

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

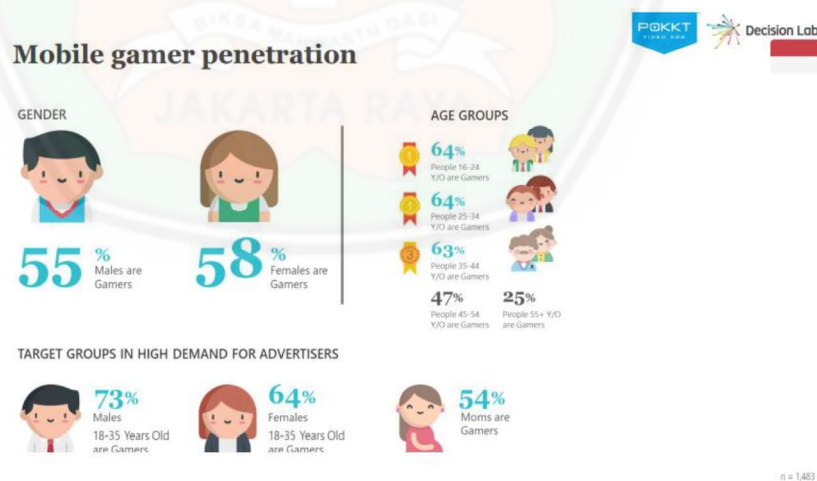
Di abad ke 21 ini, kita hidup di dalam sebuah era digital, era dimana komputer dan elektronik memiliki perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan ini menjadi sebuah revolusi yang menakjubkan dalam gaya hidup manusia di abad ke 21. Internet, dan berbagai macam cara penggunaannya telah menjadi bagian krusial dalam kehidupan kita, bahkan bisa dibilang sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Internet merupakan sebuah infrastruktur yang terdiri dari jaringan komputer yang saling berhubungan dan terlibat dalam pendistribusian data di seluruh dunia. (Khoo, 2012)

Salah satu inovasi menarik yang sangat berkembang dalam beberapa tahun terakhir ialah perkembangan *online game* (permainan daring). *Online game* didefinisikan sebagai *game online* multipemain besar (*Massive Multiplayer Online Games*) serta *game* kasual dan sosial yang dapat dimainkan langsung di *browser* internet atau melalui klien yang perlu diinstal. *Online game* saat ini tidak hanya bisa dimainkan melalui konsol dan perangkat komputer personal, karena para *developer* (pengembang) *game* telah menasar pengguna *smartphone*. *Mobile game* atau *game* seluler didefinisikan sebagai aplikasi *game* untuk perangkat pintar seperti *smartphone* dan *tablet*. Menurut laporan dari *Statista Company* (2020) mereka memprediksi bahwa pendapatan di segmen *Game Online* untuk Asia diproyeksikan mencapai US\$293m pada 2021. Pendapatan diperkirakan akan menunjukkan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR 2021-2025) sebesar 10,11%, sehingga volume pasar diproyeksikan sebesar US\$430m pada 2025.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh POKKT *Video Ads* dan *Decision Lab* pada Oktober 2018 mengatakan bahwa, jumlah *gamer* di Indonesia mencapai 60 juta orang. Dimana 55% nya terdiri dari pria dan 58%nya adalah wanita. Berdasarkan data yang diperoleh, 73% pria di umur 18-35 tahun adalah

*gamers* dan 64% wanita di umur 18-35 tahun adalah *gamers*. Emma Sri Martini yang menjabat sebagai Direktur Utama Telkomsel, mengungkapkan hasil penelitian dari lembaga survei Newzoo yang mengatakan bahwa demografi pemain *game* di Indonesia yakni, 46% karyawan kantoran, 20% pekerja independen, 13% karyawan part time, 10% persen pelajar, 4% pekerja rumah, 4% bukan karyawan, dan 2% lain-lain (Untari, 2019). Jumlah ini akan terus meningkat terutama dikala pandemik COVID-19 dikarenakan masyarakat lebih memiliki banyak waktu luang dan umumnya mereka mencari hiburan dan bermain *game* merupakan sebuah hiburan yang mudah untuk didapat. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil laporan dari Hyper-Casual yang melaporkan bahwa pada akhir Maret 2020, pengunduhan aplikasi *game* seluler mengalami kenaikan sebesar 75 persen dibandingkan dengan Maret 2019. Terdapat pula peningkatan waktu bermain para pengguna *game* online yakni sebesar 47%. *Game* online dinilai dapat menjadi obat untuk melawan rasa bosan dikarenakan sebagian besar masyarakat diwajibkan membatasi aktivitasnya di rumah. (Wuragil, 2020)

