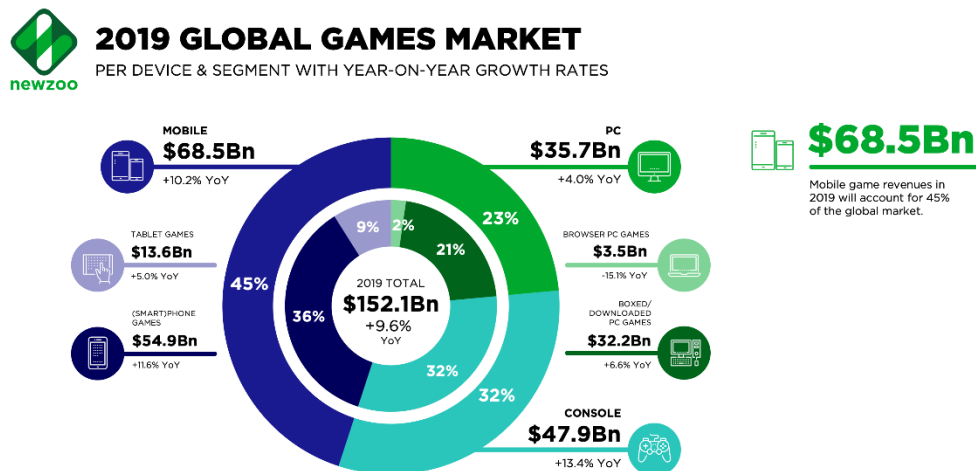


BAB I

LATAR BELAKANG

1.1. Masalah

Industri gim terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2019, nilai pasar gim global terproyeksi mencapai angka US\$152,1 miliar (Rp 2,25 kuadriliun dengan kurs Rp 14.700,00) dengan proyeksi CAGR dari tahun 2018-2022 sebesar 9%. Peningkatan ini juga terjadi di Indonesia. Data pada tahun 2018 menunjukkan nilai pasar gim Indonesia mencapai angka US\$1,1 miliar (Rp 16 triliun dengan kurs Rp 14.700) dan di proyeksikan akan terus berkembang pesat (Wijman, 2019).

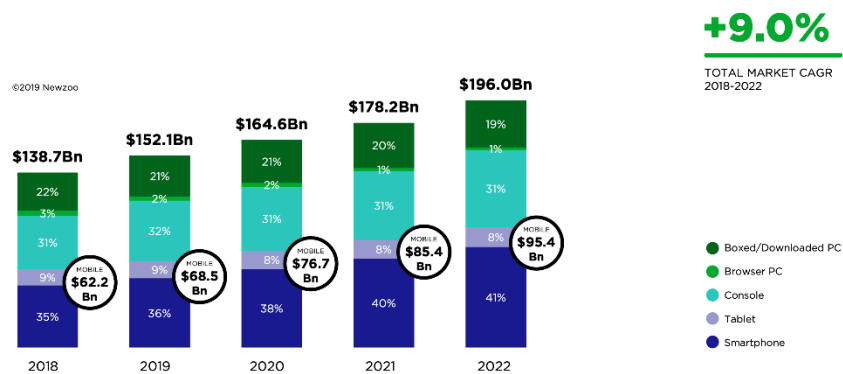


Gambar 1. 1 Infografis *Marketsize* Industri Gim Secara Global

Sumber: Newzoo | *2019 Global Games Market Report*



2018-2022 GLOBAL GAMES MARKET FORECAST PER SEGMENT TOWARD 2022



Gambar 1. 2 Proyeksi Industri Gim Secara Global

Sumber: Newzoo | 2019 Global Games Market Report

Peningkatan ini tak lain disebabkan oleh semakin berkembangnya dunia teknologi dan informasi. Teknologi ponsel pintar yang semakin canggih dan murah menyebabkan perkembangan gim khususnya gim seluler semakin ramai dimainkan oleh masyarakat. Internet yang semakin cepat dan murah juga membuat gim khususnya gim daring semakin banyak dimainkan.

Namun, meskipun laju perkembangan industri gim di Indonesia berbanding lurus dengan perkembangan gim dunia, tetap saja Indonesia masih tertinggal jauh dari segi besarnya nilai pasar dibanding negara-negara lain. Pada akhir tahun 2018, dengan ukuran pasar sebesar US\$1,1 miliar saja Indonesia masih berada di urutan ke-17. Jauh tertinggal dibanding Cina dan Amerika yang berada di urutan 1 dan 2 dengan ukuran pasar masing-masing US\$37,9 miliar dan US\$30,4 miliar. Bahkan, Indonesia kalah dibanding negara-negara yang memiliki populasi jauh lebih sedikit dari Indonesia seperti Korea Selatan, Spanyol, dan Kanada. Dikarenakan hal tersebut, penulis menemukan bahwa industri gim di Indonesia mempunyai potensi yang masih sangat besar untuk digarap.

