BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

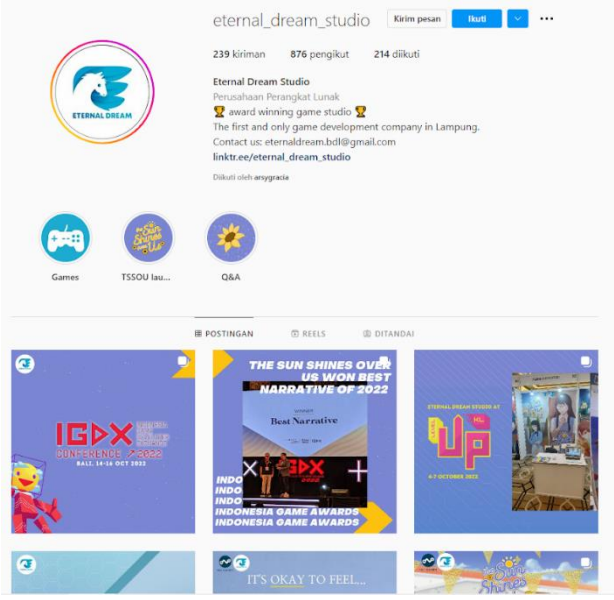
PT. *Eternal Dream Games* Internasional atau yang dikenal dengan *Eternal Dream Studio* merupakan satu-satunya studio *game* yang berdomisili di Bandar Lampung. *Eternal Dream Studio* didirikan pada September 2018 oleh 3 orang, yaitu Lucky Putra Dharmawan, Michael Saputra, dan Pray Cristanto. Saat ini *Eternal Dream Studio* sudah memiliki 6 Karyawan, satu orang *programmer*, dua orang *designer*, satu orang produksi musik, satu orang konseptor ide, dan satu orang projek manajer.

Pada tahap awal perusahaan, *Eternal Dream Studio* memproduksi jenis *game*s *arcade* santai, dan teka-teki yang hanya cocok dimainkan oleh anak-anak untuk melatih motoriknya, serta memproduksi *game* melalui *platform Android* maupun *Apple*. Namun, sayangnya *game* tersebut kurang diminati dan hanya diunduh sebanyak 10.000 kali. Sejalan dengan perubahan dinamika dunia usaha, maka pada awal tahun 2020 *Eternal Dream Studio* mulai bekerjasama dengan studio *game* lain dan mencoba untuk merambah ke berbagai *Genre game* seperti simulasi, petualangan, *storyline*, dan membahas tentang cerita interaktif. Logo *Eternal Dream Studio* dapat dilihat pada gambar 1.1.

Gambar 1.1 Logo *Eternal Dream Studio*

Sumber: *Eternal Dream Studio* (2023*)*

Eternal Dream Studio saat ini sedang mengerjakan proyek *game* visual novel bersama dengan *Niji Game*s yang bernama "*The Sun Shine Over Us*" atau dalam bahasa Indonesia adalah menggapai matahari, *game* satu ini merupakan *game* tersukses yang sudah dibuat oleh *Eternal Dream Studio* karena sejauh ini pengguna yang mengunduh *game* tersebut mencapai 300.000 dan telah menerima 2.000 ulasan positif tentang *game* tersebut, yang dapat dianggap sebagai rekor baru dalam sejarah perusahaan. Dalam mempromosikan *game*nya, *Eternal Dream Studio* melakukan *zero marketing strategy. Zero marketing strategy* sendiri adalah strategi pemasaran yang tidak memerlukan atau sedikit uang untuk memasarkan produk. Hal ini dikarenakan *Eternal Dream Studio* tidak memiliki dana yang cukup untuk mempromosikan *game* yang telah diporduksinya. *Eternal Dream Studio* menawarkan *gamenya* melalui sosial media Instagram, Facebook dan Twitter. Instagram *Eternal Dream Studio* Dapat dilihat pada gambar 1.2



Gambar 1.2 Instagram *Eternal Dream Studio*

Sumber: *Eternal Dream Studio* (2023)

Saat ini *Eternal Dream Studio* memiliki pengikut Instagram yang cukup sedikit, yaitu sebesar 876 pengikut. Pengikut tersebut didapatkan dengan cara memposting minimal sebanyak seminggu tiga kali. Selain itu, *game* menggapai matahari memberikan pengaruh yang membuat banyak orang mengikuti akun instagram dari *Eternal Dream Studio*. *Game* terlaris *Eternal Dream Studio* dapat dilihat pada gambar 1.3.

