

**PENGARUH PROSES PENCIPTAAN PENGETAHUAN KONSUMEN
MODEL SEC I TERHADAP PENGETAHUAN BARU PADA APLIKASI
VIRTUAL MOBILE LEGENDS
(STUDI PADA USER MOBILE LEGENDS DI SURABAYA)**

SKRIPSI



Oleh :

KAFAH DEWANTARA LAWITANI

NPM : 22042010230

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA & POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PROSES PENCIPTAAN PENGETAHUAN KONSUMEN
MODEL SECI TERHADAP PENGETAHUAN BARU PADA APLIKASI
VIRTUAL MOBILE LEGEND SURABAYA
(STUDI PADA USER MOBILE LEGENDS DI SURABAYA)**

Disusun Oleh :

KAFAH DEWANTARA LAWITANI
NPM. 22042010230


Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING**

g/h
R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si.
NIP. 197206132021211003

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN ILMU POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

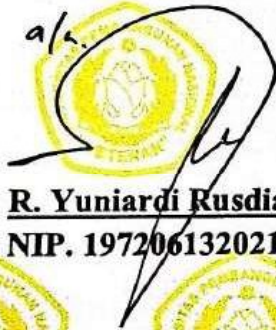
**PENGARUH PROSES PENCIPTAAN PENGETAHUAN KONSUMEN
MODEL SECI TERHADAP PENGETAHUAN BARU PADA APLIKASI
VIRTUAL MOBILE LEGEND SURABAYA
(STUDI PADA USER MOBILE LEGENDS DI SURABAYA)**

Disusun Oleh :

KAFAH DEWANTARA LAWITANI
NPM. 22042010230

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan
Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 22 Mei 2026**

Pembimbing Utama

a/s.


R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si.
NIP. 197206132021211003

Tim Penguji:

1. Ketua



Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NPT. 198604172020122007

2. Sekretaris



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

3. Anggota



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196902011994031001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN ILMU POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kafah Dewantara Lawitani
NPM : 22042010230
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 22 Mei 2026
Yang Membuat pernyataan



Kafah Dewantara Lawitani
NPM. 22042010230

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti peningkatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan laporan akhir skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH PROSES PENCIPTAAN PENGETAHUAN KONSUMEN *MODEL SECI* TERHADAP PENGETAHUAN BARU PADA APLIKASI VIRTUAL MOBILE LEGENDS (STUDI PADA USER MOBILE LEGENDS DI SURABAYA).**

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik yang harus dipenuhi oleh peneliti untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Selain itu, skripsi ini juga menjadi bentuk implementasi dari proses pembelajaran akademik yang telah ditempuh peneliti selama masa perkuliahan

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr.Acep Samsudin, S.Sos.,M.M.,M.A, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas, Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos.,M.Si selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan dan dukungan selama penyusunan laporan skripsi ini hingga selesai.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur telah memberikan ilmu dan nasehat selama ini.
5. Ibu dan kakak selalu memberikan suport baik dalam bentuk motivasi, doa, selama proses penyusunan laporan akhir skripsi ini hingga selesai.
6. Seluruh teman kuliah yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
7. Ayu, Dela, Indri sebagai teman jauh yang begitu baik kepada peneliti, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini. Peneliti juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta berkontribusi dalam pengembangan kajian ilmu Administrasi Bisnis, terkait bidang manajemen pengetahuan

Surabaya, 22 Mei 2026

Peneliti

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| ABSTRACT | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 15 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 16 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 16 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 17 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.2 Landasan Teori | 30 |
| 2.2.1 <i>Knowledge Based View</i> (Pandangan Berbasis Pengetahuan) | 30 |
| 2.2.1.1. Definisi <i>Knowledge Based View</i> | 30 |
| 2.2.1.2. Pengetahuan Sebagai Sumber Daya Strategis | 31 |
| 2.2.2 <i>Knowledge Creation</i> (Penciptaan Pengetahuan) | 32 |
| 2.2.2.1. Definisi <i>Knowledge Creation</i> | 32 |
| 2.2.2.2. Pengetahuan dan Informasi | 32 |
| 2.2.2.3. Dua Dimensi Penciptaan Pengetahuan | 34 |
| 2.2.2.4. Model Konversi Pengetahuan..... | 37 |
| 2.2.3 <i>Socialization</i> | 39 |
| 2.2.3.1. Definisi Sosialisasi (<i>Socialization</i>) | 39 |
| 2.2.3.2. Indikator <i>Socialization</i> | 40 |
| 2.2.4 <i>Eksternalization</i> | 43 |
| 2.2.4.1. Definisi Eksternalisasi (<i>Eksternalization</i>)..... | 43 |

