

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

Shanghai Moonton Technology Co. Ltd., sebelumnya dikenal sebagai YoungJoy Technology Pte. Ltd., adalah sebuah perusahaan pengembang dan penerbit permainan video yang berpusat di Shanghai, Tiongkok. Perusahaan ini didirikan pada bulan April 2014 oleh Justin Yuan dan Watson Xu Zhenhua. Moonton dikenal karena permainan *multiplayer online battle arena (MOBA)* yang sangat populer yang mereka ciptakan, yaitu *Mobile Legends: Bang Bang (MLBB)*.

Pada awalnya, Moonton meluncurkan permainan pertama mereka, *Magic Rush: Heroes*, pada tanggal 6 April 2015. Permainan ini adalah permainan *tower defense (TD)* yang berhasil mendapatkan perhatian dan penggemar. Kemudian, Moonton mengembangkan permainan MOBA yang revolusioner, yaitu *Mobile Legends*. *MLBB* pertama kali diluncurkan sebagai versi beta di Brasil dengan nama *Mobile Legends: 5v5 MOBA* pada tanggal 14 Juli 2016. Setelah itu, permainan ini dirilis secara global pada bulan November 2016, kecuali di Tiongkok.

*Mobile Legends: Bang Bang* menjadi permainan yang sangat populer di kalangan penggemar MOBA di seluruh dunia. Dalam permainan ini, pemain membentuk tim untuk bertarung dalam pertandingan 5v5 dengan tujuan menghancurkan markas lawan. *MLBB* menawarkan berbagai pilihan pahlawan dengan kemampuan unik, strategi tim yang mendalam, dan mode permainan yang beragam. Namun, perjalanan Moonton tidak selalu mulus. Pada saat peluncuran *Mobile Legends*, mereka menghadapi tuduhan bahwa permainan mereka meniru ide dan konsep dari *League of Legends*, sebuah permainan MOBA populer yang dikembangkan oleh Riot Games. Hal ini menyebabkan perseteruan antara Moonton dan Riot Games

*Riot Games*, pengembang permainan terkenal yang menciptakan *League of Legends*, menduga bahwa *Mobile Legends* meniru ide dan konsep dari permainan mereka, *Riot Games* mengajukan permohonan kepada Google untuk menghapus *Mobile Legends* dari *Google Play Store* dan *App Store*. Sebagai respons terhadap tuduhan tersebut, Moonton secara sukarela menghapus permainan mereka sebelum

tindakan diambil oleh Google. Setelah itu, mereka meluncurkan kembali permainan tersebut dengan nama *Mobile Legends: Bang Bang* pada tanggal 9 November 2016. Tidak hanya itu, pada bulan Juli 2017, *Riot Games* mengajukan gugatan hukum terhadap Moonton dengan tuduhan pelanggaran hak cipta. *Riot Games* menuduh bahwa terdapat kesamaan antara permainan Moonton, *Magic Rush*, dan *MLBB* dengan permainan mereka sendiri. Namun, gugatan tersebut akhirnya ditolak oleh pengadilan dengan alasan forum non conveniens.

ByteDance yang merupakan perusahaan pengembang aplikasi terkenal seperti *Musical.ly* yang kemudian digabungkan dengan platform mereka yang bernama *TikTok*, telah menciptakan kesuksesan global dalam bentuk *TikTok* yang kita kenal sekarang. Juga mengakuisisi Moonton Pada tanggal 22 Maret 2021, melalui anak perusahaannya yang bernama Niverse dengan nilai akuisisi sebesar 4 miliar dolar AS. Meskipun dilaporkan bahwa Tencent juga terlibat dalam proses akuisisi, ByteDance berhasil memenangkan kesepakatan tersebut.

Akuisisi ini menandai langkah yang penting bagi *ByteDance* dalam memperluas portofolio produk hiburan digital mereka. Dengan menggabungkan kekuatan Moonton dan platform-platform yang dimiliki oleh ByteDance, perusahaan ini berpotensi untuk menghadirkan pengalaman bermain yang inovatif dan menarik bagi pengguna di seluruh dunia. Sebagai salah satu pengembang permainan terkemuka, Moonton terus berinovasi dan menghadirkan konten baru untuk menjaga ketertarikan pemain. Mereka juga aktif dalam menggelar turnamen esports dan berkolaborasi dengan berbagai mitra untuk memperluas dampak *Mobile Legends: Bang Bang* di komunitas gaming.

Dengan reputasi yang kuat di industri game dan pengaruh global *Mobile Legends: Bang Bang*, Moonton terus menjadi salah satu perusahaan yang diperhitungkan dalam industri permainan video, terutama dalam genre *MOBA*.

### **1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

#### **a. Visi Perusahaan:**

Moonton memiliki visi untuk melayani lebih banyak pengguna di seluruh dunia dan memberikan mereka kebahagiaan dalam bermain game sesuai dengan kebutuhan mereka.

b. Misi Perusahaan:

1. Moonton bertekad untuk tidak melakukan diskriminasi terhadap pemain, tanpa membedakan tingkat ekonomi mereka.
2. Moonton berupaya untuk memberikan pengalaman bermain game yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan memberikan tingkat kesenangan yang sama kepada semua pengguna berdasarkan kebutuhan mereka.
3. Moonton berharap bahwa perbedaan budaya dan perkembangan situasi dapat menciptakan kebahagiaan bermain yang serupa, bahkan memungkinkan mereka bersaing di panggung yang sama.