**Gambar 1. 1 Mobile Gamer Penetration**

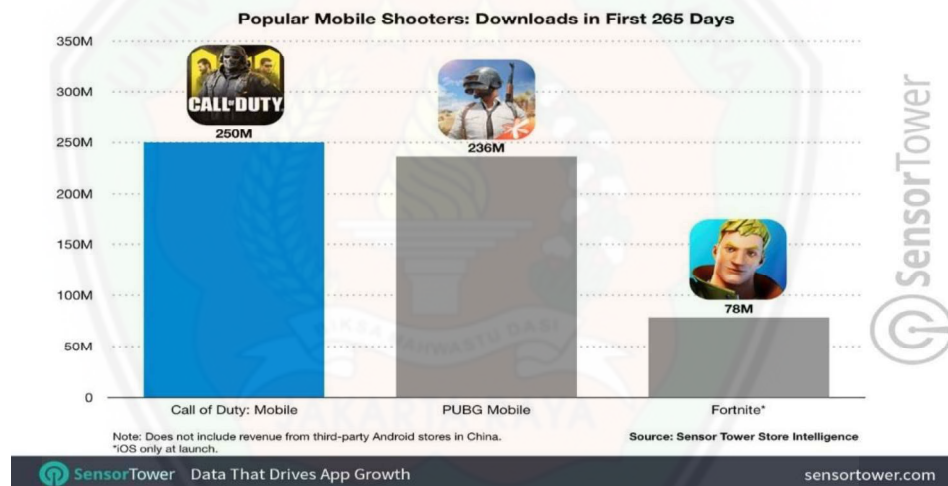


Sumber: POKKT & Decision Lab (2018)

*Call of Duty: Mobile*, merupakan *game* first-person-shooter (genre permainan video yang berpusat pada senjata dan pertarungan berbasis senjata

lainnya dalam perspektif orang pertama; artinya, pemain mengalami aksi melalui sudut pandang protagonis) yang menganut mode *multiplayer* dan *battle royale*. Dilansir dari *Sensor Tower Store Intelligence*, pada tahun 2020 *Call of Duty: Mobile* telah melampaui 250 juta unduhan di seluruh dunia, Total ini mewakili instalasi semua versi *game*, termasuk yang dioperasikan oleh *Activision-Blizzard* dan mitra penerbitan internasionalnya, termasuk di Indonesia yakni melalui Garena. (Chapple, 2020) Di Indonesia sendiri, melalui aplikasi *playstore* dan *appstore*, *Call of Duty: Mobile* telah diunduh lebih dari 10 juta kali.

**Gambar 1. 2 Perbandingan persentase jumlah unduhan antara Call of Duty: Mobile, PUBG Mobile, dan Fortnite**



Sumber : Sensor Tower Store Intelligence (2020)

*Call of Duty: Mobile* memiliki komunitas yang besar di dalamnya. Perkumpulan di dalam *game Call of Duty: Mobile* disebut sebagai *Clan*, yang di dalamnya terdiri dari *Clan Master*, *Vice Master*, dan member biasa. Sebuah *Clan* tergabung ke dalam asosiasi clan, biasanya terdiri dari 30 member, berisi pria dan wanita dengan berbagai macam latar belakang pendidikan, usia, dan pekerjaan. Dalam satu asosiasi, jumlahnya bisa mencapai puluhan clan. Asosiasi *clan* memiliki fungsi untuk mewedahi *Clan-Clan* tersebut agar terus menciptakan kegiatan-kegiatan kompetitif seperti *tournament* dan *scrimmage*

(latihan). Kegiatan seperti ini diselenggarakan agar tercipta persaingan yang sehat antar pemain dan juga untuk menumbuhkan jiwa sportif dan kompetitif sehingga pemain tersebut terus berlatih untuk meningkatkan permainannya.

