan ketika asumsi ANOVA tidak terpenuhi. ANOVA adalah teknik analisis data statistik yang digunakan ketika kelompok-kelompok variabel bebas lebih dari dua. Pada ANOVA, kita asumsikan bahwa distribusi dari masing-masing kelompok harus terdistribusi secara normal. Dalam uji Kruskal-Wallis, tidak diperlukan asumsi tersebut, sehingga uji Kruskal-Wallis adalah uji distribusi bebas. Beberapa prosedur untuk pengujian Kruskal-Wallis:

1. Merumuskan hipotesis
2. Menentukan taraf signifikan tertentu
3. Merumuskan kriteria pengujian
4. Menghitung jumlah jenjang dan nilai H dengan menggunakan rumus:

$$H = \frac{12}{N(N+1)} \sum_{i=1}^k \frac{R_i^2}{n_i} - 3(N+1)$$

5. Membuat kesimpulan akhir

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari data kuesioner yang diperoleh dapat dibuat garis kontinum pergenre sebagai berikut :

1. Arcade

Dari data kuesioner tentang produk, harga, dan promosi *arcade* dapat dibuat garis kontinum yang pengukurannya ditentukan dengan cara sebagai berikut :

- Nilai Indeks Maksimum = 4 x 8 x 400 = 12800
- Nilai Indeks Minimum = 1 x 8 x 400 = 3200
- Jarak Interval = [nilai maksimum - nilai minimum] : 4

$$= (12800 - 3200) : 4$$

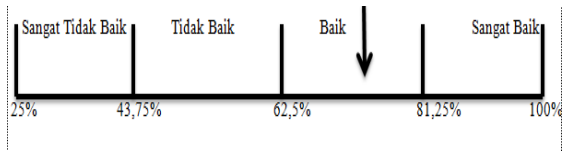
$$= 2400$$

- Persentase Skor =

$$[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$$

$$= (9325 : 12800) \times 100\%$$

$$= 72,85\%$$

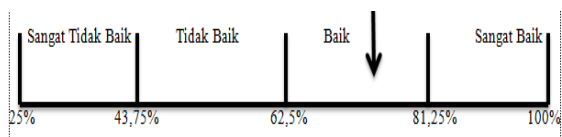


Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap seluruh pertanyaan tentang *arcade* adalah 12800. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 9325 atau 72,85% dari skor ideal yaitu 12800. Dengan demikian bauran pemasaran pada genre *arcade* termasuk dalam kategori baik.

2. Fighting

Dari data kuesioner tentang produk, harga, dan promosi *fighting* dapat dibuat garis kontinum yang pengukurannya ditentukan dengan cara sebagai berikut :

- Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 8 \times 400 = 12800$
- Nilai Indeks Minimum = $1 \times 8 \times 400 = 3200$
- Jarak Interval =
[nilai maksimum - nilai minimum] : 4
 $= (12800 - 3200) : 4$
 $= 2400$
- Persentase Skor =
[(total skor) : nilai maksimum] x 100%
 $= (9355 : 3200) \times 100\%$
 $= 73,08\%$



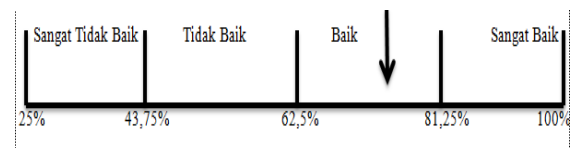
Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap seluruh pertanyaan tentang *fighting* adalah 12800. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh

9355 atau 73,08% dari skor ideal yaitu 12800. Dengan demikian bauran pemasaran pada genre *fighting* termasuk dalam kategori baik.

3. Racing

Dari data kuesioner tentang produk, harga, dan promosi *racing* dapat dibuat garis kontinum yang pengukurannya ditentukan dengan cara sebagai berikut:

- Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 8 \times 400 = 12800$
- Nilai Indeks Minimum = $1 \times 8 \times 400 = 3200$
- Jarak Interval =
[nilai maksimum - nilai minimum] : 4
 $= (12800 - 3200) : 4$
 $= 2400$
- Persentase Skor =
[(total skor) : nilai maksimum] x 100%
 $= (9444 : 12800) \times 100\%$
 $= 73,78\%$



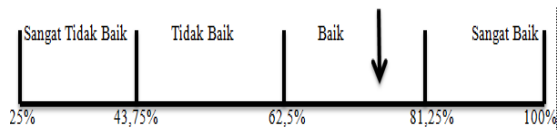
Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap seluruh pertanyaan tentang *racing* adalah 12800. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 9444 atau 73,78% dari skor ideal yaitu 12800. Dengan demikian bauran pemasaran pada genre *racing* termasuk dalam kategori baik.

