

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Game atau permainan merupakan hiburan untuk beberapa orang yang berminat atau hobi pada bidang tersebut, game dimainkan dengan tujuan menghibur diri dan menjadi sebuah aktivitas rekreasi. Namun, game kini tidak hanya menjadi bahan hiburan saja, namun juga menjadi mata pencaharian. Semakin hari industri gaming semakin membludak di seluruh dunia dan memiliki potensi yang sangat besar untuk terus berkembang. Potensi ini tentunya memiliki subjek yang mendukung agar dapat merealisasikan potensi yang baik tersebut menjadi nyata.

Industri gaming ini sendiri memiliki potensi yang terus bertumbuh dengan didasarkan dengan adanya 2 pilar yang kuat, pilar pertama adalah memiliki model bisnis yang sangat solid, contohnya melalui aplikasi dapat melakukan pembelian atau bahkan berlangganan, sehingga membuat para pemain terus mengeluarkan uang, pilar kedua adalah sifat manusia yang menyukai hiburan, salah satunya dengan bermain game yang akan membuat industri gaming ini terus bertumbuh, sehingga kombinasi antara kedua pilar tersebut merupakan kombinasi yang baik agar industri gaming ini terus bertumbuh. Ada pula beberapa faktor lain yang dapat mendorong pertumbuhan industri ini, yaitu pertama kemajuan teknologi, dunia game tentunya tidak terlepas dari teknologi yang terus berkembang, sehingga industri ini dapat menggunakan teknologi untuk menciptakan hal yang lebih inovatif dan gamers pun akan mencoba dengan teknologi yang lebih inovatif, kedua adalah kemudahan bermain game melalui macam-macam platform, yaitu *smartphone*, tablet, dan komputer, dan ketiga adalah konektivitas yang semakin meningkat, dengan begitu para gamers dapat meningkatkan pengalaman bermain dengan siapapun dan dimanapun dengan dukungan infrastruktur yang semakin umum seperti infrastruktur 5G (tekno.kompas.com, 2022).

Dilihat pada tahun 2022 memiliki 3 miliar orang yang bermain game di seluruh dunia, yaitu 40% dari populasi di seluruh dunia, yang dimana 50% dari 3 miliar pengguna tersebut berasal dari Asia Tenggara (inet.detik.com, 2022). Tahun 2021 komindo menyatakan bahwa Indonesia memiliki 53,4 juta orang yang memiliki kegemaran pada game PC dan 133,8 juta orang yang memiliki kegemaran pada game mobile, hal ini didukung dengan infrastruktur digital Indonesia yang semakin meningkat (tekno.kompas.com, 2022). Game yang dulunya dipandang dengan sisi buruk yang dapat berdampak buruk terutama kepada anak, kini malah menjadi salah satu sarana banyak orang sebagai mata pencaharian, tidak dengan jumlah sedikit, game dapat menghasilkan uang dengan jumlah yang besar.

Dengan digunakannya berbagai teknologi untuk bermain game, hal tersebut membantu meningkatkan pengalaman interaktif pada setiap individu gamers. Video game merupakan salah satu jenis game yang memiliki tujuan sebagai pendidikan dan pelatihan, dan tentunya menghasilkan pendapatan yang besar. Industri ini menjadi salah satu industri yang memiliki perkembangan begitu pesat. Dampak yang diberikan kepada ekonomi negara adalah, yang pertama secara global industri video game ini memiliki pendapatan mencapai \$159,3 miliar pada tahun 2020. Kedua adalah industri ini memberikan lapangan kerja yang luas, hal ini disebabkan karena adanya proses pembuatan game yang tentunya menggunakan sumber daya manusia yang banyak, mulai dari desain grafis hingga produksi, selain itu dengan dikatakan dapat menjadi mata pencaharian, industri ini juga tentunya membutuhkan orang yang dapat mengembangkan di bidang e-sport hingga para atletnya. Ketiga adalah memiliki dampak kepada teknologi dan pariwisata, dengan adanya kompetisi di berbagai negara membuat orang menjadi terdorong untuk bepergian antar negara sehingga berpengaruh terhadap bidang pariwisata. (kompasiana.com, 2023)