Gambar 1.3 *Game* Terlaris *Eternal Dream Studio*

Sumber: *Eternal Dream Studio* (2023)

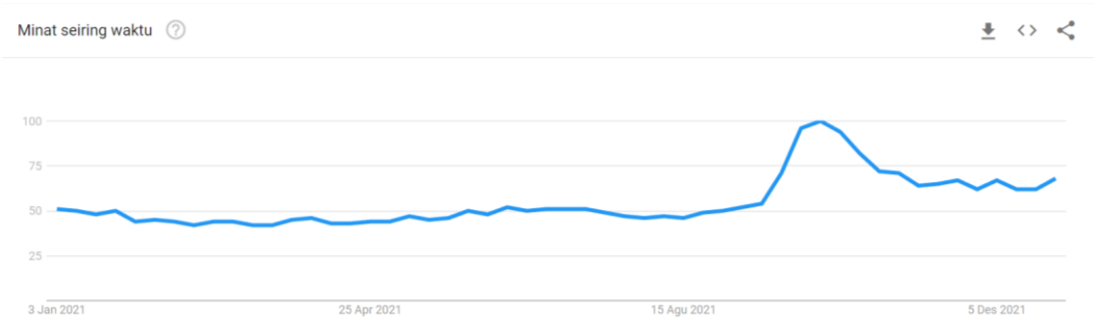
Selama ini *Eternal Dream Studio* lebih sering melakukan interaksi kepada penggunanya melalui Discord, hal ini dikarenakan aplikasi tersebut tersedia diberbagai macam *platform*. Selain itu, pada aplikasi Discord juga dapat membuat berbagai macam ruang obrolan dalam satu *channel* sehingga *Eternal Dream Studio* dapat membagi penggemarnya ke berbagai ruang obrolan untuk membahas informasi mengenai *game*nya, seperti masalah berupa *bug* dalam *game* atau memberikan masukan kepada *Eternal Dream Studio*. Hingga saat ini *Eternal Dream Studio* memiliki total delapan *game* yang telah diproduksi secara mandiri dan beberapa *game* hasil kolaborasi dengan studio *game* lainnya.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Startup di Indonesia merupakan salah satu bagian terpenting pada perekonomian. Saat ini jumlah *startup* di Indonesia mencapai 2.346. Data yang disampaikan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI menyatakan bahwa jumlah *startup* tersebut menyebabkan Indonesia menempati posisi pertama dengan *startup* terbanyak di Asia Tenggara serta kelima di dunia (Annur, 2022).

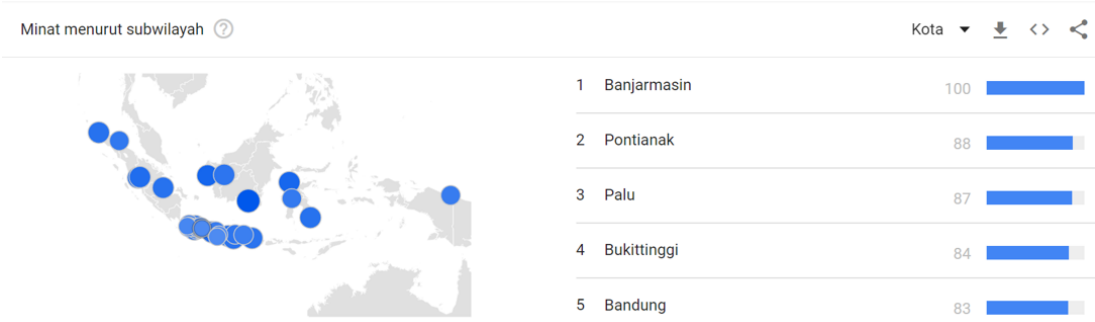
Salah satu bidang bisnis *startup* yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah *game developer* atau industri *game*s (Ericha, 2022). *Game developer* sendiri merupakan salah satu industri yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia baik kalangan anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Saat ini terdapat 350 *game developer* Indonesia yang terdiri dari 85 *developer* lokal dan 265 *developer* asing, Data yang disampaikan Johnny G. Plate, Menteri Komunikasi dan Informatika menyatakan bahwa pada tahun 2020 industri *game* di Indonesia memiliki sumbangan kepada PDB nasional sebanyak 2,19% atau sejumlah 24,88 trilliun rupiah. Hal ini dikarenakan Indonesia merupakan pasar *game* terbesar nomor satu untuk *mobile* dan kedua pada *platform* PC di Asia Tenggara (Saputro, 2021). Dengan besarnya pasar industri *game* di Indonesia, pihak *developer* Indonesia perlu memaksimalkan potensi yang dimilikinya dan mendorong agar *game* besutannya dapat bersaing pada pasar *game*s Indonesia.