| | | |
|---------------------------------------|---|-----------|
| 2.2.4.2. | Indikator <i>Eksternalization</i> | 44 |
| 2.2.5 | <i>Combination</i> | 46 |
| 2.2.5.1. | Definisi <i>Combination (Combination)</i> | 46 |
| 2.2.5.2. | Indikator <i>Combination</i> | 47 |
| 2.2.6 | <i>Internalization</i> | 49 |
| 2.2.6.1. | Definisi Internalisasi (<i>Internalization</i>)..... | 49 |
| 2.2.6.2. | Indikator <i>Internalization</i> | 50 |
| 2.2.7 | Pengetahun Baru..... | 52 |
| 2.2.7.1. | Definisi Pengetahuan Baru..... | 52 |
| 2.2.7.2. | Indikator Pengetahuan Baru..... | 54 |
| 2.3 | Hubungan Antar Variabel..... | 56 |
| 2.3.1 | Hipotesis Hubungan <i>Socialization</i> Terhadap Pengetahuan Baru..... | 56 |
| 2.3.2 | Hipotesis Hubungan <i>Eksternalization</i> Terhadap Pengetahuan Baru..... | 57 |
| 2.3.3 | Hipotesis Hubungan <i>Combination</i> Terhadap Pengetahuan Baru..... | 58 |
| 2.3.4 | Hipotesis Hubungan <i>Internalization</i> Terhadap Pengetahuan Baru..... | 59 |
| 2.4 | Kerangka Berpikir..... | 60 |
| 2.5 | Hipotesis Penelitian..... | 62 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 64 |
| 3.1 | Jenis Penelitian..... | 64 |
| 3.2 | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 64 |
| 3.2.1. | Definisi Operasional..... | 65 |
| 3.2.2. | Pengukuran Variabel..... | 71 |
| 3.3 | Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel..... | 72 |
| 3.3.1. | Populasi..... | 72 |
| 3.3.2. | Sampel..... | 73 |
| 3.3.3. | Teknik Penarikan Sampel..... | 75 |
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data..... | 76 |
| 3.4.1. | Jenis Data..... | 76 |
| 3.4.2. | Sumber Data..... | 76 |
| 3.5 | Metode Pengumpulan Data..... | 77 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data..... | 78 |
| 3.6.1. | Uji Validitas..... | 78 |
| 3.6.2. | Uji Reliabilitas..... | 80 |
| 3.6.3. | Uji Asumsi Klasik..... | 81 |
| 3.6.3.1 | Uji Normalitas..... | 81 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.6.3.2 | Uji Multikolinearitas..... | 82 |
| 3.6.3.3 | Uji Heteroskedastisitas | 83 |
| 3.6.4. | Uji Regresi Linear Berganda..... | 83 |
| 3.6.5. | Uji Hipotesis | 84 |
| 3.6.5.1 | Uji F (Simultan)..... | 84 |
| 3.6.5.2 | Uji t (Parsial) | 86 |
| 3.6.6. | Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 88 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 90 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 90 |
| 4.1.1. | Profil Perusahaan..... | 90 |
| 4.1.2. | Logo Perusahaan | 92 |
| 4.1.2.1 | Logo Produk | 94 |
| 4.1.3. | Visi dan Misi | 95 |
| 4.2 | Penyajian Data Responden Penelitian | 96 |
| 4.2.1. | Karakteristik Responden..... | 96 |
| 4.2.1.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 96 |
| 4.2.1.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 97 |
| 4.2.1.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan | 98 |
| 4.2.1.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal | 99 |
| 4.2.2. | Karakteristik Perilaku atau <i>Screening</i> Responden | 100 |
| 4.2.2.1 | Bagan Responden Berdasarkan Durasi Bermain | 101 |
| 4.2.2.2 | Bagan Responden Berdasarkan Frekuensi Bermain | 102 |
| 4.2.3. | Analisis Deskriptif Data Penelitian..... | 103 |
| 4.2.3.1 | Distribusi Data Responden Variabel <i>Socialization</i> (X1)..... | 103 |
| 4.2.3.2 | Distribusi Data Responden Variabel <i>Eksternalization</i> (X2)..... | 106 |
| 4.2.3.3 | Distribusi Data Responden Variabel <i>Combination</i> (X3)..... | 109 |
| 4.2.3.4 | Distribusi Data Responden Variabel <i>Internalization</i> (X4)..... | 112 |
| 4.2.3.5 | Distribusi Data Responden Variabel Pengetahuan Baru (Y)..... | 115 |
| 4.3 | Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis..... | 118 |
| 4.3.1. | Uji Validitas | 118 |
| 4.3.1.1 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Socialization</i> (X1) | 119 |
| 4.3.1.2 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Eksternalization</i> (X2)..... | 120 |
| 4.3.1.3 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Combination</i> (X3) | 121 |
| 4.3.1.4 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Internalization</i> (X4) | 122 |
| 4.3.1.5 | Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Baru (Y)..... | 123 |

