

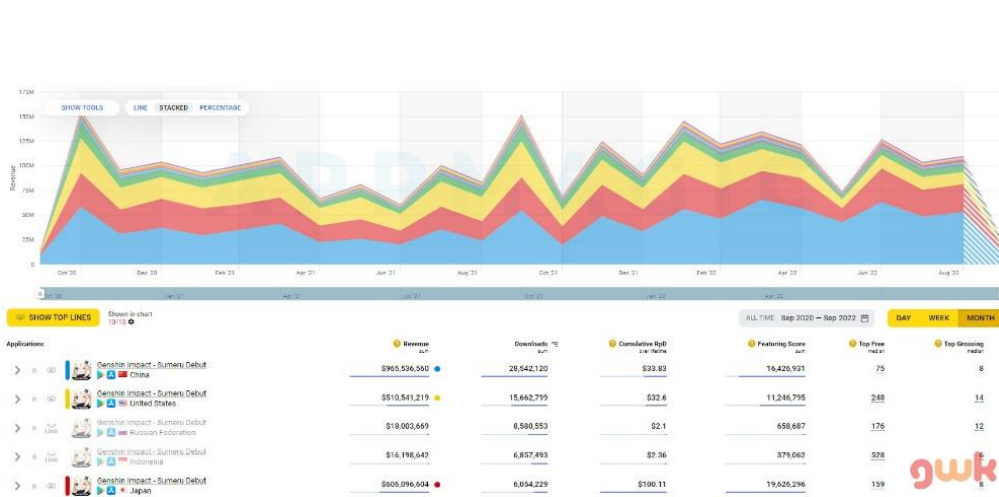
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi, penggunaan *smartphone*, dan jaringan komunikasi global, *online games* kini menjadi rutinitas sehari-hari bagi banyak orang (Hamari *et al*, 2015a). Pasar *online games* diperkirakan akan terus berkembang, terutama dengan popularitas Internet (Merhi, 2016). Perkembangan *online games* kini menawarkan fitur *freemium*. Model bisnis *freemium* adalah produk atau layanan dasar secara gratis, namun memungkinkan pengguna untuk berlangganan fitur premium dengan biaya tambahan. Model ini bisa ditemukan di berbagai *platform*, seperti musik, majalah, jaringan sosial, layanan *cloud*, dan tentunya *game* (Hamari *et al*, 2020).

*Genshin impact* adalah *game gacha* yang dengan cepat mendapatkan ketenaran dalam enam bulan pertama peluncurannya, dengan pendapatan sudah mencapai \$1 miliar (Chapple, 2021). Salah satu metode *freemium* yang terdapat di *Genshin impact* adalah *battle pass*. *Battle pass* pertama kali diperkenalkan oleh *Valve Corporation* pada 2013 dalam *game massive online battle arena (MOBA)* Dota2. Sejak saat itu, berbagai *game* telah mengadopsi konsep "*Battle Pass*" atau "*Event Pass*", menjadikannya elemen reguler dalam konsumsi *game* digital. Umumnya *battle pass* dihargai sekitar \$10 USD (Goslin, 2019), menyediakan kesempatan bagi pemain untuk mengakses konten dalam *game* melalui pencapaian tantangan tertentu selama periode musim yang biasanya berlangsung antara tiga hingga empat bulan. *Battle pass* menyediakan jalur alternatif bagi pemain untuk mendapatkan konten yang hanya diakses melalui pembelian langsung.



**Gambar 1.1 Data Statistik Pengguna Genshin Impact Di Dunia**

Berdasarkan data dari *AppMagic* pada gambar 1.1, sejak pertama kali rilis hingga tanggal 9 September 2022, Indonesia berada di peringkat ke-4 dari 5 negara yaitu China, Amerika, Rusia dan Jepang dengan pemain *Genshin impact* terbanyak di *platform mobile* dengan total 6,857,493 *download*, melebihi Jepang yang memiliki 6,054,229 *download* di peringkat 5. Meskipun memiliki banyak pemain daripada daJepang, pendapatan *Genshin impact* di Indonesia hanya sekitar IDR 240 miliar yang dimana lebih kecil daripada pendapatan di ke empat negara lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa ada ketimpangan antara jumlah pemain dan pendapatan, yang mengindikasikan adanya potensi untuk meningkatkan pendapatan dari pasar Indonesia. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan adalah dengan menerapkan analisis penerimaan terhadap fitur-fitur premium dalam permainan, seperti *Battle Pass Premium*. Tidak semua pemain tertarik untuk berlangganan *battle pass premium*, melalui beberapa forum k komunitas *genshin impact* beberapa pemain merasa tidak ada pembaruan konten dalam *battle pass premium* pada *genshin impact* selama beberapa tahun terakhir. Selain itu beberapa pemain merasa bahwa *game Genshin impact* merupakan *game free to play* sehingga tidak memerlukan pembelian dalam *game*. *Battle pass* juga

