

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri *game* berperan besar terhadap perkembangan ekonomi di seluruh dunia. Berdasarkan data dari [1] menyebutkan bahwa pendapatan dari industri *game* di Amerika mencapai 43,8 Milliar dollar AS. Industri *Game* di Indonesia sendiri telah berkontribusi untuk ekonomi kreatif sebesar 1,93% dengan jumlah 44.733 tenaga kerja pada bidang ini [2]. Contoh nyata perusahaan pada bidang *game* yang berkembang pesat adalah PT. Synnex Metrodata Indonesia dengan total penjualan mencapai 1 Triliun Rupiah pada tahun 2018 lalu hanya dalam jangka waktu 5 tahun saja [3].

Game online merupakan *game* yang dapat dimainkan oleh seorang individu maupun berkelompok yang saling terhubung satu sama lain melalui jaringan internet [4]. Berdasarkan laporan dari [5] *Game online* sendiri telah menguasai berbagai platform mulai dari *handphone* hingga tablet. Sebanyak 80% dari total pengguna internet bermain *game* di setiap bulannya dengan total *gamer* mencapai 3,5 Milliar orang di dunia. Sebanyak 69% pengguna internet menggunakan *handphone* untuk bermain *game*, *handphone* yang biasa digunakan untuk berkomunikasi kini dapat pula digunakan untuk bermain *game*, sebanyak 41% pengguna internet menggunakan *Personal Computer* (PC) dalam bentuk Laptop maupun Desktop untuk bermain *game*. 25% pengguna internet menggunakan *game console* untuk bermain *game* dan sisanya 21% menggunakan *tablet computer*.

Terdapat banyak macam tipe dari *game* yang dapat dimainkan, mulai dari *Adventure*, *Fighting*, *Action*, *Driving*, *RPG* (Role Playing Game), *Educational*, *MMORPG* (*Massively Multiplayer Online Role Playing Game*), *Strategy* dan *Sports* [6]. Setiap tipe *game* tentunya memiliki ciri khas masing-masing yang membuat *game* tersebut menjadi menarik dan menyenangkan untuk dimainkan oleh penggunanya.

Selain untuk menambah teman atau bahkan sekedar menghabiskan waktu luang, tujuan paling dasar dari bermain *game* adalah untuk kesenangan pribadi atau sebagai hiburan [7]. Akan tetapi seiring berkembangnya industri *game* memungkinkan para *gamer* untuk melakukan transaksi di dunia *game* atau lebih dikenal dengan *virtual* ekonomi. *Virtual* ekonomi adalah kondisi di mana seorang *gamer* melakukan transaksi jual beli *virtual item* dengan *gamer* lainnya dengan cara memberikan *virtual item* kepada seseorang yang nantinya ditukarkan dengan *real money* [8].

Virtual item adalah sebuah produk atau barang yang dapat dirasakan manfaatnya secara nyata dan dapat diterima secara logika oleh pengguna meskipun barang tersebut hanya ada di dalam media digital seperti komputer dan perangkat lain [9]. *Armor*, senjata, dan baju merupakan salah satu contoh dari *virtual items*.

Terdapat banyak *game* yang menawarkan *virtual item* kepada penggunanya, baik dengan tujuan untuk meningkatkan kompetensi karakter maupun hanya dari segi keindahan. *Game online* “*Defend of the Ancient 2*” (DOTA 2) menjadi salah satu contoh *game online* yang memiliki banyak sekali *virtual item*, harga yang ditawarkanpun beragam mulai dari yang paling murah yaitu kisaran ratusan ribu Rupiah hingga jutaan Rupiah meskipun sebenarnya *virtual items* pada *game online* DOTA 2 tidak memiliki efek atau pengaruh apapun terhadap peningkatan kemampuan karakter, melainkan hanya sekedar dekorasi dari karakter *hero* di dalam *game* agar terlihat indah dan estetik ketika dimainkan. Salah satu contoh dari *virtual item* di DOTA 2 adalah *Golden Baby Roshan* dengan harga yaitu Rp. 182.520.000 [10].

Transaksi *virtual item* terjadi di berbagai *platform* yang menjadi media untuk menjual *virtual item* adalah *e-bay*, *facebook*, *steam*. Di Indonesia sendiri terdapat satu platform yang populer untuk melakukan transaksi jual beli *virtual item* yaitu “Itemku”. Itemku berperan sebagai media yang memudahkan transaksi barang *virtual* dalam bentuk *item*, akun, *voucher*. Transaksi pada *game* DOTA 2 yang dilakukan oleh *Veiksmo Store* di platform itemku telah mencapai angka yang fantastis yaitu nilai transaksi Rp 10.000.000 perbulannya dan mendapat keuntungan bersih sebesar Rp 4.000.000 [11].

Keinginan yang tinggi dari para *gamers* untuk membeli *virtual items* di *game online* mengakibatkan orang-orang untuk ikut serta dalam menghasilkan uang, total pendapatan global pada tahun 2009 lalu mencapai angka yang fantastis yaitu 60 Milliar Dollar AS dan juga sejak tahun 2007 penjualan *virtual item* di *game online* meningkat hingga 245% dengan total pendapatan sebesar 2,1 Milliar Dollar AS meningkat hingga 7,3 Milliar Dollar AS pada tahun 2010 [12]. Hal ini menunjukkan betapa tingginya intensitas pembelian *virtual item* di *game online* oleh para *gamers*.