| | | |
|-----------------------------|---|-----|
| 4.3.2. | Uji Reliabilitas..... | 124 |
| 4.3.2.1 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Socialization</i> (X1)..... | 125 |
| 4.3.2.2 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Eksternalization</i> (X2)..... | 126 |
| 4.3.2.3 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Combination</i> (X3)..... | 127 |
| 4.3.2.4 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Internalization</i> (X4)..... | 128 |
| 4.3.2.5 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan Baru (Y)..... | 129 |
| 4.3.3. | Uji Asumsi Klasik | 130 |
| 4.3.3.1 | Uji Normalitas | 130 |
| 4.3.3.2 | Uji Multikolinieritas | 133 |
| 4.3.3.3 | Uji Heteroskedasitas | 135 |
| 4.3.4. | Uji Regresi Linear Berganda..... | 137 |
| 4.3.4.1 | Uji Koefisien Determinasi | 140 |
| 4.3.5. | Uji Hipotesis..... | 141 |
| 4.3.5.1 | Uji F Simultan | 141 |
| 4.3.5.2 | Uji t Parsial..... | 143 |
| 4.4 | Pembahasan | 145 |
| 4.4.1 | Pengaruh <i>Socialization</i> (X1) Terhadap Pengetahuan Baru (Y)..... | 145 |
| 4.4.2 | Pengaruh <i>Eksternalization</i> (X2) Terhadap Pengetahuan Baru (Y) | 146 |
| 4.4.3 | Pengaruh <i>Combination</i> (X3) Terhadap Pengetahuan Baru (Y)..... | 148 |
| 4.4.4 | Pengaruh <i>Internalization</i> (X4) Terhadap Pengetahuan Baru (Y)..... | 149 |
| 4.5 | Matriks Penelitian Terdahulu..... | 150 |
| BAB V PENUTUP | | 154 |
| 5.1. | Kesimpulan..... | 154 |
| 5.2. | Saran..... | 157 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 160 |
| LAMPIRAN | | 161 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 3.1 Definisi Operasional..... | 66 |
| Tabel 3.2 Skala Likert..... | 72 |
| Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 96 |
| Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia..... | 97 |
| Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Profesi..... | 98 |
| Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal..... | 99 |
| Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Bermain..... | 101 |
| Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Bermain..... | 102 |
| Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Socialization (X1)..... | 103 |
| Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Eksternalization (X2)..... | 106 |
| Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Combination (X3)..... | 109 |
| Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Internalization (X4)..... | 112 |
| Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan Baru (Y)..... | 115 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Socialization (X1)..... | 119 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Eksternalization (X2)..... | 120 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Internalization (X4)..... | 122 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Pengetahuan Baru (Y)..... | 123 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Socialization (X1)..... | 125 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Eksternalization (X2)..... | 126 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Combination (X3)..... | 127 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Internalization (X4)..... | 128 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Baru (Y)..... | 129 |
| Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas Tolerance dan VIF..... | 134 |
| Tabel 4.23 Hasil Heteroskedasitas dengan Uji Glejser..... | 135 |
| Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... | 138 |
| Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 141 |
| Tabel 4.27 Hasil Uji t Parsial..... | 144 |
| Tabel 4.28 Matriks Penelitian Terdahulu..... | 150 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Mobile Legend Indonesia (2024)..... | 1 |
| Gambar 1.2 Game Online Sering Diakses masyarakat Indonesia Tahun 2025 | 2 |
| Gambar 1.1 Siklus Konversi Pengetahuan | 37 |
| Gambar 2.2 Kerangka Berpikir | 61 |
| Gambar 2.3 Kerangka Hipotesis..... | 62 |
| Gambar 3.1 Daerah Keputusan Uji F Untuk Pengujian Hipotesis Simultan | 86 |
| Gambar 3.2 Ilustrasi Kurva Daerah Keputusan Uji T Parsial untuk Pengujian Hipotesis | 88 |
| Gambar 4.1 Logo Perusahaan MONTON | 93 |
| Gambar 4.2 Logo Mobile Legends..... | 94 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas | 131 |
| Gambar 4.4 Histogram Residual | 132 |
| Gambar 4.5 Normal P Plot | 133 |
| Gambar 4.6 Grafik Scatterplott | 136 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1: Kuisoner Penelitian..... | 161 |
| Lampiran 2 : Data Hasil Responden..... | 169 |
| Lampiran 3 : Data Karakteristik Responden..... | 172 |
| Lampiran 4 : Jawaban Responden Socialization (X1)..... | 175 |
| Lampiran 5 : Jawaban Responden Eksternalization (X2)..... | 176 |
| Lampiran 6 : Jawaban Responden Combination (X3)..... | 177 |
| Lampiran 7 : Jawaban Responden Internalization (X4) | 178 |
| Lampiran 8 : Jawaban Responden Pengetahuan Baru (Y) | 179 |
| Lampiran 9 : Uji Validitas..... | 180 |
| Lampiran 10 : Uji Reliabilitas | 181 |
| Lampiran 11 : Uji Normalitas..... | 182 |
| Lampiran 12 : Uji Multikolineritas..... | 183 |
| Lampiran 13 : Uji Heteroskodesitas | 184 |
| Lampiran 14 : Uji Regresi Linear Berganda dan R^2 | 184 |
| Lampiran 15 : Uji F Simultan..... | 186 |
| Lampiran 16 : Uji t Parsial | 187 |