menuntut pemain untuk menyelesaikan misi yang ada untuk mendapatkan hadiah pada setiap *level battle pass* dengan waktu yang terbatas.

Niat untuk menggunakan *games online* dijelaskan oleh tiga jenis kepuasan: kepuasan hedonik (*enjoyment, fantasy, dan escapism*), kepuasan utilitarian (*achievement*), dan kepuasan sosial (*interaction dan presence*) (Li et al, 2015). Dalam studi kedua, Merhi menguji model terpadu faktor-faktor yang memiliki potensi untuk memengaruhi niat perilaku untuk mengadopsi permainan daring. Hasil ini menunjukkan bahwa niat untuk bermain permainan daring dijelaskan oleh kesenangan, pencapaian, dan interaksi sosial. Selain itu, daya tarik visual dan pelarian secara positif memengaruhi tingkat kesenangan (Merhi, 2016b).

Untuk memahami penerimaan pengguna untuk berlangganan *battle pass premium* dapat menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Tujuan menggunakan model UTAUT yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengguna bereaksi terhadap pengenalan aplikasi baru (Prasetyo, 2017). Model UTAUT pertama kali digagaskan oleh Venkatesh pada tahun 2003. Untuk menyesuaikan UTAUT dengan konteks konsumsi, Venkatesh *et al.* mengusulkan UTAUT 2 (Venkatesh *et al*, 2012b). UTAUT 2 berusaha menjelaskan secara agregat mengapa individu menggunakan teknologi informasi yang mereka miliki. Model UTAUT memiliki 4 konstruk utama yang berperan penting 7 sebagai penentu minat penggunaan (*Intention to Use*) dan tingkat terbiasa untuk menggunakan (*Use behavior*), yaitu *Performance expectancy, Effort Expentancy, Social influence, dan Facilitating condition*. Pada UTAUT2 (Venkatesh *et al*, 2012a) memasukkan variabel *Hedonic motivation, Price-value,*

dan *Habit* sebagai pendahulu dari *Behavioural Intention*. Demikian juga, variabel *Habit* juga langsung terkait dengan penggunaan teknologi tertentu.

Karena dalam penelitian ini yang diteliti adalah *battle pass premium* dari *game geshin impact*, penelitian ini mengadopsi model penelitian yang telah dibuat oleh peneliti sebelumnya, terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ramirez-Correa *et al*, 2019) yang sejalan dalam penelitian ini yaitu menganalisis penerimaan permainan *online* pada perangkat *mobile* menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) Studi ini berfokus pada sampel pemain *online* di Spanyol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UTAUT2 menjelaskan 71% penggunaan *online games* pada perangkat *mobile*. Studi ini menyoroti pentingnya *Habit*, *Hedonic motivation*, dan *Social influence* dalam niat untuk bermain permainan *online*. Penggunaan permainan *online* ditentukan oleh kebiasaan dan niat untuk bermain. Paper ini mengusulkan model UTAUT2 yang disederhanakan yang disesuaikan dengan konteks permainan *online*.

Berdasarkan latar belakang di atas maka akan dilakukan sebuah penelitian yang berjudul: Analisis Penerimaan Langganan Battle Pass Premium Pada Pemain Game Genshin Impact Di Indonesia Menggunakan Metode UTAUT2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner ke 400 responden *pemain geshin impact* di Indonesia yang berlangganan *battle pass premium*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam skripsi ini adalah bagaimana analisis penerimaan langganan *battle pass premium* pada pemain *game Genshin impact* di Indonesia berdasarkan metode UTAUT2?