Google *Trends* membagikan tentang data minat masyarakat Indonesia terhadap *game* pada tahun 2021. Minat masyarakat Indonesia terhadap *game* selalu stabil dengan nilai rata-rata berada di angka 57,9%, di mana meningkat 8,4% lebih banyak dibanding dengan tahun 2020 yang hanya diangka 49,5% (Google *Trends*, 2022). Peneliti mengambil data dari Google *Trend* seperti pada gambar 1.4 dan gambar 1.5 di bawah ini dengan rentan waktu satu tahun penuh dari bulan Januari sampai bulan Desember, data tersebut menyajikan minat masyarakat berdasarkan wilayah tempat masyarakat melakukan pencarian.



Gambar 1.4 Grafik Minat Masyarakat Indonesia terhadap *Game*

Sumber: Google *Trends* (2022)



Gambar 1.5 Minat Masyarakat Indonesia terhadap *Game*

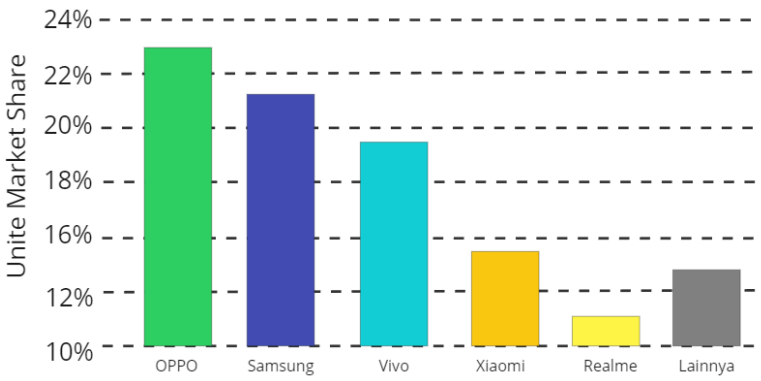
Sumber: *Google Trends* (2022)

Banjarmasin dan Pontianak menjadi kota yang teratas dengan nilai minat pengguna tertinggi, yaitu sebesar 100 nilai dan 88 nilai diikuti dengan Palu dan Bukittinggi dengan nilai minat masing-masing sebesar 87 nilai dan 84 nilai. Untuk daerah Jawa Barat, kota yang memiliki nilai tertingginya adalah Bandung dengan dengan nilai minat pengguna sebesar 83 nilai. Data di atas dapat dijadikan acuan peluang bisnis industri *game*s di Indonesia, sehingga perusahaan *game* dapat menargetkan produknya pada 5 kota besar di atas, salah satunya adalah perusahaan *game* yang *platform* utamanya adalah *smartphone* (*Google Trends*, 2022).

Perkembangan *game* di Indonesia khususnya pada *smartphone* sangatlah besar. Jumlah pengguna *game* Indonesia berada di atas 170 juta orang, yang di mana *smartphone* menjadi *platform* terpopuler karena 84% pengguna Indonesia menghabiskan waktunya untuk bermain *game* melalui *smartphone*, disusul dengan PC

atau komputer sebanyak 43%, laptop atau *notebook* sebanyak 20%, dan perangkat *console* sebanyak 9.5% (Saputro, 2022).

