

BAB I PENDAHULUAN

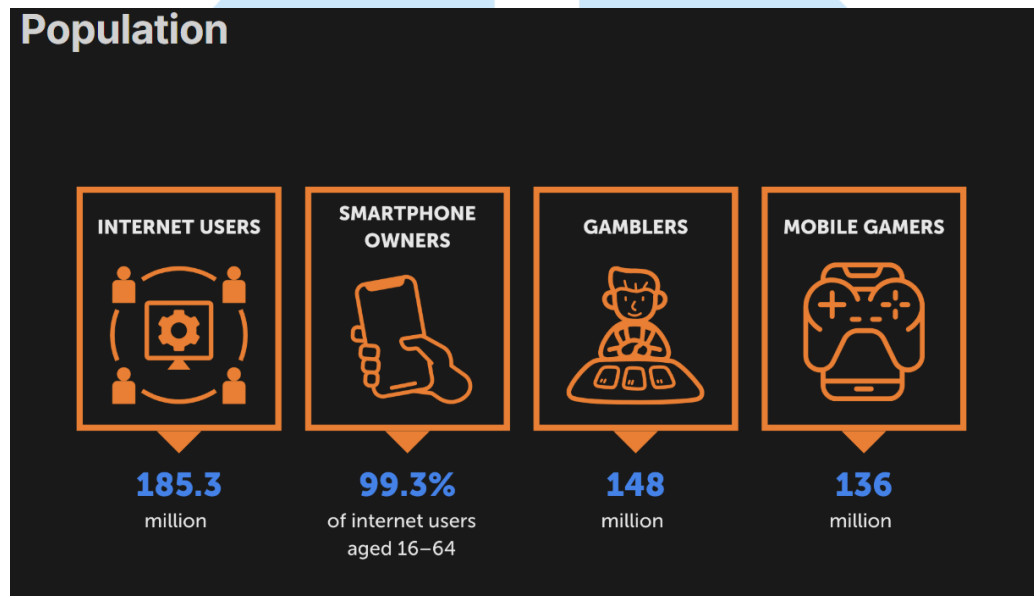
1.1 Latar Belakang

Industri esports di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Indonesia menjadi salah satu pasar esports terbesar di Asia Tenggara dengan jumlah gamers yang mencapai lebih dari 100 juta dengan pertumbuhan pendapatan sebesar Rp 40 triliun (Moch S, 2022). Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya akses terhadap internet, penetrasi perangkat mobile yang semakin luas, serta meningkatnya minat masyarakat terhadap game kompetitif. Selain itu, berbagai turnamen besar seperti Piala Presiden Esports, Mobile Legends: Bang Bang Professional League (MPL), dan Free Fire Master League (FFML) turut berkontribusi dalam mengangkat ekosistem esports di tanah air.

Berdasarkan data dari AllCorrectGames, Indonesia memiliki populasi lebih dari 287 juta jiwa, di mana 202,6 juta di antaranya adalah pengguna internet, 183,7 juta pemilik smartphone, dan sekitar 116 juta merupakan gamer. Data tersebut menunjukkan sekitar 114 juta merupakan mobile gamers yang menjadikan Indonesia sebagai pasar mobile game dengan potensial yang sangat tinggi. Indonesia juga menempati posisi pertama sebagai pasar game terbesar di Asia Tenggara dan peringkat ke-16 di dunia, dengan total nilai penjualan game mencapai USD 2,52 miliar atau sekitar Rp 28,72 triliun pada akhir tahun 2024. Tentunya hal ini menunjukkan bahwa industry game dan esports tidak hanya berkembang dari sisi jumlah pemain, tetapi juga dari sisi nilai ekonomi yang dihasilkan.

Peran esports dalam dunia hiburan dan ekonomi digital juga semakin signifikan. Esports tidak hanya sekadar menjadi ajang kompetisi antar pemain profesional, tetapi juga telah berkembang menjadi industry bernilai miliaran rupiah dengan berbagai peluang bisnis, mulai dari sponsorship, iklan, penjualan merchandise, hingga layanan

produksi konten digital. Menurut data dari Asosiasi Game Indonesia (AGI) sector esports di Indonesia menyumbang pendapatan yang cukup besar bagi industry game nasional, dengan proyeksi pertumbuhan yang terus meningkat setiap tahunnya.