### 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu melebar dan pembahasannya lebih terarah, maka perlu menerapkan batasan masalah dalam lingkup penelitian. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Metode yang digunakan untuk menganalisis penerimaan fitur premium pada *game Genshin impact* adalah UTAUT2. Model UTAUT2 Venkatesh *et al* (Venkatesh *et al*,2012a) yang diadopsi oleh (Ramirez-Correa *et al*, 2019).
2. Variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating conditions, Hedonic motivation, Price value, Habit, Behavioral intention* dan *Use behavior*.
3. Responden penelitian ini adalah pemain *game Genshin impact* di Indonesia yang pernah berlangganan *premium battle pass*.
4. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probabilistic sampling method* yaitu *purposive sampling*.

### 1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis penerimaan langganan *battle pass premium* pada pemain *game genshin impact* di Indonesia.

### 1.5 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat digunakan oleh pengembang *video game* sebagai dasar dan informasi dalam melakukan pembuatan dan pengembangan *fitur premium battle pass*.
2. Sebagai pendalaman pemahaman, serta aktualisasi dan implementasi terhadap ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama menjalani program pendidikan di program studi sistem informasi.
3. Sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya yang mengambil topik yang sama dengan penelitian ini.

### **1.6 Relevansi SI**

Satzinger, Jackson, dan Burd (2012) menyatakan sistem informasi ialah sekumpulan unsur-unsur yang dikumpulkan, diproses, disimpan serta memberikan output dari setiap informasi yang diperlukan dalam proses bisnis dan aplikasi yang dipakai via *software*, *database* dan bahkan proses manual yang terkait.

Sedangkan menurut (Laudon & Laudon, 2014) sistem informasi didefinisikan sebagai komponen terkait yang mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan. Sistem informasi juga memasukkan unsur sumber daya manusia, sehingga kombinasi antara teknologi dan manusia dapat memunculkan informasi guna mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat.

Sistem informasi, seperti yang didefinisikan oleh Satzinger, Jackson, dan Burd (2012) serta Laudon & Laudon (2014), berfokus pada kumpulan komponen yang mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi. Contoh konkret dari penerapan sistem informasi ini terlihat dalam industri hiburan digital, khususnya dalam *online games* dan sistem langganan *battle pass premium*.

Dalam *online games*, informasi seputar perilaku pemain, pencapaian, inventaris, dan aspek lainnya dikumpulkan dan diproses secara real-time untuk menciptakan pengalaman bermain yang menarik dan konsisten. Di sisi lain, sistem langganan *battle pass premium* mengharuskan pengumpulan dan pemrosesan informasi terkait transaksi, hak akses pemain, dan konten yang tersedia atau akan dibuka. Fungsi ini mendukung pengambilan keputusan bagi pengembang *game* dalam menyediakan konten yang relevan, sambil memungkinkan pemain untuk melacak perkembangan dan pencapaian mereka. Penting juga untuk diingat bahwa sumber daya manusia, seperti yang ditekankan oleh Laudon & Laudon, memainkan peran kunci dalam sistem ini, baik dalam pengembangan, pelayanan, maupun interaksi dengan pemain.

Viswanathan Venkatesh dan koleganya merumuskan Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (UTAUT). Model ini menyatukan kesamaan konseptual dan empiris dari teori-teori yang ada tentang proses penerimaan pengguna sistem informasi (Venkatesh *et al*, 2003). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *online games*, sistem langganan *battle pass* dan metode UTAUT2 sangat relevan dengan sistem informasi.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada skripsi akan mengarahkan penyusunan laporan supaya tidak menyimpang dan sebagai acuan utama untuk mencapai tujuan selama penulisan laporan skripsi yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Laporan skripsi ini terbagi menjadi lima bab sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, relevansi SI dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penulisan ini.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang landasan teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dan penelitian terdahulu yang menjadi acuan dari penelitian ini.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi metodologi yang digunakan dalam melakukan penelitian antara lain alur penelitian, identifikasi masalah, literature review, model konseptual penelitian, hipotesis penelitian, target dan jumlah responden, ukuran sampel, teknik sampling, teknik pengumpulan data, analisis dan pembahasan.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan menguraikan hasil penelitian secara deskriptif yaitu mengenai analisis penerimaan langganan *battle pass premium* pada game *Genshin impact* menggunakan metode UTAUT2 melalui pengujian hipotesis serta implikasi terhadap hasil penelitian yang dilakukan.

## **BAB V PENUTUP**

Berisi kesimpulan yang mencakup penyelesaian dari hasil pembahasan dan saran-saran yang diberikan oleh penulis yang mungkin dapat diterapkan kedepannya.