Pemain dalam *Call of Duty: Mobile* disebut sebagai *player*. *Player* merupakan sebutan untuk orang-orang yang menjadi peserta dalam sebuah permainan. Istilah ini berlaku untuk semua jenis permainan dan oleh karena itu mengacu pada peserta permainan pemain tunggal dan multipemain. *Player Call of Duty: Mobile* dijadikan sebagai objek penelitian berdasarkan dengan fenomena yang terjadi mengenai perilaku konsumtif pada pemain *game online* dan dalam hal ini *Call of Duty: Mobile* dipilih karena game ini merupakan game ini masuk di nomor 4 *Top Grossing* pada kategori *action game* di *Google Playstore* yang mengindikasikan bahwa game ini memiliki pendapatan yang tinggi berdasarkan pembelajaran yang dilakukan di dalam aplikasi tersebut oleh penggunanya.

Dalam *Call of Duty: Mobile*, meskipun ketika mengunduhnya *player* tidak dikenakan biaya apapun, namun *publisher game* memonetisasi *gamenya* dengan cara menjual *virtual goods* dalam *game*. *Virtual Goods* contohnya adalah *skin* senjata, *character* dan item-item pendukung lainnya agar lebih menambah keseruan dalam bermain dan juga dapat meningkatkan status sosial si pemain karena *Virtual Goods* ini berguna untuk memperindah tampilan dalam *game* dan juga memberikan pengalaman yang berbeda untuk setiap itemnya. *Virtual goods* di dalam *Call of Duty: Mobile* meliputi *skin* senjata yang terdiri dari berbagai kelas disesuaikan dengan kelangkaannya, mulai dari *uncommon – rare – epic – legendary – mythic*, dimana *skin* senjata dengan kelas *uncommon* bisa didapatkan dengan gratis sedangkan *skin* senjata *mythic* harus dibeli dengan harga yang mahal. *Skin* senjata *mythic* memiliki efek visual khusus ketika digunakan untuk menembak. Kemudian ada juga pembelian karakter yang bisa dipakai dalam *game*, semakin unik karakter tersebut maka akan semakin mahal dan susah untuk didapat. Kemudian ada pula *virtual goods*

berbentuk item tas, gantungan kunci, parasut, dsbnya yang bisa digunakan di dalam *game*. *Virtual goods* di dalam *Call of Duty: Mobile* tidak memiliki kegunaan untuk menambah kemampuan, namun tujuannya adalah untuk memperbagus karakter kita sehingga karakter yang kita miliki menjadi unik, dan berbeda dengan karakter *player* lainnya.

Dengan jumlah *gamers* di Indonesia yang mana 46%-nya merupakan pekerja, tentunya mereka sudah memiliki penghasilan sendiri. Apalagi mayoritas merupakan campuran dari generasi milenial dan generasi Z yang berusia sekitar 18-35 tahun. Menurut riset yang dilakukan oleh *Snapcart* pada tahun 2018, kedua generasi ini adalah pembelanja online yang paling dominan, dimana 50% pembelanja merupakan Generasi Milenial (berusia antara 25-34 tahun). Kemudian, disusul Generasi Z (15-24 tahun) sebanyak 31%. Lembaga Survey *Newzoo* memaparkan bahwa di tahun 2019, Pemain di Indonesia menghabiskan total \$ 1,1 miliar untuk pembelian dalam *game* tahun lalu, menjadikannya salah satu pasar *game* terbesar di Asia Tenggara. Mayoritas *gamer* (sekitar 94%) menghabiskan uang untuk membeli barang-barang dalam *game* atau *virtual goods* dalam enam bulan terakhir.