### 1.1.3 Logo Perusahaan



**Gambar 1. 1 Logo Moonton Company**

*Sumber: [www.seeklogo.com](http://www.seeklogo.com), 2023*

Logo Moonton Company memiliki esensi yang diambil dari keberadaan bulan. Seiring dengan perkembangan peradaban manusia, bulan selalu menjadi pendamping yang tidak pernah meninggalkan mereka, bersama dengan matahari. Keberadaannya yang menggantung di langit dan mengalami perubahan bentuk setiap hari, telah memberikan rasa ingin tahu dan antusiasme yang tumbuh dalam diri manusia. Bulan dapat memiliki bentuk bulat utuh seperti piring putih, atau berbentuk pengait perak. Keberadaannya ini telah memberikan inspirasi dan aspirasi yang melimpah bagi orang-orang bijak, penyair, dan orang-orang biasa. Logo Moonton menggambarkan

komitmen perusahaan untuk mencapai kesempurnaan dan harmoni, sebagaimana yang dilambangkan oleh bulan yang terus berubah dan menumbuhkan rasa keingintahuan. Dengan menggunakan logo ini, Moonton berkomitmen untuk mencapai kesempurnaan dan harmoni dalam produk dan layanannya, menggambarkan keberagaman dan kreativitas yang terus berkembang, seperti halnya bulan yang senantiasa berubah namun tetap menumbuhkan antusiasme dan inspirasi.

#### **1.1.4 Manajemen Shanghai Moonton Technology Co. Ltd. ;**

1. Justin Yuan Jing: Sebagai pendiri *Shanghai Moonton Technology Co. Ltd.*
2. Xu Zhenhua: Sebagai *Co-Founder* dan CEO *Shanghai Moonton Technology Co. Ltd.*
3. Jun Yu: Sebagai *Chief Technology Officer* dari *Shanghai Moonton Technology Co. Ltd.*

#### **1.1.5 Departemen Dalam Perusahaan**

Dalam rangka mempermudah tugas dan organisasi pekerjaan, *ByteDance 7* telah mengelompokkan perusahaannya menjadi tujuh departemen utama. Berikut adalah penjelasan mengenai masing-masing departemen:

1. Fungsi Korporat (*Corporate Functions*): Departemen Fungsi Korporat berfokus pada mengantisipasi dan mengatasi masalah organisasi untuk memastikan pertumbuhan dan operasional perusahaan yang efisien. Mereka memberikan solusi melalui kolaborasi antara Sumber Daya Manusia, Hukum & Kebijakan, Keuangan, dan Dukungan.
2. Operasi (*Operations*): Tim Operasi memanfaatkan kemampuan analitis yang kuat untuk memastikan produk perusahaan memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna. Mereka menggunakan produk perusahaan untuk memberdayakan dan membawa kegembiraan bagi komunitas global
3. Produk (*Product*): Tim Produk berfokus pada inovasi dan pengarahannya. Mereka melakukan penyelidikan, identifikasi, dan memberikan arahan kesuksesan platform kelas dunia. Tim ini mendorong pengembangan produk serta berperan penting dalam menganalisis pasar, menentukan visi dan strategi, serta berkolaborasi dengan departemen lain.

4. Desain (*Design*): Departemen Desain memiliki kreativitas dan keterampilan artistik yang luar biasa. Mereka bertanggung jawab dalam menciptakan representasi visual produk dan bisnis perusahaan. Tim Desain menciptakan desain unik yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mencerminkan estetika merek perusahaan.
5. Pemasaran (*Marketing*): Departemen Pemasaran menggabungkan kreativitas dan riset pasar untuk menarik konsumen dan mitra bisnis. Mereka memimpin strategi branding, periklanan, komunikasi, dan media di seluruh dunia. Fokus mereka adalah meningkatkan visibilitas merek perusahaan secara global.
6. Penjualan (*Sales*): Tim Penjualan tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan pendapatan, tetapi juga membangun hubungan yang kuat dan memberikan pengalaman positif kepada pelanggan. Melalui hubungan yang berharga, mereka menciptakan keterikatan antara produk/layanan perusahaan dan pelanggan.
7. Riset dan Pengembangan (*Research and Development*): Departemen Riset dan Pengembangan (RnD) bertujuan untuk mendorong kemajuan bisnis perusahaan dengan memperbaiki dan meningkatkan produk yang ada guna memenuhi kebutuhan pengguna global. Mereka juga bertanggung jawab untuk mengeksplorasi inovasi demi masa depan.

#### **1.1.6 Proses Bisnis Moonton**

Pendapatan dan juga penghasilan yang di dapat oleh Moonton terdapat banyak penghasilan yang diperoleh dari *In-App Purchase* melalui *Google Play Store* dan *Apps Store*, iklan dan lewat aktivitas *top up diamond* yang dilakukan oleh para pemain *game Mobile Legends*.

Proses *top up diamond* inilah dimana pengguna *game Mobile Legends* melakukan penukaran uang dari rekening atau pulsa mereka sendiri menjadi *diamond* yang merupakan alat tukar yang hanya bisa digunakan dalam *game mobile legends* yang nantinya dapat digunakan untuk membeli *virtual items* pada *game mobile legends* ini merupakan suatu modal dan juga keuntungan yang sangat besar untuk Moonton sendiri. Semakin banyak yang melakukan pembelian *diamond* atau *skin* maka semakin banyak pula keuntungan pendapatan yang diperoleh Moonton (Khun Riswan,2023)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) adalah permainan gaya arena pertempuran online multipemain yang dikembangkan dan didistribusikan oleh *Moonton*, yang kini menjadi bagian dari *ByteDance*. Game ini pertama kali diluncurkan di server Indonesia pada tanggal 14 Juli 2016 untuk platform *Android*, dan kemudian dirilis untuk platform *iOS* pada tanggal 9 November. MLBB dirancang khusus untuk dimainkan di perangkat mobile phone, baik *Android* maupun *iOS*.

Mobile Legends: Bang Bang adalah permainan yang menggunakan mekanisme pertarungan antara dua tim yang saling berlawanan. Setiap tim terdiri dari lima pemain yang mengendalikan avatar atau pahlawan melalui platform mereka sendiri. Tujuan utama dari permainan ini adalah meraih kemenangan dengan menghancurkan markas musuh sambil melindungi markas sendiri. Untuk mencapai hal tersebut, tim harus menguasai ketiga jalur yang tersedia dalam permainan, yaitu *bottom lane*, *middle lane*, dan *top lane*, yang menghubungkan markas kedua tim. Selama pertempuran, pemain akan berhadapan dengan karakter *minion* yang dikendalikan komputer, yang muncul di markas tim dan bergerak menuju markas musuh, melawan musuh dan menyerang menara yang menjaga markas.