Esports (olahraga gim) menjadi salah satu sub industri gim yang sedang naik daun di seluruh dunia dan diproyeksikan dapat menyamai atau bahkan melampaui ketenaran olahraga tradisional. Munculnya turnamen-turnamen *esports* resmi dari masing-masing perusahaan gim membuat sub industri ini semakin besar dan lahirlah berbagai tim-tim *esports* profesional yang saling berkompetisi untuk menjadi juara agar bisa mendapatkan *prizepool* dan menggaet sponsor.

Di Indonesia sendiri sudah terdapat belasan tim *esports* ternama yang hanya bermain di turnamen resmi. Sisanya, terdapat ribuan tim *esports* yang hanya mampu untuk bertanding di turnamen-turnamen tidak resmi. Sayangnya, layaknya turnamen tidak resmi olahraga tradisional, turnamen *esport* tidak resmi juga memiliki banyak kendala karena diselenggarakan oleh penyelenggara yang merupakan individu atau kelompok yang masih tergolong muda, kurang berpengalaman, dan amatir.

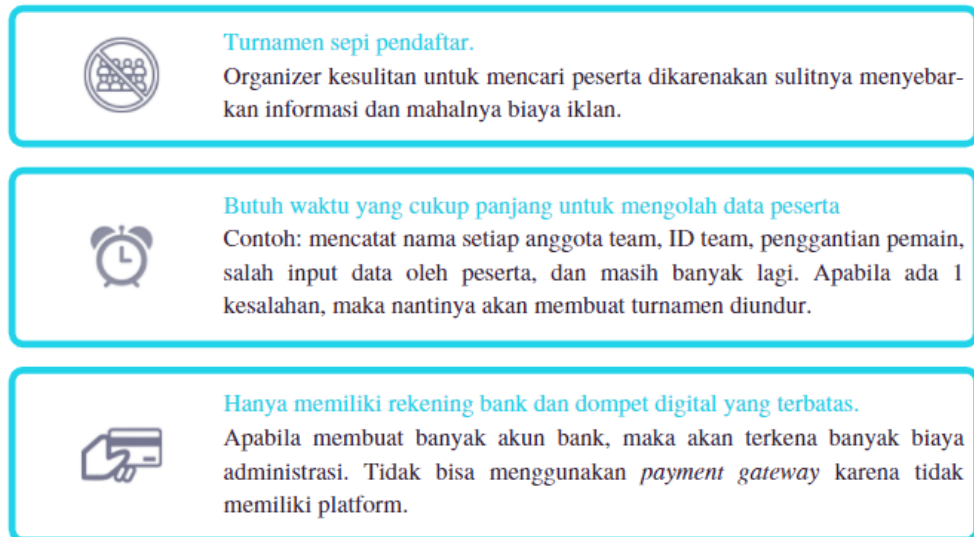
Berdasarkan hasil survei yang penulis lakukan, masalah yang dihadapi ketika pemain gim mengikuti turnamen *esport* tidak resmi meliputi:



Gambar 1. 3 Beberapa Masalah yang Dihadapi Ketika Mengikuti Turnamen *Esport Unofficial*

Sumber: Internal Ludioz (2020)

Sedangkan masalah yang dihadapi penyelenggara ketika mengadakan turnamen *esports* tidak resmi adalah:



Gambar 1. 4 Beberapa Masalah yang Dihadapi Ketika Membuat Turnamen *Esport* Tidak Resmi

Sumber: Internal Ludioz (2020)

Melihat adanya masalah yang sangat besar akibat masalah yang ada dalam turnamen *esport* tidak resmi dan adanya potensi pasar yang besar (masih dalam tahap *early stage*), serta dengan kegemaran penulis yang berada di industri gim, akhirnya penulis menemukan ide untuk membuat bisnis Ludioz. Ide bisnis ini penulis konversikan menjadi tugas akhir berjudul “Pengaplikasian Teori *Value Proposition* Dalam Pengembangan Bisnis Ludioz”.

1.2. Tujuan

Karya ilmiah ini memiliki tujuan untuk mengaplikasikan teori *value proposition* dalam pengembangan bisnis Ludioz.

1.3. Manfaat

Bagi Penulis

1. Sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana ekonomi di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Sebagai kesempatan bagi penulis untuk semakin mengembangkan bisnis Ludioz.
3. Sebagai media bagi penulis untuk memperkenalkan bisnis Ludioz kepada pembaca karya ini.

Bagi Universitas

1. Sebagai referensi bagi mahasiswa lain dalam menyusun laporan tugas akhir untuk produk kewirausahaan teknologi.
2. Dapat dijadikan bahan pustaka bagi Universitas Multimedia Nusantara dalam menyusun format tugas akhir produk kewirausahaan teknologi.

Bagi Masyarakat

Sebagai referensi bagi masyarakat untuk memulai usaha khususnya dalam industri *esports*.