Gambar 1. 1 Population

Sumber: datareportal.com

Industri esports tidak hanya menghadirkan inovasi dalam bentuk hiburan digital, tetapi juga membuka banyak peluang ekonomi yang baru. Salah satu perkembangan signifikan adalah munculnya profesi-profesi baru seperti caster, streamer, content creator, hingga manajemen tim professional. Tentunya fenomena ini menggambarkan bahwa ekosistem esports memiliki efek domino yang menjangku berbagai sektor, mulai dari teknologi informasi, media digital, hingga pemasaran dan periklanan. Keberadaan platform digital seperti YouTube, TikTok, dan Instagram juga memperkuat distribusi konten esports dan menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang sangat dinamis.

Pemerintah Indonesia juga turut mengambil peran dalam mendorong pertumbuhan industry esports. Berdasarkan artikel yang dirilis oleh Kemenpora (2022), hal tersebut dilakukan dengan diadakannya Piala Presiden Esports sebagai ajang resmi tahunan yang didukung oleh Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora), serta kerja sama lintas institusi seperti Bekraf dan Olahraga (Kemenpora). Melalui pendekatan ini, esports tidak lagi dipandang sekadar hobi, melainkan sebagai industry yang memiliki potensi dalam menyerap tenaga kerja muda dan mendorong pertumbuhan ekonomi digital nasional.

Dalam ekosistem esports, peran Business Development menjadi salah satu aspek penting dalam memastikan keberlanjutan bisnis dan pertumbuhan perusahaan. Business Development bertanggung jawab dalam menciptakan peluang bisnis baru, membangun kemitraan strategis, serta mengembangkan strategi komersial yang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Di industry esports, Business Development memiliki tantangan tersendiri karena harus memahami tidak hanya aspek bisnis secara umum, tetapi juga dinamika komunitas esports, tren pasar, serta kebutuhan brand dan sponsor yang ingin terlibat dalam industry ini (Kotler & Keller, 2021).

Di tengah dinamika tersebut, peran Business Development menjadi semakin sentral. Posisi ini tidak hanya fokus pada peningkatan pendapatan semata, melainkan turut serta dalam pengembangan hubungan strategis, pemetaan potensi pasar, hingga kolaborasi jangka panjang dengan berbagai stakeholder. Kemampuan dalam membangun komunikasi yang kuat, memahami kebutuhan brand, serta menerjemahkannya ke dalam solusi kreatif menjadi keunggulan kompetitif tersendiri dalam dunia esports yang bergerak cepat.

RevivaLTV merupakan salah satu perusahaan agency yang bergerak di bidang esports, yang memiliki peran penting dalam mengembangkan industry ini melalui produksi konten, penyelenggaraan turnamen, serta strategi pemasaran digital. Sebagai salah satu agency esports terkemuka di Indonesia, RevivaLTV memiliki jaringan yang

luas dengan berbagai stakeholder di industry ini, termasuk tim esports, publisher game, brand sponsor, serta komunitas penggemar. Oleh karena itu, aktivitas Business Development di RevivaLTV menjadi aspek krusial dalam mengembangkan berbagai inisiatif bisnis, memperluas jaringan kemitraan, serta mengoptimalkan strategi komersialisasi dalam dunia esports yang kompetitif.

Dalam laporan magang ini, akan dibahas berbagai aktivitas Business Development yang dilakukan di RevivaLTV, termasuk bagaimana strategi kemitraan dikembangkan, bagaimana peluang bisnis dieksplorasi, serta bagaimana peran Business Development dalam mendukung pertumbuhan industry esports di Indonesia. Laporan ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pentingnya fungsi Business Development dalam industry esports serta bagaimana penerapannya dalam sebuah perusahaan agency seperti RevivaLTV.