Mobile Legends: Bang Bang telah menjadi salah satu *game* yang populer di Indonesia dan di seluruh dunia. Permainan ini menawarkan berbagai pilihan pahlawan dengan keahlian dan kemampuan unik yang dapat dipilih oleh pemain. Selain itu, MLBB juga menyediakan mode permainan yang beragam, seperti *Classic*, *Ranked*, *Brawl*, dan lainnya, yang memberikan pengalaman bermain yang berbeda-beda. Dengan *gameplay* yang seru dan komunitas yang aktif, Mobile Legends: Bang Bang terus menjadi salah satu game populer di dunia *esports*. Pengembangan dan pembaruan konten secara teratur juga menjaga keberlanjutan dan daya tarik permainan ini. Dalam penelitian ini, Mobile Legends: Bang Bang dapat digambarkan sebagai salah satu game *MOBA* yang sukses dan memiliki pengaruh signifikan dalam industri permainan video, terutama di pasar perangkat mobile.

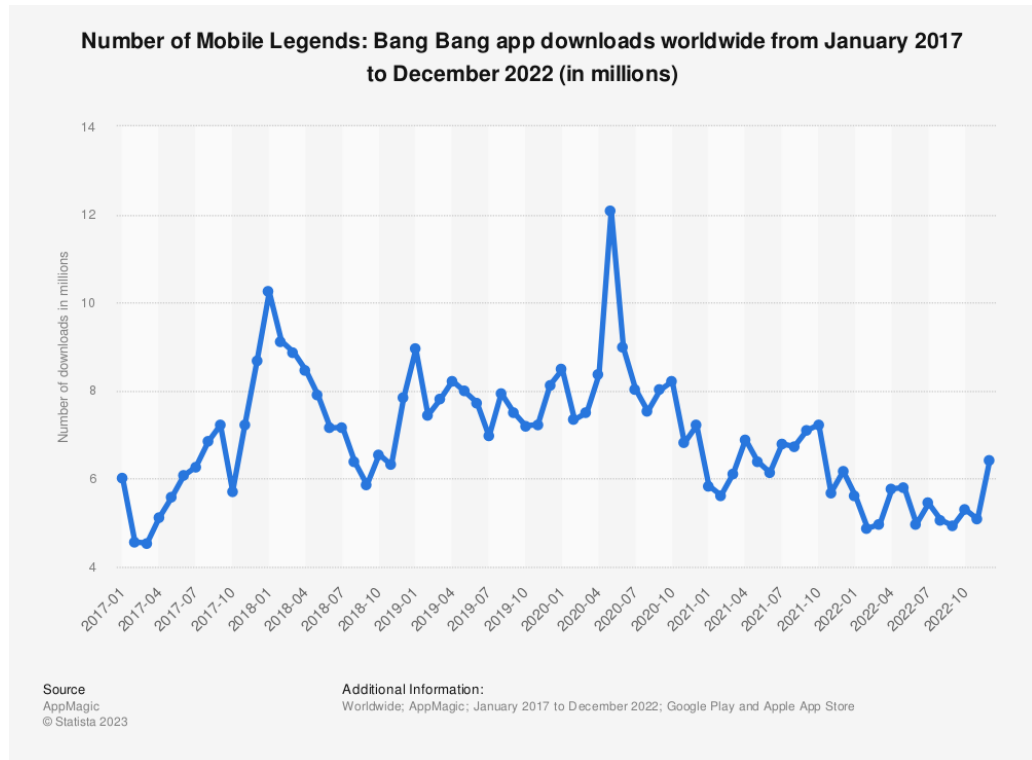


**Gambar 1. 2 Logo Mobile Legends Bang Bang**

*Sumber: www.moonton.com, 2023*

Logo game online Mobile Legends: Bang Bang memiliki desain yang menarik dan terdiri dari beberapa elemen yang memiliki makna simbolis. Logo tersebut menggunakan huruf sans-serif dengan dekorasi serif di sudut kanan, memberikan sentuhan visual yang unik. Salah satu elemen menonjol dalam logo adalah simbol kristal di tengah huruf "O". Kristal tersebut berbentuk menara yang melambangkan cahaya, kemuliaan, kemegahan, harapan, dan multi budaya.

Logo terbaru Mobile Legends: Bang Bang mengadopsi warna emas metalik sebagai warna utama. Pemilihan warna ini bertujuan untuk memancarkan semangat meraih kemuliaan dan memberikan harapan untuk kemajuan. Latar belakang logo menggunakan warna hitam, yang dirancang untuk memperkuat kontras dengan warna emas dari logo dan tulisan "Mobile Legends: Bang Bang", sehingga logo tersebut terlihat jelas dan menonjol. Dengan pemilihan warna emas dan latar belakang hitam, logo ini terlihat lebih elegan dan menarik. Meskipun memiliki desain yang sederhana, logo Mobile Legends: Bang Bang tetap berhasil menghadirkan kesan yang diinginkan. Logo terbaru ini diluncurkan bersamaan dengan update *Next Project*, yang melibatkan peningkatan fitur dan karakter dalam permainan. Hal ini menunjukkan bahwa pengembang game memberikan perhatian khusus pada branding dan tampilan logo sebagai bagian dari upaya untuk memberikan pengalaman yang lebih menarik dan menarik perhatian para pemain.