4. Shooting

Dari data kuesioner tentang produk, harga, dan promosi *shooting* dapat dibuat garis kontinum yang pengukurannya ditentukan dengan cara sebagai berikut :

- Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 8 \times 400 = 12800$
- Nilai Indeks Minimum = $1 \times 8 \times 400 = 3200$
- Jarak Interval =
[nilai maksimum - nilai minimum] : 4
 $= (12800 - 3200) : 4$
 $= 2400$
- Persentase Skor =

$$\begin{aligned}
 & [(total\ skor) : nilai\ maksimum] \times 100 \\
 & = (9532 : 12800) \times 100\% \\
 & = 74,46\%
 \end{aligned}$$

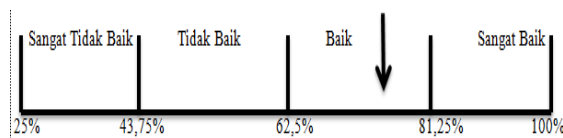


Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap seluruh pertanyaan tentang *shooting* adalah 12800. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 9532 atau 74,46% dari skor ideal yaitu 12800. Dengan demikian bauran pemasaran pada genre *shooting* termasuk dalam kategori baik.

5. RTS

Dari data kuesioner tentang produk, harga, dan promosi RTS dapat dibuat garis kontinum yang pengukurannya ditentukan dengan cara sebagai berikut:

- Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 8 \times 400 = 12800$
- Nilai Indeks Minimum = $1 \times 8 \times 400 = 3200$
- Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 4$
 $= (12800 - 3200) : 4$
 $= 2400$
- Persentase Skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$
 $= (9427 : 12800) \times 100\%$
 $= 73,64\%$

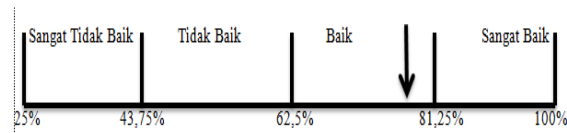


Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap seluruh pertanyaan tentang RTS adalah 12800. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 9427 atau 73,64% dari skor ideal yaitu 12800. Dengan demikian bauran pemasaran pada genre RTS termasuk dalam kategori baik.

6. RPG

Dari data kuesioner tentang produk, harga, dan promosi RPG dapat dibuat garis kontinum yang pengukurannya ditentukan dengan cara sebagai berikut:

- Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 8 \times 400 = 12800$
- Nilai Indeks Minimum = $1 \times 8 \times 400 = 3200$
- Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 4$
 $= (12800 - 3200) : 4$
 $= 2400$
- Persentase Skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$
 $= (9921 : 12800) \times 100\%$
 $= 77,50\%$

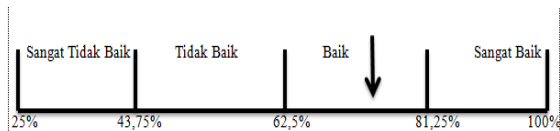


Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap seluruh pertanyaan tentang RPG adalah 12800. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 9921 atau 77,50% dari skor ideal yaitu 12800. Dengan demikian bauran pemasaran pada genre RPG termasuk dalam kategori baik.

7. Simulation

Dari data kuesioner tentang produk, harga, dan promosi *simulation* dapat dibuat garis kontinum yang pengukurannya ditentukan dengan cara sebagai berikut:

- Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 8 \times 400 = 12800$
- Nilai Indeks Minimum = $1 \times 8 \times 400 = 3200$
- Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 4$
 $= (12800 - 3200) : 4$
 $= 2400$
- Persentase Skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$
 $= (9377 : 12800) \times 100\%$
 $= 73,25\%$



Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap seluruh pertanyaan tentang *simulation* adalah 12800. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 9377 atau 73,25% dari skor ideal yaitu 12800. Dengan demikian bauran pemasaran pada genre *simulation* termasuk dalam kategori baik.