Industri game ini juga berpengaruh besar terhadap perekonomian Indonesia. Pada tahun 2020 segala aktivitas dibatasi dengan adanya pandemi yang menyerang hampir seluruh dunia termasuk Indonesia, namun industri game

ini dapat membantu perekonomian Indonesia yang dapat dikatakan sangat tidak stabil, hal ini dengan adanya game online yang tentunya memiliki arah yang sama dengan peraturan kegiatan yang ada pada saat pandemi berlangsung, yaitu online. Tercatat pada tahun 2021, terdapat 114 gamers di seluruh Indonesia melakukan transaksi sebesar \$1,92 miliar. (kompasiana.com, 2022). Pada tahun 2020, industri game ini mampu menyumbang Rp 24,88 triliun terhadap PDB (produk domestik bruto) di Indonesia.

Bermula dari awalnya Fantech berdiri hingga menjadi saat ini dengan waktu yang cukup panjang. Fantech berdiri tidak langsung terjun ke industri game, namun bermula dari latar belakang keluarga ke-3 founder yang memang memiliki ikatan darah. 3 founder Fantech yaitu, Fandy Pinarydy, Ferdy Pinarydy, dan Firsandy Pinarydy. Berasal dari keluarga yang memiliki toko foto dan fotokopi di kota Medan, Sumatera Utara. Toko foto dan fotokopi sendiri tentunya menggunakan computer, alat foto, alat cetak, dll yang semakin lama memiliki pergeseran dari yang kuno hingga digital. Sehingga founder memiliki keterkaitan dengan bidang komputer karena memiliki perubahan dan semakin inovatif. Pada tahun 2009 Fantech mulai berdiri dengan menjual produk-produk aksesoris komputer biasa, seperti *mouse office* dan *keyboard office*.

Pada tahun 2014 hingga 2015 dunia game mulai berkembang dan naik. Salah satu pengalaman yang membuat salah satu founder Fantech merasa bahwa industri game ini merupakan sebuah peluang bisnis yang besar, yaitu dimulai dari salah satu founder yang bermain game Point Blank dan pada saat bermain game tersebut mengalami kekalahan terus menerus, setelah ditelusuri pada lawan yang menang, yang merupakan teman dari founder menggunakan *mouse* yang lebih bagus, dimana *mouse* tersebut berasal dari merek luar. Ketiga founder menjadi berpikir bahwa game merupakan peluang bisnis yang bagus dimana dengan kondisi tidak ada produk lokal yang memproduksi barang gaming yang mampu memenuhi kebutuhan *gamers* di Indonesia. Mulai la mencari produk yang dimulai dari China, menjual produk-produk China yang hanya diganti logo nya saja menjadi logo Fantech, dengan artian produk tersebut bisa jadi dijual

dengan barang yang sama hanya beda logo saja. Namun, Fantech menemukan masalah, yaitu tidak adanya standar kualitas terhadap produk-produk yang mereka jual yang berasal dari China tersebut, terkadang produk yang dijual kualitasnya bagus, namun terkadang memiliki kualitas yang jelek. Hal ini tentunya sangat mempengaruhi nama Fantech, apalagi Fantech masih dikatakan baru merintis pada saat itu. Fantech menyelesaikan masalah tersebut dengan membuat standar bagaimana produk Fantech, dengan penyelesaian tersebut, pada tahun 2017 hingga 2018 Fantech mulai melakukan *rebranding* terhadap *brand* nya, yang mana Fantech menonjolkan bahwa mereka adalah brand lokal yang menawarkan berbagai aksesoris gaming. Fantech mulai memiliki tim R&D sendiri, guna untuk melakukan penelusuran mengenai barang gaming, merancang nya sendiri, hingga sampai tahap produksi sendiri. Setelah rebranding dan memiliki tim R&D, Fantech memiliki produk yang memiliki ciri khas sendiri tanpa meniru brand lain. Pada tahun 2020, Fantech menambah *brand* dengan menggunakan nama Fantech juga, yaitu Fantech Smart Life. Fantech smart menjual produk-produk smart home dengan tujuan mempermudah kegiatan sehari-hari dengan teknologi. Fantech Smart Life menyediakan beberapa produk yaitu, *smart door lock, charger, motion sensor, alarm, cctv, dll.* FSL sendiri masih merintis dan masih meningkatkan brand awareness dari publik, karena dapat dibidang FSL masih sangat sedikit penggunaanya.