Penyebab utama *game smartphone* lebih digemari oleh masyarakat Indonesia dibandingkan dengan *platform* lain tidak lepas dikarenakan harga *smartphone* yang lebih terjangkau dibandingkan dengan *platform* lainnya, untuk membeli *smartphone* dana yang dibutuhkan oleh pengguna adalah sebesar 1-2 juta rupiah saja, berbeda dengan membeli perangkat lain seperti komputer yang mengharuskan pengguna mengumpulkan dana lebih mahal, yaitu berada di kisaran 3-6 juta rupiah. Berdasarkan data yang dirilis oleh pusat data ekonomi dan bisnis Indonesia pada tahun 2022, terdapat 5 merek *smartphone* yang menjadi penguasa pasar Indonesia, Oppo memimpin pasar Indonesia, diikuti oleh Samsung, Vivo, Xiaomi, dan Realme (Annur, 2022).



Gambar 1.6 Grafik Besar Pangsa Pasar Unit Perusahaan *Smartphone* Indonesia

Sumber: Annur (2022)

Game smartphone lebih banyak diminati karena rata-rata *game* yang dapat dimainkan pada *smartphone* adalah *game* gratis sehingga pengguna hanya perlu mengunduh dan langsung memainkan *game* tersebut. Selain itu, perkembangan teknologi *smartphone* menyebabkan grafik, variasi dan kualitas pada *game smartphone* tidak jauh berbeda dengan *game* yang dikhususkan untuk dimainkan pada *console* dan komputer, bahkan *game smartphone* lebih mudah untuk dimainkan. Hal ini dikarenakan *smartphone* dapat dibawa kemana-mana dan tidak perlu menggunakan

perangkat tambahan seperti *joystick* untuk memainkan *game* sehingga pemain dapat langsung memainkannya menggunakan layar yang ada di *smartphone* masing-masing (Andrianta, 2021).

Di zaman modern ini, persaingan dalam bidang *game* antara *developer* lokal dengan *developer* asing semakin tinggi. Saat ini *developer game* lokal masih menjadi tamu di rumah sendiri, hal ini disebabkan oleh lemahnya daya saing yang ditunjukan *developer* lokal (Persiana, 2020), untuk menghadapi persaingan tersebut perusahaan sangat dituntut untuk dapat menyesuaikan produknya dengan minat masyarakat. Seiring dengan bertambahnya minat masyarakat, maka akan bermunculan perusahaan baru lainnya yang ingin mencoba memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut dengan cara menawarkan berbagai keunggulan yang dimiliki setiap perusahaan dari produk *game* yang dihasilkannya.

Dengan tingginya tingkat persaingan, pelaku usaha memerlukan suatu inovasi baru yang diperlukan oleh produknya yang bertujuan untuk dapat mempertahankan kestabilan pendapatan, penjualan atau bahkan mengembangan ke arah yang lebih baik. Kualitas produk memiliki peran penting dalam berinovasi dan sangat berdampak pada keberlanjutan dari kinerja bisnis tersebut (Sugiat et al., 2020). Dalam beradaptasi dan berinovasi tidak akan lepas dari kepastian yang akan diraih nantinya, sehingga diperlukan riset atau validasi yang kuat terhadap perkembangan permintaan pasar.

Validasi nilai baru dari kegiatan inovasi yang direncanakan penting untuk dilakukan dengan tujuan untuk mengurangi risiko kegagalan terhadap produk yang ingin dikembangkan atau dibuat demi memenuhi permintaan pasar industri *game* yang selalu berkembang saat ini. Terdapat berbagai cara untuk dapat memvalidasi nilai baru tersebut, salah satu caranya adalah dengan memvalidasi model bisnis yang dibantu dengan *testing business ideas* atau pengujian ide bisnis yang didasari pada buku Osterwalder et al. (2019). Model bisnis pada dasarnya dibentuk dari masalah dan kebutuhan yang dialami sebuah segmen konsumen dan nilai yang ditawarkan oleh perusahaan sebagai solusi. Maka dari itu validasi model bisnis dengan alat *testing business ideas* ini dapat mempermudah memetakan nilai yang dimiliki oleh suatu usaha

agar dapat mengurangi risiko yang tidak pasti dan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang dituju.