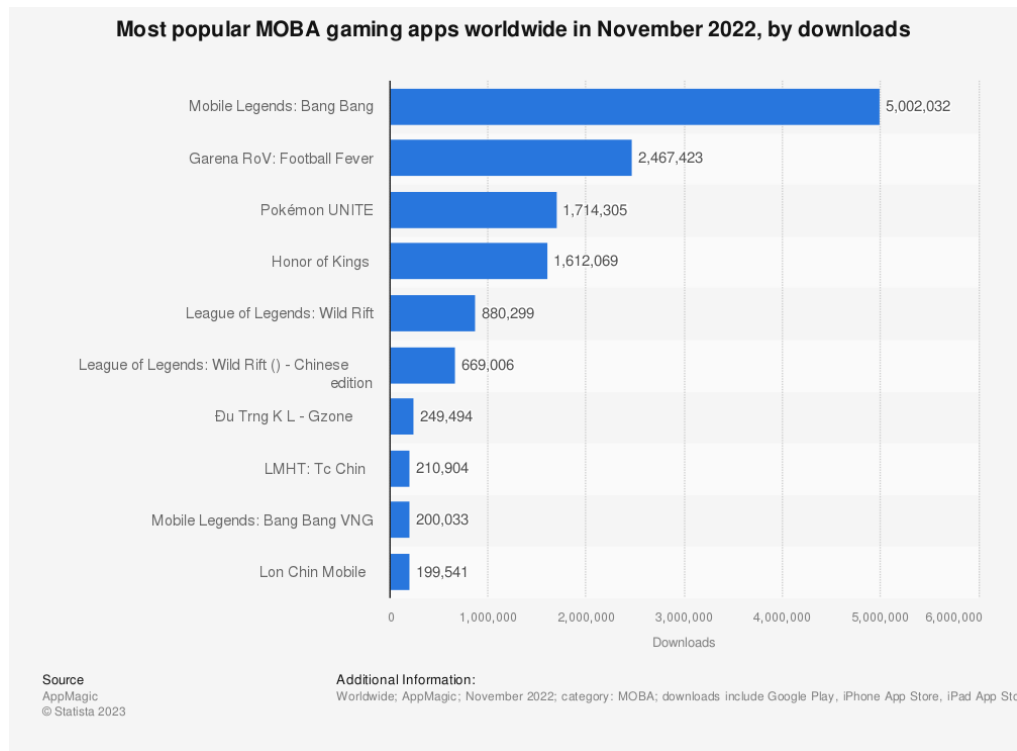


**Gambar 1.3** *Number of Mobile Legends: Bang Bang app downloads worldwide*

*Sumber: www.statista.com, 2023*

Dalam beberapa tahun terakhir, Mobile Legends: Bang Bang telah mencapai popularitas yang besar di komunitas pemain game mobile, terutama di Asia Tenggara. Jumlah unduhan aplikasi yang mencapai sekitar 6,4 juta unduhan aplikasi pada bulan Desember 2022. Total unduhan aplikasi MLBB telah mencapai lebih dari 500 juta unduhan.jutaan menunjukkan daya tarik permainan ini. Keberhasilan Mobile Legends: Bang Bang dapat diatribusikan pada gameplay yang adiktif, grafis yang menarik, serta komunitas pemain yang aktif dan kompetitif.





**Gambar 1. 4** *Most popular MOBA gaming apps worldwide in November 2022*

*Sumber: www.statista.com, 2023*

Pada bulan November 2022, Mobile Legends: Bang Bang menjadi permainan multiplayer online battle arena (MOBA) yang paling banyak diunduh secara gratis di seluruh dunia. Permainan ini berhasil mencatat lebih dari lima juta unduhan yang dikombinasikan dari Google Play dan Apple App Store. Dengan jumlah unduhan yang begitu besar, Mobile Legends: Bang Bang telah menarik perhatian pengguna di berbagai belahan dunia. Peringkat kedua dalam kategori ini dipegang oleh Garena RoV: RoV Football Fever, dengan hampir 2,5 juta unduhan global. Hal ini menunjukkan popularitas yang signifikan dari permainan MOBA ini di kalangan pengguna seluler.

Melihat betapa *popular* dan dicintainya *game Mobile Legends* di Asia Tenggara, khususnya di Indonesia, Malaysia dan Filipina dengan total pengguna yang sangat massive. Menarik perhatian penulis untuk mengangkat fenomena terbaru yang terjadi disekitar pengguna *game mobile legends* saat ini.



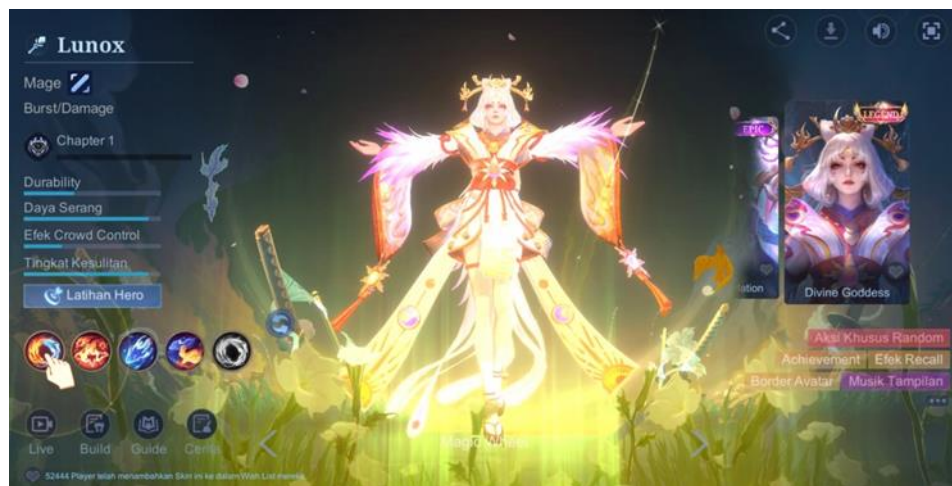
**Gambar 1. 5 Sebaran pengguna game mobile legends di Indonesia**