Analisis Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Perbandingan bauran pemasaran antara genre *game arcade*, *racing*, *fighting*, *shooting*, RTS, RPG, dan *simulation* dengan analisis deskriptif dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3
Persentase Rata – Rata Antar Genre Game

No	Keterangan	Arcade	Racing	Fighting	Shooting	RTS	RPG	Simulation
1	Produk	74,84%	73,94%	70,53%	76,75%	76,72%	84,38%	76,59%
2	Harga	72,04%	72,71%	74,69%	72,83%	72,73%	74,52%	72,48%
3	Promosi	72,33%	72,90%	75,04%	74,58%	72,52%	75,92%	71,81%

(Sumber : Diolah oleh penulis berdasarkan kuesioner)

segi produk adalah genre RPG dengan persentase 84,38%. Dari segi harga genre *fighting* lebih unggul dari yang lainnya dengan persentase 74,69%. Dan dari segi promosi genre yang paling unggul adalah genre RPG dengan persentase 75,92%.

2. Uji Normalitas

Normalitas data kuesioner di uji dengan uji normalitas Kolmogorov Smirnov karena data dalam penelitian ini memiliki $n > 50$. Hasil dari uji normalitas Kolmogorov Smirnov bisa dilihat pada tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4
Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test						
		Arcade	Racing	Fighting	Shooting	RTS	RPG	Simulation
N		400	400	400	400	400	400	400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	23,3125	23,3875	23,6100	23,8300	23,5675	24,8025	23,4425
	Std. Deviation	3,54913	3,72519	3,71786	3,65781	3,60804	3,74280	3,70216
Most Extreme Differences	Absolute	.085	.077	.073	.076	.073	.074	.071
	Positive	.069	.067	.073	.076	.062	.047	.063
	Negative	-.085	-.077	-.072	-.073	-.073	-.074	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		1,688	1,545	1,453	1,529	1,450	1,479	1,418
Asymp. Sig. (2-tailed)		.006	.017	.029	.019	.030	.025	.036

kuesioner)

Dari tabel 5 diatas terlihat bahwa Asymp.Sig dari genre *arcade* bernilai 0.006 yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak karena nilai probabilitas < 0.05 dan ini mengartikan bahwa data dari genre *arcade* berdistribusi tidak normal.

Pada genre *racing* terlihat bahwa Asymp.Sig bernilai 0.017 yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak karena nilai probabilitas < 0.05 dan ini mengartikan bahwa data dari genre *racing* berdistribusi tidak normal.

Pada genre *fighting* terlihat bahwa Asymp.Sig bernilai 0.029 yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak karena nilai probabilitas < 0.05 dan ini mengartikan bahwa data dari genre *fighting* berdistribusi tidak normal.

Pada genre *shooting* terlihat bahwa Asymp.Sig bernilai 0.019 yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak karena nilai probabilitas < 0.05 dan ini mengartikan bahwa data dari genre *shooting* berdistribusi tidak normal.

Pada genre RTS terlihat bahwa Asymp.Sig bernilai 0.030 yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak

karena nilai probabilitas < 0.05 dan ini mengartikan bahwa data dari genre RTS berdistribusi tidak normal.

Pada genre RPG terlihat bahwa Asymp.Sig bernilai 0.025 yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak karena nilai probabilitas < 0.05 dan ini mengartikan bahwa data dari genre RPG berdistribusi tidak normal.

Pada genre *simulation* terlihat bahwa Asymp.Sig bernilai 0.036 yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak karena nilai probabilitas < 0.05 dan ini mengartikan bahwa data dari genre *simulation* berdistribusi tidak normal.

Karena data dari seluruh genre *game* yang dihasilkan berdistribusi tidak normal maka pengujian selanjutnya akan menggunakan perhitungan non parametrik dengan menggunakan statistik uji Kruskal Wallis.