1.3 Rumusan Masalah

Eternal Dream Studio merupakan salah satu *developer* lokal yang menggarap pasar *game smartphone* Indonesia dan internasional, tentu tidak mudah untuk melakukan hal tersebut mengingat banyaknya pesaing yang juga ikut menggarap pasar tersebut, khususnya yang berasal dari luar negeri. Bahkan banyak pengguna asal Indonesia yang lebih tertarik dengan pasar luar negeri dikarenakan kualitas *game* yang ditawarkan lebih baik dibanding *game* buatan *developer* lokal. Hal ini tidak lepas dari inovasi terhadap teknologi yang dimiliki oleh *developer* luar negeri. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aldianto et al. (2021) didapatkan bahwa sebuah *startup* akan lebih siap dan mudah menghadapi situasi jika melakukan inovasi dengan mengikuti kebutuhan pasar saat ini.

Untuk menarik pasar Indonesia tentunya *Eternal Dream Studio* harus melakukan penyesuaian terhadap minat dan perilaku pengguna Indonesia, terutama di bidang teknologi. Dalam memproses inovasi pada teknologi diperlukan tiga fase yang meliputi fase inisiasi, fase pengembangan, dan fase perpindahan (Aldianto et al*.,* 2021). Selain itu, untuk menjaga keberlanjutan bisnis, pemilik usaha perlu meningkatkan inovasi dengan cara menerapkan ide baru, berkolaborasi dengan pihak lain dan melakukan beberapa penawaran yang menarik (Anggadwita, *et al*., 2021).

Tantangan utama *Eternal Dream Studio,* yaitu tidak semua produk *game*s yang mereka buat diminati oleh banyak konsumen, hal ini disebabkan *Eternal Dream Studio* belum terlalu mengetahui produk *game*s seperti apa yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pendiri, *Game Desainer* dan *Community Manager Eternal Dream Studio*. Saat ini *Eternal Dream Studio* sedang memfokuskan untuk membuat *game* yang di dalamnya terdapat nilai edukasi dan cerita yang dibahas pada *game*nya memiliki pesan dan empati yang dapat

para pemain ambil sehingga mereka dapat menikmati dan bersantai saat memainkan *game* tersebut.

Pada praktiknya *Eternal Dream Studio* ini melakukan pengembangan produk *game* secara terus menerus dengan membuat *game* yang memiliki variasi berbeda dan grafik lebih baik. Cara tersebut dilakukan untuk menarik minat pasar yang dituju, yaitu para pemain *game* santai yang menyukai *game offline*. Untuk membantu mempertahankan jumlah pemainnya, *Eternal Dream Studio* terkadang melakukan *giveaway* berupa *diamond* kepada para konsumen yang ada di dalam komunitasnya. Berikut adalah daftar *game* yang telah dan sedang diproduksi oleh *Eternal Dream Studio.*

Tabel 1.1 Daftar *Game Eternal Dream Studio*

No	**Nama *Game*s**	***Genre***	**Jumlah Unduhan**
1	*Finding El's Coffee*	Petualangan	100+
2	*Incar Tiang Listrik*	Santai	500+
3	*English Crush*	Pendidikan	Dalam Tahap Pengembangan
4	*Flappy Elephant offline*	Santai	Dalam Tahap Pengembangan
5	*Spinning Shape*	Teka-teki	Dalam Tahap Pengembangan
6	*Meong DressUp*	Simulasi	1000+
7	*Citayam Fashion Week: DressUp*	Simulasi	100+
8	*Pocong Jump*	Santai, *Arcade*	10.000+
9	*Virgo and The Sparklings*	Simulasi, Teka-teki	10.000+
10	*The Shine Shine Over Us (Menggapai Matahari)*	Simulasi, Petualangan, Cerita Interaktif, Santai	300.000+
11	*Leave me Alone*	*Interactive Fiction, Action*	*Game Browser*

12	*Ayo Cegah Virus!*	Pendidikan	5000+

Sumber: Data yang telah diolah (2022)

Dari berbagai macam *game*s yang telah diproduksi oleh *Eternal Dream Studio*, tentunya telah banyak melakukan inovasi produk *game* yang telah ditawarkan kepada para pengguna. Namun, inovasi dari produk tersebut hanya berasal dari pemikiran tim *Eternal Dream Studio*, sehingga hasil dari inovasi tersebut belum dilakukan validasi inovasi produk sebelum ditawarkan langsung dengan konsumen yang ingin dituju. Aktivitas tersebut didasari dengan asumsi oleh tim *developer Eternal Dream* Studio. Namun, jika terus menerus melakukan produksi *game* tanpa melakukan validasi terhadap minat pemain dapat menyebabkan pengeluaran investasi modal awal yang cukup besar, sehingga modal yang dikeluarkan menjadi tidak efektif.