*Sumber: Konferensi Pers MPL Indonesia oleh  
Moonton, 2021*

Berdasarkan data yang disampaikan, oleh Moonton pada Konferensi Pers MPL Indonesia menunjukkan bahwa Pulau Jawa memiliki presentase jumlah pemain Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) terbanyak di Indonesia dengan jumlah pengguna sekitar 52 %, sementara 29,38 persen berasal dari Pulau Sumatera. Sementara itu, persentase pemain dari pulau lain termasuk Kalimantan sebesar 7,41 %, Sulawesi sebesar 6,29 %, Bali sebesar 3,73 %, dan Papua sebesar 0,54 % Pemain MLBB di Pulau Jawa didominasi oleh kota-kota seperti DKI Jakarta, Banten, Yogyakarta, Bandung, Surabaya, dan Semarang. Kota Bandung sendiri termasuk dalam kategori kota dengan jumlah pemain MLBB yang signifikan di Pulau Jawa. Oleh karena itu, peneliti memilih Kota Bandung sebagai objek penelitian. Selain alasan tersebut, Kota Bandung juga mendukung penelitian ini karena di sana terdapat berbagai kegiatan besar seperti turnamen dan perkumpulan komunitas MLBB yang sering kali dilaksanakan secara offline. Hal ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian secara langsung dan mendapatkan data yang relevan.

### 1.2.1 Produk *Virtual Items* Dalam *Game Mobile Legends Bang Bang*

Dalam permainan *Mobile Legends: Bang Bang*, skin merujuk pada item *virtual* yang dapat mengubah tampilan karakter atau hero dalam permainan. Skin ini tidak memberikan keuntungan gameplay yang signifikan, tetapi banyak diminati oleh pemain karena faktor estetika dan keunikan desainnya. Skin *Mobile Legends* terdiri dari beberapa jenis tingkatan, yang memberikan variasi harga dan desain yang berbeda. Berikut adalah penjelasan tentang setiap jenis tingkatan skin tersebut ;



**Gambar 1. 6 Skin Heroes *Mobile legends : Bang Bang***

*Sumber: Game Mobile Legends Bang Bang, 2023*

- *Skin Normal/Basic*

Skin Normal atau Basic merupakan tingkatan paling rendah dari skin *Mobile Legends*. Mereka memiliki harga yang paling terjangkau dibandingkan dengan tingkatan lainnya. Skin basic memiliki desain dasar dan tidak memiliki efek visual yang signifikan.
- *Skin Elite*

Skin Elite merupakan tingkatan di atas skin basic. Mereka memiliki harga yang lebih tinggi dan desain yang lebih menarik. Skin elite sering kali menambahkan detail dan elemen visual tambahan pada karakter atau hero.

- *Skin Special*

Skin Special berada di tingkat tengah dari seluruh kategori skin Mobile Legends. Mereka menawarkan desain yang menarik dan unik. Skin special sering kali memiliki tema tertentu, seperti musim liburan, acara khusus, atau kolaborasi dengan merek terkenal.

- *Skin Epic*

Skin Epic adalah tingkatan skin yang tergolong eksklusif. Mereka memiliki desain yang sangat detail dan efek visual yang mencolok. Skin epic sering kali mengubah seluruh tampilan karakter atau hero, termasuk animasi keterampilan khusus.

- *Skin Legend*

Skin Legend adalah tingkatan skin yang sangat eksklusif dan dianggap sebagai yang terbaik di antara tingkatan lainnya. Mereka menawarkan desain yang sangat menarik dan memukau. Skin legend sering kali memiliki efek visual yang unik dan keterampilan khusus yang dirancang khusus untuk skin tersebut. Harganya juga jauh lebih tinggi dibandingkan dengan tingkatan lainnya.

- *Skin Limited*

Skin Limited hampir sebanding dengan skin legend dalam hal kualitas dan eksklusivitas. Namun, yang membedakan adalah bahwa skin limited hanya dijual dalam jangka waktu tertentu dan jumlahnya terbatas. Setelah periode penjualan berakhir, skin limited tidak akan tersedia lagi di Mobile Legends: Bang Bang. Hal ini membuat mereka menjadi sangat langka dan dicari oleh para kolektor. Terdapat beberapa jenis *Skin Limited* yaitu ;

1. *Skin Collector*

*Skin* ini hanya dapat didapatkan melalui sistem *gacha* yang menggunakan *token* untuk mengundinya yang hanya muncul dalam beberapa bulan sekali

## 2. *Skin Starlight*

*Skin Starlight* dalam Mobile Legends adalah jenis skin langganan eksklusif yang tersedia untuk pemegang Starlight Membership. Skin ini ditawarkan setiap bulan dengan tema yang berbeda dan memberikan pemain akses ke tampilan hero yang unik dan istimewa.

## 3. *Skin Collaboration*

*Skin Collaboration* adalah jenis skin yang diciptakan melalui kerjasama antara Mobile Legends dan merek terkenal atau konten populer lainnya. Ini bisa berupa kolaborasi dengan merek fashion, film, komik, atau karakter populer. Skin Kolaborasi sering kali memiliki desain yang terinspirasi oleh merek atau karakter tersebut, menambahkan elemen yang unik dan menghadirkan pengalaman bermain yang lebih menyenangkan bagi para pemain yang menyukai merek atau karakter tersebut. Mobile legends telah bekerja sama dengan banyak IP (*Intellectual Property*) besar seperti ; *Star Wars, King of Fighter, Transformer, Saint Saiya, Kung Fu Panda* dan yang terbaru *Jujutsu Kaisen* (sumber: pengumuman resmi Mobile Legends : Bang Bang)

### 1.2.2 Harga *Virtual Items* Mobile Legends: Bang Bang

Tabel dibawah akan memberi gambaran mengenai harga *Virtual Items* atau *Diamond* dalam Mobile Legends (ML) adalah mata uang virtual yang digunakan dalam permainan. Ini adalah salah satu bentuk pembayaran dalam game yang memungkinkan pemain untuk membeli berbagai item dalam permainan, termasuk *skin, hero, emblem, gear*, dan fitur lainnya.