3. Perhitungan Menggunakan Kruskal Wallis

Pengujian hipotesis untuk perbandingan bauran pemasaran antar genre game dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5
Kruskal Wallis Test

Ranks			
	Genre	N	Mean Rank
Data	Arcade	400	1315.65
	Racing	400	1334.82
	Fighting	400	1373.72
	shooting	400	1420.33
	Rts	400	1377.44
	Rpg	400	1641.58
	simulation	400	1339.97
	Total	2800	

Test Statistics^{a,b}

	Data
Chi-Square	46.203
Df	6
Asymp. Sig.	.000

(Sum

kuesioner)

in

Dengan ketentuan hipotesis :

1. H_0 : Tidak terdapat perbedaan bauran pemasaran antar genre *game*
2. H_1 : Terdapat perbedaan bauran pemasaran antar genre *game*

Dari tabel 6 membuktikan bahwa ada perbedaan bauran pemasaran antar genre game. Hal ini ditunjukkan nilai probabilitas 0,000 berada dibawah *level of significance* yang digunakan ($\alpha = 0,05$) sehingga tolak H_0 yang artinya ada perbedaan bauran pemasaran antar genre game. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan adanya perbedaan bauran pemasaran antar genre game diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil dari data rata – rata persentase dan perhitungan hipotesa dengan Kruskall Wallis diketahui bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap bauran pemasaran antar genre game, hal tersebut dapat diketahui dari penjelasan perindikator berikut:

Analisis bauran pemasaran antar genre *game* terhadap produk dari setiap genre *game* diketahui memiliki perbedaan yang signifikan. Berdasarkan hasil yang di peroleh melalui kuesioner bahwa dalam segi produk, genre RPG unggul dengan nilai rata – rata persentase 84,38%. Hal ini di sebabkan karakteristik produk dan *gameplay* dari produk *game* bergenre RPG yang lebih kompleks daripada genre lainnya, seperti yang di jelaskan oleh Anggra (2008,2) bahwa karakteristik dan *gameplay* dari *game* bergenre RPG penuh dengan elemen cerita intrik yang kental, pengembangan karakter secara mendalam, petualangan yang menarik, serta durasi penyelesaian yang panjang dan pertarungan membuat genre RPG disukai banyak orang, sehingga membuat genre RPG terus berkembang hingga saat ini. Hal ini juga sebanding dengan yang di katakan oleh Kotler (2009,351) bahwa desain pada produk dapat mempengaruhi tampilan dan rasa sehingga memberikan pengaruh pada *user experience*.

Analisis bauran pemasaran antar genre *game* terhadap harga dari setiap genre *game* diketahui memiliki perbedaan yang signifikan. Dalam hal segi harga, genre *fighting* unggul dengan nilai rata – rata persentase 74,69%. Harga yang ditawarkan oleh para developer yang membuat *game* bergenre *fighting* sesuai dengan harga referensi atau harga asumsi konsumen tentang *game* bergenre *fighting*. Dimana batasan harga Rp

200.000 – Rp 550.000 di platform *portable* sudah sesuai dengan platform tersebut. Begitu juga dengan platform konsol dengan batasan harga Rp 240.000 – Rp 880.000 dan platform PC dengan batasan harga Rp 120.000 – 390.000 sudah sesuai dengan asumsi harga konsumen. Namun, harga tersebut adalah ketika saat normal, ketika ada event seperti penjualan musim panas tentunya batasan harga tersebut akan berubah hal ini di karenakan adanya potongan harga yang di berikan oleh para penjual atau developer *game* tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Kotler (2009,415) Konsumen sering menerapkan harga referensi dengan cara membandingkan harga yang diteliti dengan harga referensi internal yang mereka ingat atau dengan kerangka referensi eksternal seperti harga eceran reguler yang terpasang.

Analisis bauran pemasaran antar genre *game* terhadap promosi dari setiap genre *game* diketahui memiliki perbedaan yang signifikan. Dalam hal segi harga, genre RPG unggul dengan nilai rata – rata persentase 75,92%. Berdasarkan data dari kuesioner bisa terlihat diantara ketiga media yang ada di genre RPG dari ketiga media tersebut dapat di ketahui bahwa media sosial memiliki nilai persentase terbesar yaitu sebesar 47%. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial adalah tempat yang efektif untuk memasarkan *game*. Seperti yang dikatakan oleh Buchory dan Saladin (2010,227) bahwa website lebih efektif dalam menjangkau konsumen terutama konsumen muda yang berpendidikan tinggi. Selain itu dengan menggunakan website atau media sosial para pemasar dapat memberikan informasi yang lebih banyak serta biaya promosi yang lebih murah di bandingkan dengan menggunakan media elektronik dan media cetak.