ABSTRAK

KAFAH DEWANTARA LAWITANI, PENGARUH PROSES PENCIPTAAN PENGETAHUAN KONSUMEN *MODEL SECI* TERHADAP PENGETAHUAN BARU PADA APLIKASI VIRTUAL MOBILE LEGENDS (STUDI PADA *USER* MOBILE LEGENDS DI SURABAYA)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan industri game digital yang mendorong pergeseran peran konsumen dari pengguna pasif menjadi aktor aktif dalam ekosistem platform virtual, khususnya Mobile Legends yang mencatat 43,23 juta pengguna aktif di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh proses penciptaan pengetahuan konsumen berbasis Model SECI Socialization, Externalization, Combination, dan Internalization terhadap pembentukan pengetahuan baru pada user Mobile Legends di Surabaya, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif-kausalitas. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 150 responden pengguna aktif Mobile Legends di Surabaya. Analisis dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel secara terpisah maupun bersama-sama terhadap pengetahuan baru. Hasilnya menunjukkan bahwa keempat variabel, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh positif signifikan terhadap pembentukan pengetahuan baru dengan kontribusi sebesar 53,6%, di mana Combination menjadi variabel paling dominan. Temuan ini memberikan gambaran bahwa interaksi sesama konsumen dalam ekosistem aplikasi virtual mampu menghasilkan pengetahuan kolektif sebagai aset tak berwujud yang strategis. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembang game online dalam merancang ekosistem yang mendukung proses penciptaan pengetahuan konsumen secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Model SECI, Penciptaan Pengetahuan Konsumen, Pengetahuan Baru, Mobile Legends, Manajemen Pengetahuan

ABSTRACT

KAFAH DEWANTARA LAWITANI, THE INFLUENCE OF CONSUMER KNOWLEDGE CREATION PROCESS BASED ON THE SECI MODEL ON NEW KNOWLEDGE IN THE VIRTUAL APPLICATION OF MOBILE LEGENDS (STUDY ON MOBILE LEGENDS USERS IN SURABAYA)