Terdapat beberapa hal yang mendukung seorang *gamer* melakukan pembelian *Virtual item*, sebagai contoh *virtual item* digunakan oleh para *gamer* guna meningkatkan kompetensi karakternya agar menjadi lebih kuat dan dapat bersaing dengan pemain lainnya, selain dari segi fungsional terdapat segi lain yang juga mempengaruhi seorang *gamer* untuk membeli *virtual item* yaitu segi keindahan atau *aesthetics* dan juga segi sosial [13]. Oleh karena itu *virtual items* dalam dunia *game* tidak hanya berguna didalam permainan saja, namun juga bisa menjadi aset yang diperjualbelikan sesama *gamer* [14].

Teori *consumption value* biasanya digunakan untuk mengetahui faktor apa saja yang mendukung seorang *gamer* untuk melakukan pembelian *virtual item* di *game online* [15]. Teori *consumption value* sendiri terdiri dari *functional value*, *emotional value*, *social value*, *epistemic value*, dan *conditional value* [16]. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh [13] menjelaskan bahwa *conditional value* tidak dapat digunakan terhadap pembelian produk *virtual item* karena *gamer* dapat melakukan pembelian *virtual item* kapan saja saat diinginkan, sedangkan pada nilai *epistemic value* tidak berlaku untuk *gamer* karena transaksi dilakukan secara online dengan konsumennya. *Epistemic value* mengarah kepada aspek kejutan atau memberikan pengalaman baru kepada konsumen ketika melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Mencermati dari latar belakang yang terpapar, maka akan dilakukannya penelitian terhadap faktor yang mempengaruhi keinginan untuk melakukan pembelian *virtual item* pada *game online*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Belum diketahuinya faktor yang mempengaruhi *gamers* dalam melakukan pembelian *virtual item* pada *game online* dari segi *functional value*, *emotional value*, dan *social value* di kota Jambi.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian *virtual item* pada *game online* di kota Jambi?

1.4. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti membatasi permasalahan yang akan dibahas pada penelitian, sebagai berikut :

1. Penelitian akan dilakukan pada orang-orang yang bermain *game online* dan pernah melakukan pembelian *virtual item* pada *game online* di kota Jambi.
2. Penelitian akan berfokus untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian *virtual item* pada *game online*.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang melakukan pembelian *virtual item* pada *game online* di kota Jambi.

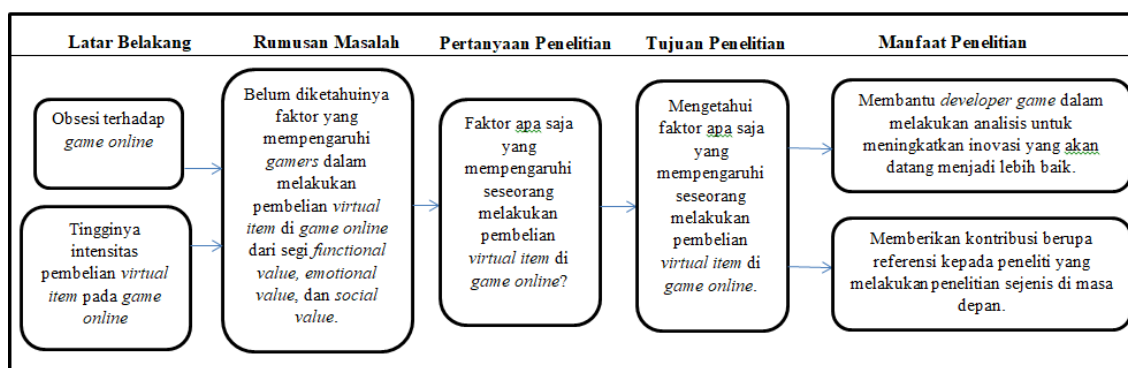
1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Membantu *developer game* dalam melakukan analisis untuk meningkatkan inovasi yang akan datang menjadi lebih baik.

2. Memberikan kontribusi berupa referensi kepada peneliti yang melakukan penelitian sejenis di masa depan.

1.7. Bagan Keterkaitan



Gambar 1.1. Bagan Keterkaitan

1.8. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini meliputi:

1. Bab I : Pendahuluan

Membuat latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dilakukannya penelitian, dan sistematika penulisan pada penelitian.
2. Bab II : Tinjauan Pustaka

Berisikan teori-teori yang mendukung pelaksanaan penelitian baik dari penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya ataupun penelitian yang sedang dikembangkan.
3. Bab III : Metodologi Penelitian

Berisikan metode yang akan digunakan untuk keberlangsungan penelitian, sampel data-data yang dikumpulkan dengan metode pengumpulan data baik melalui observasi, wawancara ataupun kuesioner.
4. Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Berisikan uraian dari hasil penelitian sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditentukan.
5. Bab V : Kesimpulan dan Saran

Berisikan rangkaian hasil analisis berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan serta pemberian saran dan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian untuk langkah-langkah selanjutnya untuk pengembangan hasil penelitian.