Dari hal tersebut maka dapat dilihat, bahwa industri game ini memiliki dampak besar terhadap Fantech Indonesia. Dimana para gamers yang memiliki ketertarikan yang begitu tinggi atau bahkan berprofesi sebagai gamers yang sesungguhnya memerlukan alat untuk bermain game yang sangat mendukung dan memadai. Fantech yang bermula hanya menjual barang aksesoris komputer kantor biasa, dan menjadi sebuah brand yang memproduksi produk sendiri dan memfokuskan diri di industri game. Bahkan Fantech menjadi brand lokal yang go internasional. Fantech juga menyediakan produk-produk nya di 80 negara.

Fantech merupakan brand lokal yang sudah go internasional, dapat dikatakan Fantech merupakan brand lokal yang sangat sukses, hingga dapat

menyediakan produk di 80 negara, dan memiliki pengikut dari 100 negara dengan jumlah 5 juta pengikut. Tentunya tidak terlepas dari tim yang bekerja di balik kesuksesan Fantech ini, salah satunya pastinya tim marketing. Ini merupakan alasan saya memilih Fantech sebagai tempat praktik kerja magang ini. Menurut saya di Fantech saya bisa menemukan dan mendapatkan pengalaman baru dan tentunya sangat nyata dalam dunia kerja. Pekerjaan yang saya lakukan pada saat praktik kerja magang berlangsung sangat menambah pengalaman di bidang marketing. Mulai dari membuat konten sebagai strategi marketing, membuat caption untuk menarik perhatian publik kepada Fantech, hingga diberikan akses untuk melakukan *live*, yaitu berjualan melalui *live streaming*. Pembuatan konten dan caption ini dilakukan dengan berkoordinasi langsung dengan bagian media sosial specialist dan copywriter, maka tentunya penulis melakukan tugas langsung dibawah pengawasan koordinator dan mendapatkan arahan yang baik. Selain itu tidak hanya kegiatan marketing saja, kegiatan sales juga dilakukan oleh penulis, yaitu melakukan *live, live* sendiri perlu adanya product knowledge yang harus dikuasai oleh talent, hal ini untuk menjelaskan kepada customer yang bertanya melalui kolom komentar, tidak hanya berjualan di *live streaming*, penulis juga mendapatkan kesempatan untuk melakukan kegiatan sales secara langsung pada saat menjaga booth pada suatu pameran.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Maksud dari pelaksanaan praktik kerja magang ini dilakukan adalah agar dapat memenuhi mata kuliah *Professional Business Ethics, Industry Experience, Industry Model Validation*, dan *Evaluation and Reporting* yang memiliki bobot sebesar 20 sks. Pelaksanaan praktik kerja magang dalam program MBKM *Internship Track 1* bersifat wajib yang harus dipenuhi sebagai salah satu syarat kelulusan (S1) dalam Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Selain sebagai salah satu syarat kelulusan, praktik kerja magang juga dilakukan agar penulis mendapatkan

pengalaman kerja yang memiliki persamaan pada bidang yang dipelajari di dunia perkuliahan. Sehingga, penulis mengetahui dunia kerja sebelum memasuki dunia profesional.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dari dilakukannya praktik kerja magang oleh penulis di CV Golden Technology Indo adalah sebagai berikut:

1. Salah satu syarat kelulusan dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) sebagai syarat kelulusan Sarjana (S1) yang harus dipenuhi dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara
2. Menambah wawasan dan pengalaman tentang dunia kerja secara langsung khususnya pada bidang marketing di CV Golden Technology Indo
3. Menambah bekal pada diri sendiri untuk mengetahui dunia kerja sebelum masuk ke dunia profesional