Pada konteks ini, pelaksanaan kegiatan magang di RevivaLTV bukan hanya menjadi saran pembelajaran akademik, tetapi juga sebagai pengalaman praktis untuk terlibat langsung dalam industri yang berkembang cepat dan dinamis. Magang ini memberikan kesempatan kepada penulis untuk memahami lebih dalam tantangan dan solusi strategis dalam pengelolaan relasi klien, perancangan kampanye, dan negosiasi bisnis di sector esports. Oleh karena itu, laporan ini diharapkan dapat menjadi kontribusi nyata dalam menjelaskan bagaimana Business Development berperan penting dalam mendorong pertumbuhan perusahaan agency esports seperti RevivaLTV.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud penulis dalam melakukan kerja magang di RevivaLTV adalah untuk mendapatkan pembekalan dan juga pengalaman yang dapat dijadikan sebagai sebuah nilai tambahan untuk mendapatkan kesempatan kerja kedepannya. Tentunya, kerja magang di RevivaLTV juga dapat menguji kemampuan yang dimiliki oleh penulis pada bidang esports di Indonesia. Hal tersebut tentunya dapat membantu penulis dalam menentukan karir kedepannya.

Tujuan penulis dalam kerja magang di RevivaLTV adalah untuk mengimplementasikan pembelajaran UMN dalam dunia kerja, memahami dan mempelajari proses kerja pada RevivaLTV, dan belajar soft skill untuk pengembangan diri dalam dunia esports seperti cara menganalisis, meningkatkan, serta menyusun ide untuk engagement maupun awareness pada proyek yang dijalankan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.4 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaa kerja magang di RevivaLTV berlangsung dengan durasi waktu kerja selama minimal 640 jam atau 80 hari kerja sesuai dengan panduan MBKM Magang Track 1. Berikut adalah kontrak kerja magang penulisan dengan RevivaLTV:

Waktu Pelaksanaan Kerja	: 6 Januari – 6 Juli 2025
Jam Kerja	: 09.00 – 18.00
Hari Kerja	: Senin – Jumat
Sistem Kerja	: Work From Office/Bekerja di kantor
Tempat Kerja	: Jl. H. Kelik No.14, RT.3/RW.8, Klp. Dua, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat

1.5 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1) Proses Administrasi Kampus (UMN)

- a) Mengikuti pembekalan magang wajib bagi seluruh mahasiswa jurusan Manajemen yang diselenggarakan secara online di Zoom Meeting.
- b) Mengisi KRS MBKM Track 1 di myumn.ac.id saat pemilihan KRS dibuka.
- c) Mengajukan KM-01 ke Prodi Manajemen setelah mengirimkan CV dan Portofolio ke perusahaan yang diinginkan.
- d) Mendapatkan persetujuan dari Prodi Manajemen terhadap perusahaan yang dilamar dan turunalh surat KM-02 (surat pengantar magang) yang akan diberikan ke perusahaan tempat magang.
- e) Melakukan registrasi dan mendaftarkan perusahaan tempat magang lewat merdeka.umn.ac.id dan menunggul approval dari PIC dan HoD.
- f) Setelah sudah di approve maka dapat mulai mengisi daily task dan exam setiap kali selesai magang dan juga setelah melakukan bimbingan dengan dosen.

2) Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- a) Mengirimkan permohonan magang beserta dengan CV ke akun Glints RevivaLTV pada 6 Desember 2024.
- b) Melakukan wawancara dan presentasi skema 360 Marketing untuk Launching Game dengan HRD dan supervisi pada tanggal 19 Desember 2024 melalui Google Meet.
- c) Diterima magang di RevivaLTV pada 20 Desember 2024.

3) Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- a) Praktik kerja magang dijalankan di posisi sebagai Business Development yang bertanggung jawab dalam mengembangkan dan menjagahubungan dengan client.
- b) Praktik kerja magang di RevivaLTV berfokus dalam pekerjaan seperti membuat pitching deck sesuai kebutuhan client dan melakukan mark up pada quotation.
- c) Penugasan dan aktivitas lainnya diajarkan dan didampingi langsung oleh supervisi dari RevivaLTV.

UMN