Pembelian *item game* masuk ke dalam perilaku konsumtif. (Imawati, Susilaningih, & Ivada, 2013) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif yaitu sebuah perilaku membeli yang dilakukan seseorang yang mengkonsumsi barang dan jasa tersebut secara eksekif, tanpa adanya dasar pertimbangan yang rasional dan lebih mementingkan faktor keinginan dibanding kebutuhan, hanya untuk mencapai kesenangan dan kepuasan maksimal sehingga terjadilah pemborosan. Li (2012) mengatakan, penjualan *virtual goods* merupakan sebuah gaya ekonomi baru yang muncul di dalam dunia maya. Banyak orang yang menggunakan uang nyata (*cash*) untuk membeli *virtual goods* atau biasa dikenal dengan istilah *real-money trade* (RMT). Selain itu, daya tarik ini membuat pengguna internet bersedia membayar (Kang & Yang, 2006). Dilansir dari detikInet, para pemain *online game* rela untuk mengeluarkan uang berkisar



antara ratusan ribu rupiah hingga jutaan rupiah hanya untuk membeli item bagus yang sudah diincar sejak lama. Pemain ingin identitas mereka dalam *virtual* untuk menggantikan tubuh fisik mereka dan untuk mengontrol tingkat yang mereka ungkapkan sendiri di dunia maya. Secara spesifik, mereka merasa bahwa gambar atau avatar yang ada di dalam dunia maya tersebut merupakan perwakilan dari dirinya sendiri. Inilah yang mejadi alasan mengapa mereka rela mengeluarkan uang hingga jutaan rupiah demi mendapatkan item *game* atau karakter sesuai dengan yang mereka inginkan. Dimana mereka merasa bahwa hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan diri dan membuat mereka diterima oleh *player* lainnya. (Kamaliah, 2019)

Melihat tingginya angka pembelian dalam *game* yang dilakukan oleh generasi milenial dan generasi Z, mereka harus bertanggung jawab atas keputusan yang diambil dan mengelola keuangannya dengan baik. Salah satu yang perlu diperhatikan adalah cara bagaimana mengelola keuangan yang dapat menghambat perilaku konsumtif tersebut agar tidak berlebihan melalui literasi keuangan. Berdasarkan surat edaran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2017, literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Menurut hasil penelitian, literasi keuangan berpengaruh secara signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif, hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka akan berakibat pada menurunnya perilaku konsumtif individu tersebut (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019). Karena literasi keuangan diyakini dapat membantu seseorang menghindari masalah keuangan dengan cara mengelola asetnya sesuai dengan konsep keuangan sehingga diharapkan bermanfaat bagi jangka pendek dan jangka panjang. (Udayanthi et al., 2018). Secara keseluruhan, literasi keuangan memengaruhi segala sesuatu mulai dari keputusan keuangan sehari-hari hingga jangka panjang, dan ini memiliki implikasi bagi individu dan masyarakat. Dalam lanskap ekonomi yang berubah, orang-orang semakin bertanggung

jawab atas perencanaan keuangan pribadi dan untuk berinvestasi serta membelanjakan sumber daya mereka sepanjang hidup untuk kesejahteraan mereka. (Lusardi, 2019).

Dalam usaha untuk meningkatkan kesejahteraan ini, dapat memberikan fokus yang lebih besar untuk aspek perilaku keuangan. Perilaku keuangan, menurut Upadana & Herawati (2020) bisa dihubungkan dengan keuangan personal. Perilaku keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola, mengendalikan, mencari dan menyimpan dana dalam keuangan sehari-hari (Arianti, 2020). Perilaku keuangan ini adalah gabungan dari kemampuan finansial serta kemampuan psikologis seseorang dalam mengelola dan menggunakan sumber dayanya sebagai acuan untuk pengambilan keputusan dalam kebutuhan sehari-hari dan perencanaan tentang keuangan di masa depan. Perilaku keuangan memiliki manfaat untuk melatih seseorang agar bertanggung jawab dalam keuangannya sendiri dengan cara mengelola dana dan asset lainnya dengan baik (Teniawaru et al., 2018)

