

USAHA JUAL BELI SKIN GAME ONLINE TANPA MODAL : STUDI KASUS WIRAUSAHA DIGITAL PEMULA

**Sulthan Abrar Rayyan¹, Hartin Kurniawati², Ade Khoirunisa , Inas Sajidah
Adrian Ariel Pamungkas**

Pendidikan Agama Islam, STAI AL – Hamidiyah Jakarta

abrarray3498@gmail.com adhe.hartin@gmail.com

Abstract

Digital transformation has created various new business opportunities, including in the rapidly growing game industry in Indonesia. One promising opportunity is the online trading of game skins—cosmetic items within games traded between players. This study examines the author's experience in running a game skin trading business without initial capital, yet successfully generating a turnover of IDR 150,000 within two weeks. The research uses a descriptive qualitative case study method. The results indicate that market knowledge, leveraging digital communities, and effective communication strategies are the key factors for the success of this business. This article aims to provide practical and theoretical insights for aspiring digital entrepreneurs who wish to start a business with minimal capital.

Keywords : digital economy, game skins, online business, no capital, online games

Abstrak

Transformasi digital menciptakan berbagai peluang usaha baru, termasuk di sektor industri game yang berkembang pesat di Indonesia. Salah satu peluang yang menjanjikan adalah jual beli skin game online, yaitu item kosmetik dalam game yang dijual antar pemain. Penelitian ini mengkaji pengalaman usaha penulis dalam menjalankan bisnis jual beli skin game online tanpa menggunakan modal awal, namun berhasil menghasilkan omzet sebesar Rp150.000 dalam waktu dua minggu. Penelitian menggunakan metode studi kasus deskriptif kualitatif. Hasil menunjukkan bahwa pengetahuan pasar, pemanfaatan komunitas digital, dan strategi komunikasi yang tepat menjadi kunci utama keberhasilan usaha ini. Artikel ini bertujuan untuk memberikan gambaran praktis dan teoritis bagi calon wirausahawan digital pemula yang ingin memulai usaha tanpa modal besar.

Kata Kunci : ekonomi digital, skin game, usaha online, tanpa modal, game online

PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah cara manusia beraktivitas, termasuk dalam dunia bisnis. Munculnya internet, media sosial, dan platform daring lainnya membuka banyak peluang usaha baru yang sebelumnya tidak terpikirkan. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah industri game online. Menurut laporan We Are Social dan

Hootsuite (2023), lebih dari 100 juta orang Indonesia aktif bermain game online, dan banyak dari mereka melakukan pembelian item dalam game.

Salah satu bentuk transaksi yang umum terjadi dalam komunitas game adalah jual beli skin game. Skin merupakan item kosmetik yang mengubah tampilan karakter, senjata, atau kendaraan dalam game. Meskipun tidak memberikan keunggulan gameplay, skin memiliki nilai estetika dan eksklusivitas yang tinggi, sehingga sangat diminati. Fenomena ini menciptakan pasar yang aktif dan menguntungkan. Tidak semua orang menyadari potensi ekonomi dari jual beli skin game ini. Banyak yang menganggap bahwa memulai bisnis digital membutuhkan modal besar. Padahal, seperti yang dikatakan Nugroho (2020), wirausaha digital dapat dimulai dengan modal minim, bahkan tanpa modal uang, asalkan memiliki pengetahuan, akses informasi, dan jaringan komunitas.

Melalui jurnal ini, penulis ingin membagikan pengalaman pribadi dalam menjalankan usaha jual beli skin game tanpa modal awal, namun tetap menghasilkan omzet. Diharapkan studi ini dapat menjadi inspirasi dan rujukan bagi pelajar, mahasiswa, atau siapa pun yang ingin memulai bisnis digital dengan risiko rendah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif. Subjek penelitian adalah satu pelaku usaha (penulis sendiri) yang menjalankan usaha jual beli skin game online selama tiga minggu. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap aktivitas jual beli, dokumentasi transaksi, serta wawancara informal dengan beberapa pembeli dan penjual dalam komunitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Wirausaha Digital

Wirausaha digital adalah kegiatan kewirausahaan yang memanfaatkan teknologi digital sebagai media utama dalam menciptakan, memasarkan, dan menjual produk atau jasa (Susanto, 2019). Wirausaha digital memiliki karakteristik fleksibel, tidak terbatas oleh ruang dan waktu, serta dapat dijalankan dengan biaya operasional yang rendah.

2. Skin Game dan Ekonomi Virtual

Skin game merupakan bagian dari ekonomi virtual, yaitu sistem ekonomi yang berkembang dalam lingkungan digital atau dunia maya. Meskipun hanya berupa item virtual,

skin memiliki nilai ekonomi karena dapat diperjualbelikan antar pemain. Menurut Nugroho (2020), nilai suatu produk dalam dunia digital tidak bergantung pada bentuk fisik, melainkan pada persepsi, kelangkaan, dan permintaan pasar.

3. Strategi Pemasaran Digital

Menurut Kartajaya (2017), pemasaran digital memerlukan pendekatan berbeda dengan pemasaran konvensional. Dalam dunia digital, kepercayaan, kredibilitas, dan relasi personal menjadi kunci utama. Oleh karena itu, strategi seperti membangun komunitas, memperkuat personal branding, dan menggunakan media sosial menjadi sangat penting.

Selama tiga minggu menjalankan usaha ini, penulis berhasil menjual beberapa skin dari dua game populer: Mobile Legends dan Free Fire. Skin tersebut dijual dengan harga bervariasi tergantung kelangkaan dan permintaan, total omzet yang didapat sebesar Rp150.000.

Faktor pendukung keberhasilan: dalam bisnis ialah permintaan pasar yang tinggi, minimnya modal dan dapat bersaing harga dengan sehat. Adapun tantangannya pula yaitu penipuan (scam).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha jual beli skin game online dapat menjadi peluang usaha nyata yang dapat dijalankan tanpa modal uang. Dengan memanfaatkan komunitas digital, strategi komunikasi yang baik, dan memahami pasar, seorang pemula dapat memperoleh omzet walaupun dalam skala kecil.

Hasil usaha ini dapat menjadi bukti bahwa model wirausaha digital sangat mungkin dilakukan oleh pelajar dan mahasiswa yang ingin mulai berbisnis. Selain itu, usaha ini juga mengajarkan nilai kejujuran, komunikasi, dan manajemen waktu. Diharapkan ke depan, model usaha ini dapat dikembangkan lebih lanjut melalui integrasi dengan e-commerce, penggunaan sistem dropshipping, atau pembuatan website sendiri untuk meningkatkan jangkauan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Kartajaya, H. (2017). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nugroho, R. A. (2020). *Strategi Bisnis Online di Era Digital*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Susanto, A. (2019). *Digitalpreneur: Panduan Menjadi Pengusaha di Dunia Digital*. Bandung: Informatika.