

**MODEL BISNIS BERBASIS KONTEN PENGGUNA DAN
MEKANISME MONETISASI *GREY MARKET*
DALAM EKOSISTEM ROBLOX
(STUDI PELUANG BISNIS DIGITAL)**

SKRIPSI



Oleh:

Muhammad Nala Hulwadin

NIM.22202012

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS dr. SOEBANDI
JEMBER
2026**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Model Bisnis Berbasis Konten Pengguna dan Mekanisme Monetisasi Grey Market dalam Ekosistem Roblox (Studi Peluang Bisnis Digital)*

telah diuji dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis:

Nama : Muhammad Nala Hulwadin

NIM : 22202012

Hari, Tanggal : 04 Juni 2026

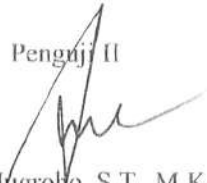
Program Studi : S-1 Bisnis Digital

Tim penguji
Ketua penguji,



Stivaniyanti Atmanegara, SE., MM.
NIK. 198505112021112207

Penguji II



Arief Tri Nugroho, S.T., M.Kom.
NIK. 198102202013091040

Penguji III



Erfan Nurkholis Efendi, S.Kom., M.Kom
NIK. 198801142024061249

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Soebandi



Endang Miftahullaillah, S.E., M.M.
NIDN. 0731106801

ABSTRAK

Ekosistem platform digital saat ini tidak hanya memfasilitasi transaksi resmi, tetapi juga memunculkan ekonomi informal (*shadow economy*) yang beroperasi di luar sistem tata kelola platform. Penelitian ini bertujuan menganalisis model bisnis berbasis *User-Generated Content* (UGC) dan mekanisme monetisasi grey market dalam ekosistem Roblox. Pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus digunakan melalui wawancara mendalam terhadap 10 informan dan observasi digital komprehensif. Data dianalisis menggunakan thematic analysis (Braun & Clarke, 2021) melalui tahap familiarisasi, *coding*, identifikasi tema, peninjauan, dan interpretasi data. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, metode, dan data. Hasil penelitian menunjukkan enam tema utama: (1) kreator berperan sebagai prosumer dalam model bisnis UGC, namun distribusi nilai didominasi platform ($\pm 70\%$ potongan DevEx); (2) grey market berkembang sebagai sistem transaksi terstruktur berbasis kepercayaan komunitas (*trusted seller, middleman, rekber*); (3) faktor pendorong bersifat struktural meliputi ketimpangan distribusi pendapatan dan rigiditas sistem monetisasi resmi; (4) persepsi pelaku bersifat ambivalen antara peluang ekonomi dan risiko penipuan; (5) grey market melahirkan kewirausahaan digital berbasis komunitas (jasa scripting, pembuatan game, desain UI); dan (6) grey market menciptakan market escape dan disintermediation yang mengancam keberlanjutan tata kelola platform. Temuan ini memperluas teori ekonomi platform dengan mengidentifikasi bahwa ketimpangan value capture adalah prediktor struktural munculnya *shadow digital economy* dalam ekosistem UGC.

Kata Kunci: *Bisnis Digital, Grey Market, Monetisasi, Roblox, User-Generated Content, Shadow Economy*