*Diamond* dalam Mobile Legends dapat diperoleh dengan beberapa cara, antara lain;

1. Pembelian dengan Uang Asli: Pemain dapat membeli diamond langsung melalui transaksi uang asli menggunakan metode pembayaran yang disediakan dalam permainan. Pemain dapat memilih paket diamond yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka.
2. Hadiah dan Event: Diamond juga dapat diperoleh sebagai hadiah melalui event khusus dalam permainan, seperti event harian, event peringkat, dan event spesial. Pemain dapat memenangkan diamond sebagai hadiah dalam turnamen, kompetisi, atau melalui hadiah prestasi tertentu.

Diamond memainkan peran penting dalam permainan *Mobile Legends Bang Bang* karena memungkinkan pemain untuk meningkatkan pengalaman mereka dalam permainan. Pemain dapat menggunakan diamond untuk membeli skin yang menarik, yang memberikan tampilan unik dan khusus untuk hero mereka. Selain itu, diamond juga dapat digunakan untuk membeli *hero* baru, *emblem*, *gear*, atau item lain yang dapat meningkatkan kinerja dalam pertempuran.

Pemain dapat membeli diamond dengan harga tertentu sesuai dengan paket yang mereka pilih. Harga diamond dapat bervariasi tergantung pada negara dan platform permainan. Berikut Harga yang digunakan dalam game MLBB jika dikonversikan dalam Rupiah (IDR):

**Table 1. 1 Harga Virtual Mobile Legends: Bang Bang**

<b>Game Harga Virtual (<i>Diamond</i>)</b>	<b>Harga (Dalam Satuan Rupiah)</b>
<i>MLBB 1 Diamond</i>	Rp 273

*Sumber: Game online MLBB, 2023*

Dan berikut ini adalah harga dari produk yang dikategorisasi berdasarkan pengelompokan kelasnya yang sudah dijelaskan dalam sub bab produk *virtual items Mobile Legends: Bang Bang*:

**Table 1. 2 Harga Skin Mobile Legends: Bang Bang**

No	Kategori Skin	Harga Virtual (Diamond)	Harga (IDR)
1	Skin Basic	299 Diamond	Berkisaran diharga Rp 80.000
2	Skin Elite	399 Diamond	Berkisaran diharga Rp 100.000
3	Skin Special	749 Diamond	Berkisaran diharga Rp 200.000
4	Skin Epic	899 Diamond	Berkisaran diharga Rp 250.000

5	Skin Legend	10.800 Diamond	Berkisaran diharga Rp 3.000.000
6	Skin Limited	6.000 - 11.000 Diamond	Berkisaran diharga Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000

*Sumber: Game online MLBB, 2023*

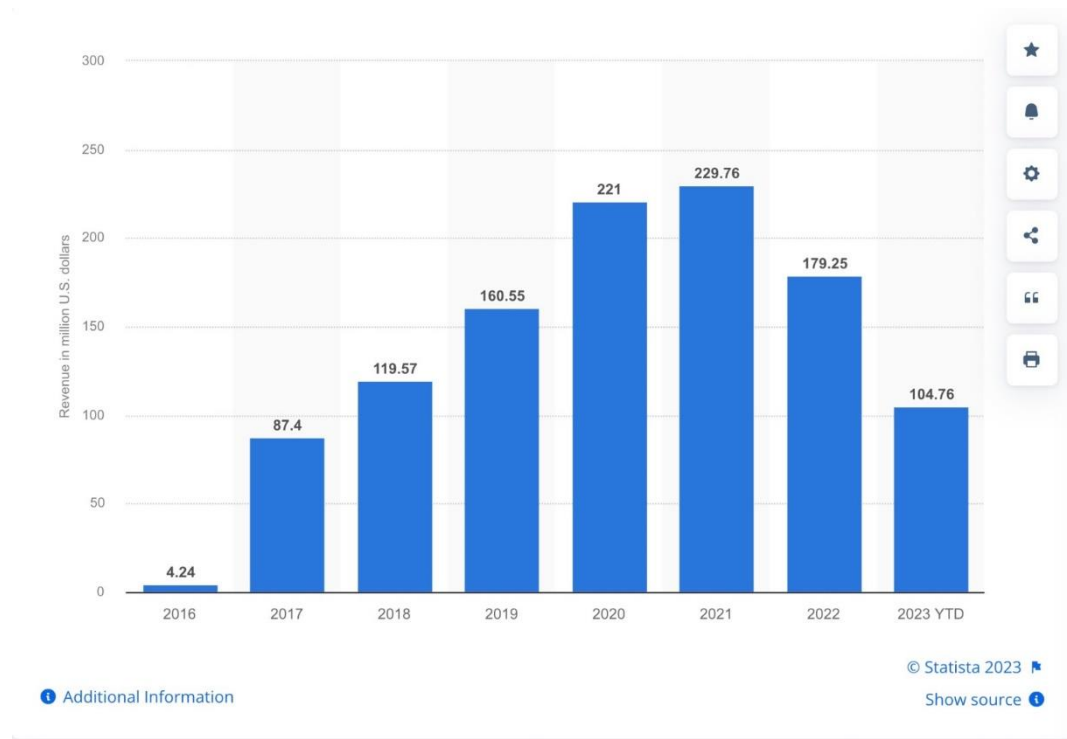
Game online menjadi gaya hidup bagi sebagian orang di Indonesia, dengan alasan hiburan dan sebagai sarana untuk mengasah kemampuan serta berkompetisi (Soebastian, 2010).

Dalam perkembangannya, *game online* kini dikenal sebagai sistem ekonomi virtual, di mana pemain dapat melakukan transaksi jual beli virtual item menggunakan uang nyata. Hal ini menjadi strategi bisnis dalam industri game, di mana virtual item dapat menjadi nilai investasi bagi pemain dan industri game tersebut (Ho & Wu, 2012). Virtual item dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu dekoratif dan fungsional. Virtual item fungsional berfungsi untuk meningkatkan kemampuan karakter pemain, sedangkan virtual item dekoratif memberikan nilai visual bagi pemain (Lin & Sun, 2007).