Berdasarkan pemaparan diatas diperlukan untuk melakukan validasi model bisnis dari produk *game* yang ditawarkan oleh *Eternal Dream Studio* agar dapat mengurangi risiko yang tidak pasti dan menghasilkan produk *game* secara lebih efektif dan efisien serta lebih diminati oleh pasar Indonesia dengan cara memperbaiki model bisnis yang ada. Dengan demikian, peneliti ingin mengetahui bentuk *Business Model Canvas* dan memukan model bisnis pengembangan dari *Eternal Dream Studio* yang lebih sesuai saat ini, dengan melakukan penelitian berjudul "Validasi Model Bisnis Pengembangan Produk *Startup* di Industri *Games* (Studi Kasus: *Eternal Dream Studio*)."

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang sebelumnya telah diidentifikasi, peneliti merumuskan masalah tersebut dalam pertanyaan, sebagai berikut.

1. Bagaimana bentuk dari *Business Model Canvas* dari *startup Eternal Dream Studio*?
2. Hipotesis apa yang saja yang dianggap prioritas untuk segera divalidasi dari model bisnis *Eternal Dream* Studio?

3. Apa tindak lanjut yang dapat dilakukan oleh *Eternal Dream Studio* terhadap inovasi yang didapatkan dalam mengembangkan produk barunya?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dibahas sebelumnya adalah berikut ini.

1. Untuk mengetahui *Business Model Canvas* yang *Eternal Dream Studio* gunakan.
2. Untuk mengetahui hipotesis yang dianggap prioritas untuk segera divalidasi dari model bisnis *Eternal Dream Studio.*
3. Untuk mengetahui tindak lanjut yang dapat dilakukan oleh *Eternal Dream Studio* terhadap inovasi yang didapatkan dalam pengembangan produk terbarunya?

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat, baik pada aspek akademis maupun aspek praktis berupa:

1.6.1 Aspek Akademis

a. Ilmu Pengetahuan

   Penelitian ini dapat memberikan hasil berupa informasi yang berguna untuk memvalidasi model bisnis. Melalui gambaran jenis eksperimen yang dilakukan dalam penelitian ini, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan studi kasus validasi model bisnis dalam bidang *game* pada bahan pembelajaran mata kuliah kewirausahaan.

b. Penelitian Selanjutnya

   Penelitian ini menghasilkan langkah-langkah dan pertimbangan validasi model bisnis yang dapat dijadikan pedoman untuk penelitian selanjutnya. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kerangka bagi penelitian selanjutnya serta penjelasan yang lebih luas.

1.6.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan dalam evaluasi model bisnis *Eternal Dream Studio*, khususnya pada pengembangan *game* kedepannya. Selain itu, penelitian

ini dapat dijadikan dasar informasi untuk melakukan perbaikan pada blok *Business Model Canvas*, yaitu *value propositionss, channel, customer relationship dan revenue streams,* sehingga dapat meningkatkan jumlah pengguna aktif dari *game Eternal Dream Studio*.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Bab I Pendahuluan

Merupakan penjelasan umum terhadap masalah dan alasan dasar dilakukannya penelitian. Bab ini berisikan tentang gambaran umum objek penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan teori para ahli, penelitian terdahulu, ide-ide, dan kerangka pemikiran yang menjelaskan variabel-variabel serta hal penting dalam penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan metode dan jenis dalam melakukan penelitian, pengoperasian terhadap variabel, cara pengumpulan data serta analisis data, dan uji keabsahan data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan hasil data penelitian yang sudah didapatkan serta pembahasan mengenai penelitian.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini peneliti mengambil atau memberikan kesimpulan serta saran terhadap hasil penelitian yang dilakukan secara keseluruhan.