This study is motivated by the rapid growth of the digital gaming industry, which has shifted the consumer role from passive user to active participant within virtual platform ecosystems, particularly Mobile Legends, which recorded 43.23 million active users in Indonesia. This study aims to determine the extent to which the consumer knowledge creation process based on the SECI Model Socialization, Externalization, Combination, and Internalization influences new knowledge formation among Mobile Legends users in Surabaya, both partially and simultaneously. A quantitative approach with an associative-causality method was employed. Data were collected through questionnaires distributed to 150 active Mobile Legends users in Surabaya and analyzed using multiple linear regression. The results show that all four variables, both partially and simultaneously, have a significant positive influence on new knowledge formation with a contribution of 53.6%, with Combination emerging as the most dominant variable. These findings indicate that peer-to-peer consumer interactions within virtual application ecosystems are capable of generating collective knowledge as a strategic intangible asset. This study is expected to serve as a reference for digital game developers in designing ecosystems that sustainably support consumer knowledge creation processes.

Keywords: SECI Model, Consumer Knowledge Creation, New Knowledge, Mobile Legends, Knowledge Management

dalam periode waktu tertentu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa produk digital yang dikaji memiliki tingkat adopsi dan keterlibatan pengguna yang stabil, sehingga relevan untuk mengamati dinamika interaksi konsumen dalam ekosistem platform.

Tingginya frekuensi aktivitas kolektif, baik melalui event komunitas maupun interaksi rutin antar pengguna, mencerminkan terbentuknya ruang pertukaran pengalaman dan praktik penggunaan produk. Dalam konteks bisnis digital, interaksi semacam ini tidak hanya merepresentasikan tingkat konsumsi, tetapi juga proses pembelajaran konsumen yang berpotensi menghasilkan pengetahuan baru. Pengetahuan tersebut terbentuk secara organik melalui berbagi pengalaman, adaptasi strategi penggunaan, dan pemakaian bersama terhadap fitur produk.

Untuk menjaga kesesuaian karakteristik responden, penelitian ini membatasi populasi pada konsumen aktif yang telah menggunakan produk secara berkelanjutan. Pembatasan ini memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup dalam berinteraksi dengan produk dan sesama konsumen, sehingga data yang diperoleh merepresentasikan proses penciptaan pengetahuan yang nyata dan relevan. Dengan demikian, populasi penelitian tidak hanya dipahami sebagai pengguna, tetapi sebagai konsumen yang terlibat langsung dalam proses pembelajaran dan pembentukan nilai dalam ekosistem bisnis digital..

3.1.1. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki ciri dan karakteristik tertentu yang relevan dengan penelitian. Ketika jumlah populasi terlalu besar dan tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan karena

keterbatasan waktu, tenaga, maupun biaya, maka peneliti mengambil sebagian anggota populasi tersebut sebagai sampel. Hasil penelitian yang diperoleh dari sampel diharapkan dapat mewakili dan menggambarkan kondisi populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2023: 127), adapun secara populasi para pemain Mobile Legend di kota Surabaya belum diketahui jumlah pastinya, sehingga untuk pengambilan sampel dapat dilakukan dengan rumus *cochran* yang dijabarkan sebagai berikut :

$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2}$$

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

Z = Tingkat Kepercayaan 95% = 1,96

p = Peluang besar 50% = 0,5

q = Peluang Salah 50% = 0,5

e = *Margin of Error* 8% = 0,08

Berdasarkan rumus diatas, maka didapatkan perhitungan sampel dengan rumus *chochran* sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,08)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,0064}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0064}$$

$$n = 150,06 \approx 150$$

Hasil perhitungan dengan rumus Cochran menunjukkan bahwa sampel dibutuhkan sebesar 150 responden.

3.1.2. Teknik Penarikan Sampel

Pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yang merupakan metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi responden (Sugiyono, 2023 : 288)

Teknik ini dipilih karena populasi penelitian, yaitu pemain *Mobile Legend* di Kota Surabaya, bersifat luas dan tidak memiliki data populasi yang pasti. Oleh karena itu, peneliti menetapkan kriteria responden tertentu agar data yang dikumpulkan tetap relevan dan representatif terhadap objek penelitian. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan responden adalah sebagai berikut:

1. Pemain aktif *Mobile Legend*
2. Berdomisili di Kota Surabaya.
3. Responden berusia 12 – 40 tahun.
4. Pernah bermain dalam mode tim (*squad* atau *ranked match*) yang melibatkan interaksi dan kerja sama antar pemain.

Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, peneliti dapat memastikan bahwa responden yang dipilih benar-benar memahami dinamika interaksi dan proses penciptaan pengetahuan yang terjadi dalam permainan *Mobile*

Legend. Pendekatan ini diharapkan menghasilkan data yang lebih valid dan sesuai dengan fokus penelitian.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dinyatakan dalam bentuk angka sehingga memungkinkan untuk dianalisis secara statistik. Data jenis ini digunakan karena penelitian berfokus pada pengukuran hubungan antar variabel, bukan sekadar menggambarkan fenomena. (Sugiyono, 2023 : 16)

3.2.2. Sumber Data

Dalam penelitian yang sedang dikaji memiliki sumber data sebagai landasan dalam analisis penelitian valid, sehingga sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder :

1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lapangan. Pada dasarnya data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melalui instrumen penelitian, seperti kuesioner atau angket, observasi bahkan wawancara, sesuai dengan kebutuhan penelitian yang sedang dilakukan. Data ini bersifat orisinal karena belum pernah diolah atau dipublikasikan oleh pihak lain sebelumnya yang nantinya diolah dikumpulkan dan didistribusikan melalui G-Form untuk keperluan penelitian yang sedang dikaji.

2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti, melainkan melalui sumber-sumber yang telah ada sebelumnya. Data sekunder ini berfungsi sebagai data yang dikumpulkan oleh pihak lain atau berasal dari hasil dokumentasi yang sudah tersedia, seperti laporan penelitian, buku, jurnal ilmiah, maupun sumber tertulis lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder digunakan sebagai bahan pendukung untuk memperkuat landasan teori, menyusun kerangka berpikir, dan memperkaya analisis hasil penelitian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disusun secara terstruktur dan sistematis. Metode ini dipilih karena dianggap paling sesuai untuk memperoleh data dalam jumlah besar secara efisien, terutama pada penelitian kuantitatif yang menekankan pada pengukuran objektif. Melalui kuesioner, informasi dapat dihimpun secara seragam dari seluruh responden sehingga memungkinkan proses analisis dilakukan secara komparatif dan terukur.

Instrumen kuesioner dirancang dengan memperhatikan kejelasan redaksi dan urutan pertanyaan agar mudah dipahami oleh responden. Setiap pernyataan diatur sedemikian rupa untuk menggambarkan tingkat persepsi atau pengalaman individu terhadap fenomena yang menjadi fokus penelitian. Dengan bentuk pernyataan tertutup, data yang diperoleh lebih mudah diklasifikasikan dan diolah ke dalam bentuk numerik yang sesuai dengan kebutuhan analisis kuantitatif.

Penyebaran kuesioner dilakukan secara offline berkunjung beberapa tempat strategis di perkumpulan pemain *Mobile Legend* dan daring melalui kanal komunikasi yang umum digunakan oleh pemain aktif *Mobile Legend* di Surabaya, antara lain melalui platform Discord, WhatsApp, dan Facebook, Instagram. Pemanfaatan media digital tersebut dipertimbangkan karena mampu menjangkau populasi dengan lebih luas serta sesuai dengan karakteristik interaksi yang terbentuk di lingkungan permainan daring.

Integrasi pengumpulan langsung dan digital memungkinkan proses pengumpulan data berlangsung efisien waktu, karena jumlah responden cukup banyak. Selain itu, cara ini juga meminimalkan potensi bias lapangan karena responden dapat mengisi kuesioner secara mandiri (digital) dalam situasi yang nyaman, sementara kalau langsung dapat memberikan instruksi dengan jelas. sehingga hasil yang diperoleh lebih konsisten dan mendukung validitas penelitian.

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1. Uji Validitas

Dalam pelaksanaan penelitian, validitas menjadi aspek krusial yang perlu diperhatikan guna membedakan antara temuan penelitian yang sah dengan instrumen pengukuran yang tepat. Suatu penelitian dikategorikan valid apabila data yang berhasil dikumpulkan secara autentik mencerminkan kondisi nyata dari objek yang diteliti. Dengan demikian, penelitian dapat dikatakan memiliki ketepatan apabila terdapat kesesuaian antara data empiris yang terkumpul dengan realitas yang sesungguhnya terjadi di lapangan. Sebaliknya, jika data yang dihimpun tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya, maka instrumen penelitian tersebut

dinyatakan tidak valid. Adapun instrumen yang valid mengisyaratkan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki kemampuan untuk mengukur variabel yang dimaksud secara akurat.