Peningkatan nilai *virtual item* dapat terjadi karena pemain membutuhkan waktu dan usaha dalam mendapatkannya, sehingga nilai dan kegunaan virtual item tersebut meningkat. Keberadaan *virtual item* fungsional juga memengaruhi kemampuan pemain dalam berkompetisi dengan pemain lain (Yoon, 2011). Pembelian *virtual item* dalam game online dipengaruhi oleh teori nilai konsumsi, termasuk nilai fungsional, nilai emosional, nilai sosial, nilai epistemik, dan nilai kondisional (Ho & Wu, 2012).

Harga juga merupakan variabel penting dalam penelitian ini karena harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian virtual item dalam game online. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai konsumsi virtual item dalam game online, semakin besar kecenderungan untuk melakukan pembelian (Ho & Wu, 2012).

Sejak tahun 2021 hingga Agustus 2023, pendapatan dari in-app purchase dan penjualan produk dalam game Mobile Legends mengalami penurunan



**Gambar 1.8 In-App Purchase Mobile Legends**

*Sumber: Statista.com, 2023*

Di balik penurunan ini peneliti memiliki asumsi terdapat fenomena yang lebih kompleks dan terkait dengan pengalaman bermain pengguna game mobile legends. Peneliti berpendapat bahwa kondisi ini juga dipengaruhi oleh tingkat ketidakpuasan para pemain terhadap berbagai aspek yang terjadi saat bermain Mobile Legends.

Berdasarkan tanggapan pemain dan konten-konten di media sosial, beberapa pemain Mobile Legends Bang Bang (MLBB) menyampaikan kekecewaan terhadap buruknya jaringan saat *in-game* dimana akan terjadi *lag* dan *jumping connection* saat pengguna sedang bermain *classic*, *brawl* dan *ranked match*.





**Gambar 1.9** Komentar tentang Mobile Legends di social media

Sumber: twitter.com,2024

Salah satu asumsi utama adalah bahwa penurunan pendapatan ini sebagian disebabkan oleh buruknya koneksi saat bermain dan sistem matchmaking yang dianggap tidak adil. Saat pengguna bermain di mode solo ranked match, sering kali mereka mengalami ketidakseimbangan antara tim yang kuat dan lawan yang lebih lemah.

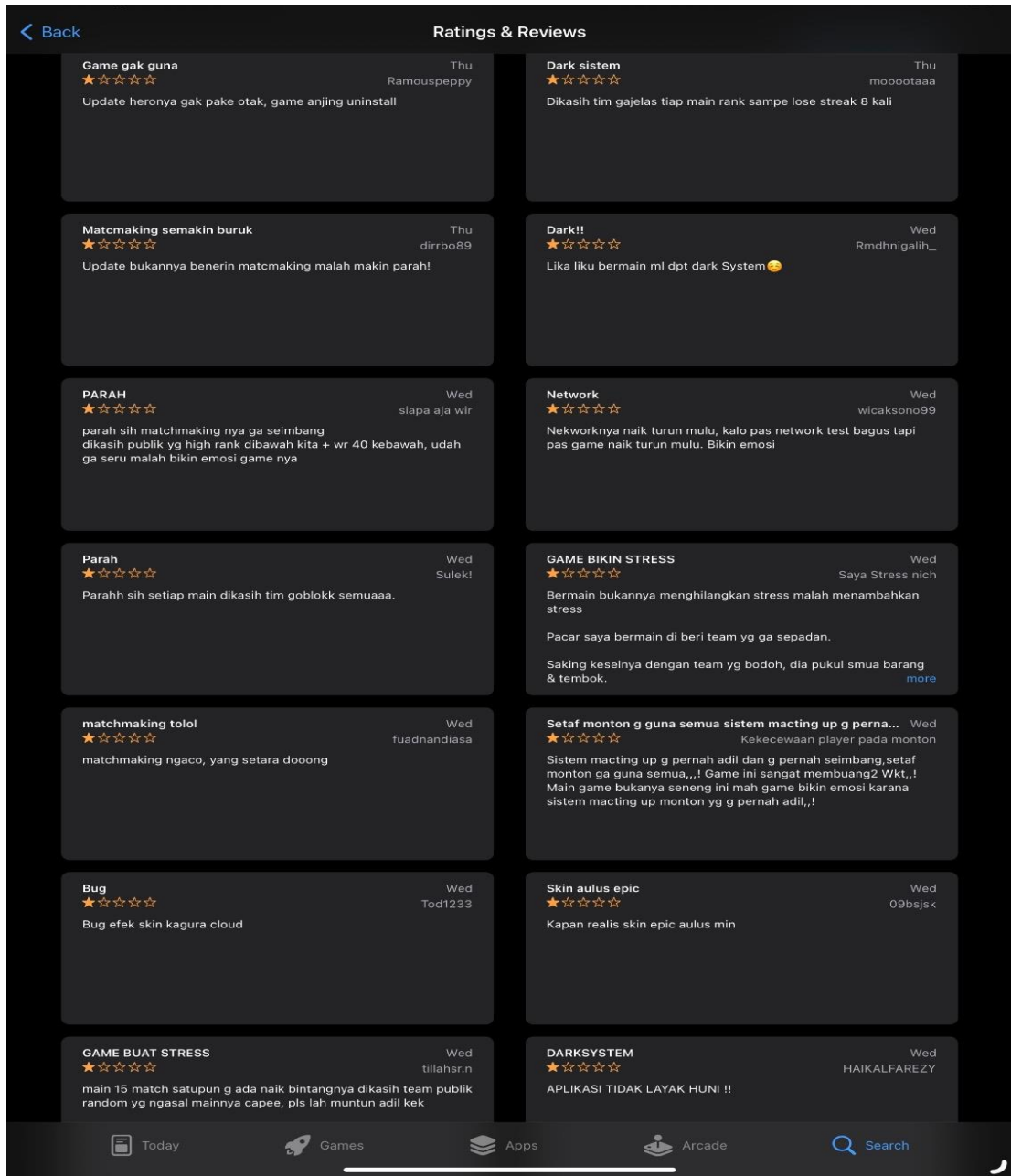
Fenomena ini dikenal dengan istilah "*Dark Sistem*," yang awalnya diramaikan oleh Jonathan Liandhi, seorang youtuber gamer dan mantan *pro player* dari tim *Evos Legends*.