Baik literasi keuangan, perilaku keuangan, serta perilaku konsumtif memiliki kaitan dengan *Theory of Planned Behavior*. Dimana penggagas teori ini (Ajzen et al., 2020) mengatakan bahwa perilaku manusia dipandu oleh tiga jenis pertimbangan: keyakinan tentang kemungkinan konsekuensi perilaku (keyakinan perilaku), keyakinan tentang ekspektasi normatif orang lain (keyakinan normatif), dan keyakinan tentang adanya faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia. Dalam kelompok agregasi masing-masing, keyakinan perilaku menghasilkan sikap yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap perilaku tersebut; keyakinan normatif menghasilkan tekanan sosial yang dirasakan atau norma subjektif; dan keyakinan kontrol menimbulkan kontrol perilaku yang dirasakan atau kemandirian diri. Pengaruh sikap terhadap perilaku dan norma subjektif pada niat dimoderasi oleh persepsi kontrol perilaku. Sebagai aturan umum, semakin disukai sikap dan norma

subjektif, dan semakin besar kontrol yang dirasakan, semakin kuat niat orang tersebut untuk melakukan perilaku tersebut. Akhirnya, dengan tingkat kendali aktual yang memadai atas perilaku tersebut, orang diharapkan untuk melaksanakan niat mereka saat ada kesempatan (Ajzen et al., 2020). Menurut Arifin (2017) model teoritis *Theory of Planned Behavior* memiliki banyak variabel, contohnya kondisi psikologis, kepribadian, dan pengetahuan yang mempengaruhi perilaku seseorang terhadap hal-hal tertentu. Literasi keuangan dan Perilaku Keuangan merupakan sebuah perencanaan yang dilakukan oleh individu, berdasarkan pemahaman dan pengetahuan mereka mengenai konsep keuangan. Bagaimana seseorang merencanakan dan mengatur pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan finansialnya dapat dijelaskan dalam teori perilaku keuangan.

Fenomena yang secara nyata terlihat sebagai perilaku konsumtif dari para *player game*, dimana mereka rela mengeluarkan uang jutaan rupiah demi mendapatkan sebuah hal yang bukan merupakan kebutuhan primer ini lah yang menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian ini. Peneliti hendak mengetahui apakah literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap kendali perilaku konsumtif mereka dan bagaimana perilaku keuangan pada *player Call of Duty: Mobile*. Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada *Player Call Of Duty: Mobile*.**”

## 1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif *Player Call of Duty Mobile*?



2. Apakah perilaku keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif *Player Call of Duty Mobile*?

### **1.3 Rumusan Permasalahan**

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif *Player Call of Duty Mobile*?
2. Bagaimana pengaruh perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif *Player Call of Duty Mobile*

### **1.4 Batasan Masalah**

Mempertimbangkan luasnya kajian penelitian, maka perlu dibatasi permasalahannya. Masalah-masalah yang perlu diteliti dan dibahas dalam penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. *Player Call of Duty Mobile* yang tergabung di dalam sebuah *clan* dan aktif bermain dari tahun 2019 - 2021.
2. *Player Call of Duty Mobile* yang pernah melakukan pembelian *item* dalam *game* antara tahun 2019 - 2021
3. *Player Call of Duty Mobile* yang berusia minimal 17 tahun.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif *Player Call of Duty Mobile*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif *Player Call of Duty Mobile*.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Dari penelitian tugas akhir ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.6.1 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengambil variabel atau objek yang sama dan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan teori mengenai literasi keuangan dan perilaku keuangan.
2. Bagi *player Call of Duty: Mobile*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran bagi *player Call of Duty: Mobile* dalam menambah wawasan mengenai literatur keuangan, serta mengetahui perilaku keuangan mereka agar lebih bijaksana dan selektif dalam mempergunakan dananya sehingga dapat lebih efektif dan efisien dalam berperilaku dan mengelola keuangannya.
3. Bagi Masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi penambah wawasan bagi masyarakat mengenai fenomena yang terjadi dewasa ini dikarenakan kemajuan teknologi yang pesat, khususnya bagi Generasi Z dan milenial.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penelitian.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan mengenai pengertian literasi keuangan, pengertian perilaku keuangan, pengertian perilaku konsumtif, pengertian istilah di dalam *Game Call of Duty: Mobile*, dan penelitian terdahulu.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan mengenai desain penelitian, tempat dan waktu penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel dan teknik analisis data.

### **BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil analisis data dan pembahasan (diskusi) hasil penelitian

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan penelitian dan saran.