Instrumen dengan tingkat validitas yang tinggi akan menghasilkan data yang tepat, relevan, dan dapat diandalkan sebagai landasan analisis. Oleh sebab itu, uji validitas mutlak diperlukan guna memastikan bahwa setiap butir pernyataan yang termuat dalam kuesioner benar-benar sanggup mengukur dimensi yang hendak diteliti. (Sugiyono, 2023 : 175) Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menerapkan rumus korelasi *Pearson Product Moment*, di mana setiap butir pernyataan dikorelasikan dengan skor total dari variabelnya. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

- rx_y Koefisien validitas yang dicari
- N Jumlah responden
- X Skor yang diperoleh subjek keseluruhan item
- Y Jumlah skor yang diperoleh keseluruhan tim
- $\sum X$ Total skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ Total skor dalam distribusi Y

Nilai korelasi yang dihasilkan (*r hitung*) kemudian dibandingkan dengan *r tabel* pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Apabila *r hitung* > *r tabel*, maka butir pernyataan dinyatakan valid, sedangkan apabila *r hitung* ≤ *r tabel*, maka butir tersebut dianggap tidak valid. Butir yang memenuhi kriteria validitas akan

digunakan dalam tahap analisis selanjutnya karena telah terbukti mampu merepresentasikan konstruk variabel secara tepat dan konsisten.

3.4.2. Uji Reliabilitas

Setelah keseluruhan butir kuesioner dinyatakan lolos uji validitas, tahapan berikutnya adalah melakukan pengujian terhadap tingkat reliabilitas instrumen. Reliabilitas berperan sebagai tolok ukur untuk menilai sejauh mana suatu alat ukur mampu menghasilkan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten ketika diterapkan secara berulang dalam kondisi yang tidak berbeda. Instrumen yang memenuhi kriteria reliabel adalah instrumen yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi, bersifat stabil, serta menghasilkan data yang ajeg dari waktu ke waktu. (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilaksanakan dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha (α), mengingat instrumen yang digunakan berbentuk kuesioner yang memuat sejumlah butir pernyataan untuk setiap variabelnya. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa tinggi konsistensi internal antar butir item dalam satu konstruk yang sama, di mana nilai α yang semakin tinggi mencerminkan semakin kuatnya keajegan antar item tersebut.

Rumus yang digunakan adalah:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2}\right)$$

α = koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha)

k = jumlah item pernyataan

s_i^2 = varians setiap item

s_t^2 = varians total total

Nilai Cronbach's Alpha berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, semakin tinggi tingkat reliabilitas instrumen. Sebagai acuan umum, instrumen dianggap reliabel apabila memiliki nilai $\alpha > 0,70$.

3.4.3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melanjutkan ke tahap analisis regresi, pengujian asumsi klasik perlu dilaksanakan terlebih dahulu guna memverifikasi bahwa model regresi yang dibangun telah memenuhi berbagai persyaratan statistik yang menjadi fondasinya. Pengujian ini dimaksudkan agar hasil analisis yang diperoleh bersifat tidak bias serta memiliki tingkat kepercayaan yang memadai dalam menggambarkan relasi antar variabel yang dikaji. Secara garis besar, uji asumsi klasik mencakup tiga jenis pengujian pokok, yakni uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan. Keempat pengujian tersebut secara bersama-sama berfungsi untuk memastikan bahwa data terdistribusi secara normal, tidak terdapat korelasi yang kuat di antara variabel-variabel independen, varians residual bersifat homogen dan stabil, serta model terbebas dari permasalahan korelasi antar residual yang berurutan.

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal menjadi dasar penting agar model regresi layak digunakan. Pengujian pada penelitian yang sedang dikaji ini menggunakan uji Kolmogorov–Smirnov karena sampel >50 Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai *significance* lebih besar dari 0,05. Selain itu, pola sebaran titik pada grafik *P-P Plot* yang mendekati garis diagonal juga menunjukkan bahwa residual bersifat normal. Kalau di tuliskan kriteria nya sebagai berikut :