Dari data pengujian dengan Kruskal Wallis dapat kita urutkan genre yang terbaik dengan melihat dari *mean rank* sebagai acuannya. Urutan genre yang terbaik adalah (1) RPG, (2) *Shooting*, (3) RTS, (4) *Fighting*, (5) *Simulation*, (6) *Racing*, (7) *Arcade*.

Secara garis besar dapat diketahui bahwa setelah diadakan pengujian dengan Kruskal Wallis dapat diambil kesimpulan, secara parsial ditemukan perbedaan bauran pemasaran antar genre game. Hal ini ditunjukkan nilai probabilitas 0,000 berada dibawah *level of significance* yang digunakan ($\alpha = 0,05$) sehingga tolak H_0 . Ini berarti hipotesis yang menyatakan adanya perbedaan antara bauran pemasaran antar game diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat diambil beberapa kesimpulan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini terlihat bahwa adanya perbedaan bauran pemasaran pada genre *arcade*, *racing*, *fighting*, *shooting*, RTS, RPG, dan *simulation* dengan indikator perbedaan produk, harga, dan promosi. Untuk genre yang terbaik dalam segi produk adalah genre RPG dengan persentase 84,38%. Untuk segi harga yang terbaik adalah genre *fighting* dengan persentase 74,69%. Dan dari segi promosi genre yang terbaik adalah genre RPG dengan persentase 75,92%.
2. Dan dalam ketujuh genre tersebut genre yang terbaik berdasarkan *mean rank* adalah genre RPG dengan *mean rank* sebesar 1641.58. *mean rank* kedua dengan genre *shooting*, di *rank* ketiga dengan

genre RTS, keempat dengan genre *fighting*, *rank* ke lima dengan genre *simulation*, *rank* keenam dengan genre *racing*, dan ketujuh dengan genre *arcade*. Dan untuk *platform* yang paling banyak digunakan untuk bermain *game* adalah *platform Personal Computer (PC)*.

3. Besarnya perbedaan bauran pemasaran antar genre *game* adalah sebesar 0.000 berada di bawah *level of significance* 0.05 yang digunakan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa saran yang bisa di berikan sebagai berikut:

1. Para developer *game* terutama di Indonesia sebaiknya membuat *game* dengan genre RPG karena genre tersebut sampai saat ini masih menjadi genre yang terbaik dan banyak diminati oleh para konsumen.
2. Para developer *game* sebaiknya juga membuat *game* dengan *platform PC*, karena platform tersebut paling banyak digunakan oleh para konsumen *game* di Indonesia.
3. Harga *game* yang akan di jual oleh developer, sebaiknya developer, menjual dengan harga rata – rata tiap genre yang berada dipasaran, karena harga pasaran saat ini masih bisa di jangkau dan sesuai dengan para konsumen.
4. Promosi *game* sebaiknya menggunakan media sosial atau forum sebagai promosi awal *game* sebelum dirilis resmi di publik.

5. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel *brand awareness* dengan responden pemain *games* buatan developer dalam negeri agar didapat hasil yang lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

Anggra. (2008). *Memahami Teknik Dasar Pembuatan Game Berbasis Flash*. Yogyakarta : GAVA MEDIA.

Kotler, Philip, dan Amstrong. (2012). *Principles of Marketing*. United States : Pearson.

Kotler, Philip, dan Keller, Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Lukiastuti, Fitri dan Hamdani, Muliawan. (2012). *Statistika Non Parametris*. Jakarta : CAPS

Sekaran, Uma.(2011).*Research Methods For Business*. Jakarta : Salemba Empat.

Zikmund, G. William. Babin, J. Barry. Carr, C. Jon. Griffin, Mitch.(2010).*Business Research Methods*.South-Western : Cengage Learning

www.agatestudio.com

www.teknologi.news.viva.co.id