**Gambar 1.10** Konten mengenai game mobile legends di social media

*Sumber: tiktok.com, 2023*

"*Dark Sistem*" atau sistem *matchmaking* yang tidak adil ini seringkali memunculkan rasa frustrasi pada pemain Mobile Legends. Padahal, tujuan awal bermain game adalah untuk melepaskan penat dan mengurangi tingkat stres (Suryanto, 2015). Namun, ironisnya, sistem *matchmaking* yang tidak adil ini justru menambah tingkat stres dan frustrasi para pengguna game Mobile Legends.



**Gambar 1.11 Review Pengguna Mobile Legends di Appstore**

*Sumber : appstore.com,2023*

Gambar diatas menunjukan ketidakpuasan pengguna game mobile legends bang bang pada kolom ulasan game mobile legends di *appstore* tempat mengunduh game tersebut untuk pengguna gawai yang menggunakan sistem perangkat *ios* dari produk *apple*.

Hal ini menjadi alasan diadakannya penelitian ini di guna mempelajari pengaruh *perceived value* dan *Satisfaction* terhadap keputusan pembelian *virtual items* pada game online MLBB di Kota Bandung.

Peneliti ingin membuktikan bahwa ketidakpuasan pemain terhadap kondisi buruk koneksi dan sistem matchmaking yang tidak adil dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian virtual items dalam Mobile Legends. Dengan mengaitkan variabel *perceived value* dan kepuasan pengguna terhadap keputusan pembelian, penelitian ini akan mengungkapkan apakah pengalaman negatif ini memiliki korelasi dengan penurunan pendapatan dari *in-app purchase game Mobile Legends* dalam tiga tahun terakhir.

Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang dampak pengalaman bermain yang negatif terhadap keputusan pembelian dalam dunia game mobile modern.

Dengan mengacu pada penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived value* dan kepuasan terhadap keputusan pembelian virtual items pada game online MLBB.

Penelitian ini juga akan melihat tingkat *perceived value* yang dirasakan oleh pemain MLBB di Kota Bandung, serta faktor-faktor yang mempengaruhi *perceived value* dan kepuasan dalam konteks pembelian *virtual items*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi akademisi dan praktisi dalam memahami perilaku pembelian *virtual items* pada game online MLBB di Kota Bandung.

## **1.4 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana *perceived value*, *Satisfaction*, dan keputusan pembelian *virtual items* pada *game online Mobile legends Bang Bang*?
2. Bagaimana pengaruh *perceived value* dan *Satisfaction* terhadap keputusan pembelian *virtual items* pada *game online Mobile Legends Bang Bang* secara parsial?
3. Bagaimana pengaruh *perceived value* dan *Satisfaction* terhadap keputusan pembelian *virtual items* pada *game online Mobile Legends Bang Bang* secara simultan?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui *perceived value*, *Satisfaction*, dan keputusan pembelian *virtual items* pada *game online Mobile legends Bang Bang*?
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* dan *Satisfaction* terhadap keputusan pembelian *virtual items* pada *game online Mobile Legends Bang Bang* secara parsial
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value*, *Satisfaction*, terhadap keputusan pembelian *virtual items* pada *game online Mobile legends Bang Bang* secara simultan.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Kegunaan Teoritis**

Kontribusi pada Teori Perilaku Konsumen: Penelitian ini akan memberikan kontribusi pada teori perilaku konsumen dengan menguji pengaruh *perceived value* dan kepuasan terhadap keputusan pembelian *virtual items* dalam konteks *game online*. Hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam lingkungan virtual dan memberikan wawasan baru bagi pengembangan teori perilaku konsumen.

Pengembangan Teori *Perceived Value*: Penelitian ini akan membantu dalam mengembangkan teori *perceived value* dalam konteks pembelian *virtual items* pada *game online*. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *perceived value*,

penelitian ini dapat memberikan landasan teoritis yang kuat untuk memahami bagaimana pemain game online menilai dan mempersepsikan nilai dari virtual items.

### **1.6.2 Kegunaan Praktis**

Panduan bagi Pengembang Game dan Perusahaan Game: Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi pengembang game dan perusahaan game dalam meningkatkan perceived value dan kepuasan pemain serta mempengaruhi keputusan pembelian virtual items. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, pengembang game dapat merancang dan menawarkan virtual items yang lebih menarik dan bernilai bagi pemain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

Informasi bagi Pemain Game: Penelitian ini juga memberikan manfaat bagi pemain game dengan memberikan pemahaman lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian virtual items. Pemain dapat menggunakan pengetahuan ini untuk membuat keputusan pembelian yang lebih bijaksana dan memaksimalkan pengalaman mereka dalam bermain game online.

Kontribusi pada Industri Game: Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada industri game secara keseluruhan dengan memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam konteks game online. Hal ini dapat membantu industri game dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menarik bagi pemain, serta meningkatkan kualitas dan nilai dari virtual items yang ditawarkan.

### **1.7 Waktu dan Periode Penelitian**

Waktu dan periode penelitian akan dimulai dari bulan November 2022 – Juli 2023.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran umum terkait penelitian yang dilakukan oleh penulis. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

## **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang penjelasan mengenai gambaran secara umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

## **BAB III. METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

## **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisis data, dan interpretasi terhadap hasil berdasarkan metode yang digunakan dalam penelitian.

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil olahan data dan saran yang dapat diimplementasikan bagi perusahaan.