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang yang dilaksanakan di CV Golden Technology Indo, dengan periode 9 Januari 2023 - 12 Mei 2023, praktik kerja magang dilakukan dari hari senin - jumat/sabtu dari pukul 08.30 - 17.30 WIB. Praktik kerja magang dilaksanakan sesuai dengan ketentuan program MBKM yaitu selama 800 jam kerja. Berikut merupakan data pelaksanaan praktik kerja magang oleh penulis:

Nama Perusahaan	: CV Golden Technology Indo (Fantech Indonesia)
Bidang Usaha	: Gaming Gear
Waktu Pelaksanaan	: 9 Januari 2023 - 12 Mei 2023
Hari Kerja	: Senin - Jumat/Sabtu
Waktu Kerja	: 08.30 - 17.30 WIB

Posisi Magang : Sales & Marketing

Alamat Perusahaan : Rukan Sedayu Square Blok J No.26, Jalan Lingkar Luar Barat, Cengkareng, Jakarta Barat.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur yang telah dilakukan penulis dalam pelaksanaan praktik kerja magang, mulai dari awal, pelaksanaan, hingga akhir adalah sebagai berikut:

1. Awal

- a. Mencari tempat kerja magang yang sesuai dan dapatlah melalui kenalan dari orang tua teman yang memiliki sebuah bisnis yaitu CV Golden Technology Indo (Fantech Indonesia). Sebelumnya penulis sendiri sudah mengetahui sebagian kecil dari Fantech yang merupakan *brand* yang menjual *gaming gear*.
- b. Pihak Fantech Indonesia meminta surat pengantar magang resmi dari kampus. Penulis mengajukan surat pengantar magang kepada bagian Program Studi manajemen melalui e-mail, dengan syarat melengkapi pengisian link, form KM 01, dan transkrip nilai sementara.
- c. Setelah berhasil meminta surat pengantar magang, penulis mengirimkannya kepada pihak CV Golden Technology Indo melalui Bapak Fendi Matovani selaku HR Fantech Indonesia.
- d. Setelah itu, melakukan pertemuan bersama owner Fantech dan CEO Fantech Indonesia secara langsung pada tanggal 21 Desember 2022, beberapa pertanyaan ditanyakan kepada penulis oleh owner Fantech, bapak Fandy Pinaryd, dan CEO Fantech Indonesia, bapak Firsandy Pinaryd di kantor Fantech Indonesia.
- e. Penulis diterima sebagai karyawan magang pada divisi marketing di CV Golden Technology Indo (Fantech Indonesia), setelah itu surat penerimaan magang dikirimkan oleh CV Golden

TEchnology Indo kepada penulis dan penulis mengumpulkan surat tersebut sesuai dengan arahan prodi manajemen.

- f. Terakhir melengkapi formulir-formulir di website Merdeka.umn.ac.id terkait informasi mengenai tempat kerja magang, posisi, dan *job description* dari divisi yang sudah ditentukan.

2. Pelaksanaan

- a. Mendapatkan arahan dari HR, yaitu Bapak Fendi Matovani, mulai dari memperkenalkan diri dan diperkenalkan kepada seluruh divisi yang ada di CV Golden Technology Indo.
- b. Mendapatkan arahan mengenai posisi dan tugas di divisi marketing serta koordinator yang dapat ditanyakan secara langsung.
- c. Mengisi daily task tentang pekerjaan yang dilakukan setiap harinya di website Merdeka.umn.ac.id.
- d. Mendapatkan dosen pembimbing magang yang sudah ditentukan oleh Program Studi Manajemen, setelah itu dibimbing dan diarahkan dengan informasi-informasi sebagai pembekalan mengenai proses praktik kerja magang hingga penyusunan laporan magang.

3. Akhir

- a. Menyusun laporan praktik kerja magang sebagai syarat pemenuhan mata kuliah *Professional Business Ethics, Industry Experience, Industry Model Validation, dan Evaluation and Reporting*.
- b. Pengesahan laporan praktik kerja magang yang dilakukan oleh dosen pembimbing.
- c. Melakukan sidang praktik kerja magang.