

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum

Industri esports telah mengalami pertumbuhan dan transformasi yang signifikan, berevolusi dari hobi yang niche menjadi fenomena arus utama dengan implikasi ekonomi, sosial, dan psikologis yang substansial. Evolusi ini ditandai dengan berkembangnya jumlah penonton, profesionalisasi pemain, dan integrasi esports ke dalam institusi pendidikan dan sektor pariwisata. Penonton esports telah berkembang secara dramatis, dengan perkiraan yang menunjukkan bahwa pada tahun 2019, penonton global mencapai 443 juta, dan industri ini menghasilkan sekitar USD 950 juta, dengan proyeksi yang mengindikasikan peningkatan menjadi USD 1,79 miliar pada tahun 2022 [1]. Pertumbuhan ini mencerminkan peningkatan jumlah penonton dan perubahan persepsi terhadap esports sebagai bentuk kompetisi yang sah seperti halnya olahraga tradisional. Seiring dengan meningkatnya popularitas esports, kebutuhan akan infrastruktur pembayaran yang efisien dan aman untuk berbagai transaksi, seperti pembelian item dalam game, tiket acara, hingga hadiah kompetisi, juga meningkat. Di sinilah platform financial technology (fintech) memainkan peran penting.

*Financial Technology (Fintech)* merujuk pada inovasi teknologi yang digunakan untuk mendukung dan meningkatkan layanan keuangan, yang mencakup berbagai aspek seperti pembayaran, pinjaman, investasi, dan manajemen keuangan. Dalam beberapa tahun terakhir, fintech telah menjadi solusi yang signifikan untuk meningkatkan inklusi keuangan, terutama di kalangan masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani oleh lembaga keuangan tradisional [2], [3]. Fintech, atau teknologi finansial, telah memberikan kemudahan dan efisiensi dalam proses pembayaran, yang sangat penting mengingat tingginya volume transaksi yang terjadi dalam ekosistem e-sport. Dengan meningkatnya popularitas game online dan turnamen e-sport,

kebutuhan akan metode pembayaran yang cepat dan aman menjadi semakin mendesak [4], [5].

Salah satu keuntungan utama dari penggunaan fintech dalam e-sport adalah kemudahan akses bagi pemain, pengembang, dan penyelenggara turnamen. Platform seperti e-wallet (misalnya DANA, GoPay, dan OVO) memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan cepat tanpa harus menggunakan uang tunai [6]. Hal ini tidak hanya mempercepat proses pembayaran tetapi juga meningkatkan pengalaman pengguna, yang sangat penting dalam lingkungan kompetitif seperti e-sport. Selain itu, fintech juga memberikan peluang bagi pengembang game untuk mengintegrasikan sistem pembayaran langsung ke dalam game, sehingga memudahkan pemain untuk membeli item atau melakukan transaksi lainnya tanpa harus meninggalkan permainan [7]. Penyelenggara turnamen e-sport juga dapat memanfaatkan teknologi ini untuk mengelola pembayaran hadiah dan biaya pendaftaran dengan lebih efisien. Dengan menggunakan platform fintech, mereka dapat memastikan bahwa semua transaksi tercatat dengan baik dan transparan, yang penting untuk membangun kepercayaan di antara peserta [8]. Selain itu, fintech juga memungkinkan penyelenggara untuk menawarkan berbagai metode pembayaran, sehingga menjangkau lebih banyak peserta dari berbagai latar belakang [9].

Dengan meningkatnya jumlah gamer dan penggemar esports yang merupakan generasi muda dan *tech-savvy*, platform fintech memiliki kesempatan untuk meningkatkan penetrasi pasar mereka di kalangan pengguna esports. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk menarik perhatian dan membangun loyalitas pengguna dalam segmen ini. Salah satu aspek kunci dari strategi pemasaran yang efektif adalah pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pengguna esports. Pengguna dalam komunitas ini cenderung mencari pengalaman yang intuitif dan inovatif, serta layanan yang dapat meningkatkan pengalaman bermain game mereka. Fintech dapat memenuhi kebutuhan ini melalui inovasi produk dan layanan yang dirancang khusus untuk gamer, seperti sistem pembayaran yang cepat dan

aman, serta fitur-fitur yang mendukung transaksi dalam game [10], [11], [12]. Dengan demikian, inovasi dalam produk dan layanan menjadi salah satu pilar utama dalam membangun loyalitas pengguna.

Selain inovasi produk, penggunaan strategi digital marketing juga sangat penting dalam menarik perhatian komunitas esports. Pemasaran melalui media sosial, influencer marketing, dan program loyalitas berbasis digital dapat menjadi alat yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Media sosial, seperti Twitch dan YouTube, adalah platform yang populer di kalangan gamer dan dapat digunakan untuk mempromosikan produk fintech dengan cara yang menarik dan interaktif [13]. Influencer marketing, di mana platform fintech bekerja sama dengan streamer atau gamer terkenal, juga dapat meningkatkan kredibilitas dan daya tarik produk di mata pengguna [14].

### **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dari tulisan ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian dan membangun loyalitas pemain e-sport untuk bertransaksi menggunakan platform fintech dalam layanan esports payment?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam tulisan ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya akan membahas penggunaan platform fintech dalam konteks layanan pembayaran di industri esports yang dikelola PT Mabarin Kreasi Digital.
2. Analisis akan difokuskan pada strategi pemasaran digital, seperti influencer marketing dan social media marketing pada PT Mabarin Kreasi Digital, tanpa membahas aspek teknis dari pengembangan platform fintech.
3. Data yang digunakan akan terbatas pada pengguna dan komunitas esports, baik di tingkat lokal maupun global yang terdapat pada

database PT Mabarin Kreasi Digital, namun tidak mencakup industri lain di luar esports yang dikelola PT Mabarin Kreasi Digital.

#### **1.4 Tujuan**

Penelitian ini berfokus pada analisis strategi marketing dan penggunaan platform fintech untuk layanan esports payment, dengan tujuan untuk :

1. Mengidentifikasi peran platform fintech dalam meningkatkan kemudahan dan keamanan transaksi pelanggan PT Mabarin Kreasi Digital.
2. Menganalisis efektivitas strategi marketing pada layanan esports payment PT Mabarin Kreasi Digital.

