

EKONOMI



STRATEGI BISNIS DAN INVESTASI

Di balik Popularitas Game Online

PERKEMBANGAN produk game online mendapat perhatian yang cukup signifikan di bisnis digital. Perkembangan ini terlihat dari banyaknya aplikasi yang dapat diunduh baik di Google Playstore maupun di Apple App Store. Berdasarkan data survei dari Ageto Studio tahun 2012, sebuah perusahaan game di Indonesia, tiga jenis game terpopuler di Indonesia adalah RPG (Role Playing Games), Strategy, dan FPS (First Person Shooter). Salah satu trend game yang cukup diminati adalah game Among Us. Game Among Us dirilis pada tanggal 15 Juni 2018, namun game tersebut mengalami popularitas pada tahun 2020. Among Us diunduh hampir 42 juta kali di Steam pada paruh pertama bulan September 2020. Popularitas Game Among Us selain disebabkan oleh efek pandemi yang cukup lama juga disebabkan oleh beberapa faktor yang mendorong game ini menjadi viral dan memiliki peminat tinggi.

Gejala meningkatnya pengguna game dirangsang oleh aktivitas sosial media dari Streamer dan YouTuber seperti PewDiePie. Aspek norma subjektif ini mendorong game ini mendadak menjadi populer. Padahal, sejak dirilis 2 tahun lalu belum memberikan daya tarik optimal bagi konsumen. Aktivitas media sosial berperan dalam mempromosikan game ini seperti Youtube dan Instagram. Video dan meme yang tersebar di media sosial menjadikan game populer dan menarik untuk dicoba.

Kebutuhan sosial adalah faktor pendorong lainnya. Perubahan generasi yang berlangsung dari generasi X ke Y, dan kini generasi Z yang cenderung mengutamakan interaksi online dibandingkan fisik. Aspek Interaksi antar pengguna game online menjadi pemicu game online populer di Indonesia. Harga juga menjadi salah satu pertimbangan game online banyak diminati. Salah satu aspek lainnya yang mempengaruhi individu dalam menggunakan teknologi adalah aspek kemudahan penggunaan, dalam hal media pendukung. Faktor-faktor tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengembangan dan pemasaran produk game.

Pada tahap pra-produksi, produsen perlu mempertimbangkan harga aplikasi sesuai konsumen yang sensitif terhadap harga. Kapasitas aplikasi yang disesuaikan dengan kemampuan smartphone sangat penting untuk diperhatikan terkait dengan masalah kemudahan penggunaan. Semakin adaptif aplikasi game dengan media standar maka akan semakin mudah digunakan. Pada tahap pengenalan produk, penggunaan media sosial adalah sarana yang paling tepat pada tahap ini. Aktor media sosial seperti celebgram, youtuber, streamer, dan facebooker memiliki kekuatan endorse yang lebih kuat daripada karakter lain. Norma subjektif berupa perilaku aktor sosial media akan menjadi role model bagi pengikutnya. Pada tahap komitmen konsumen, perlu dibangun komunitas sebagai pemicu pengembangan pasar produk game. Komunitas akan sangat bermanfaat dengan melibatkan konsumen dalam berbagai aspek pengembangan dan promosi produk sebagai upaya membangun keterikatan konsumen dengan produk sesuai dengan nilai-nilai kolektif masyarakat Asia.

(Dr Tony Wijaya SE MM, Alumnus Program Doktor Pascasarjana FBE UII & Lektor Kepala FE UNY)

Inflasi, Indikas

YOGYA (KR) - DIY pada Novem inflasi 0,18 persen (mtm). Dengan re flasi DIY secara akumulatif sampai d tercatat 0,92 persen (ytd) atau secara (yoy). Capaian ini berada lebih rend sional yakni 1,59 persen (yoy). Deng akhir, diperkirakan realisasi inflasi akan berada di bawah sasaran yan persen + 1 persen (yoy).

Inflasi yang terjadi di DIY me nunjukkan permintaan konsumsi di tingkat masyarakat yang perlahan mulai meningkat. Inflasi yang terja di pada November 2020 terutama disebabkan inflasi kelompok pa ngan bergejolak (volatile food) dan inflasi kelompok inti. Adapun ke

BNI Syariah

JAKARTA (KR) - BNI Syariah meluncurkan Ha sanah Debit Prioritas yang merupakan fasilitas ATM bertipe World Debit Mastercard yang akan memberika kenyamanan dalam bertransaksi di seluruh du nia atau ATM dalam ja rangan Mastercard maupun

Pertamina Rekor



Penandatanganan MoU antara Pertam Pemuda DIY disaksikan perwakilan KP

YOGYA (KR) - Pertami na di Regional Jawa Bagian Tengah (JBT) menyepakati kerja sama rekonsiliasi data Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB) dengan Pemda DIY. Kerja sama tersebut sebagai bentuk kolaborasi dan transparansi antara BUMN dan Pemda. Penandatanganan kerja sama dile gakan P Pengelola Aset (PI Suwanta Kepala E harsono GM Pe JBT Syl di Ged. Kapatil