

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Industri *Game online*

Game online sendiri merupakan suatu permainan video yang terhubung melalui jaringan internet sehingga dapat dimainkan oleh banyak orang, dengan terkoneksi jaringan internet pada permainan video tersebut maka seorang pengguna *game online* dapat saling terhubung dengan pengguna lainnya diberbagai penjuru dunia. Industri *game online* merupakan salah satu industri ekonomi kreatif yang terus berkembang dari waktu ke waktu sejalan dengan perkembangan zaman dan teknologi. Perusahaan atau industri pada sektor *game online* beberapa tahun belakang ini cukup berkembang pesat, hal tersebut dapat dilihat dari berbagai macam *game online* yang terus bermunculan di Indonesia. Berikut merupakan *game online* yang sering dimainkan oleh masyarakat Indonesia.

Tabel 1.1

Daftar *Game online* Terpopuler Di Indonesia

<i>Game online</i> Terpopuler Di Indonesia	
<i>Game online</i> Mobile	<i>Game online</i> PC/Playstation/XBox
PUBG Mobile	Red Dead Redemption 2
Call Of Duty Mobile	GTA V
Free Fire	Minecraft
Mobile Legends	Dota 2
Clash Of Clans	Fortnite
Gengshin Impact	Apex Legends
Ragnarok X	Valorant
Stumble Guys	Fall Guys
E-Football Mobile	Call Of Duty
Arena Of Valor	Counter Strike Global Offensive

Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2022

Dengan perkembangan teknologi yang pesat serta kemudahan akses mengakibatkan beragamnya *game online* dapat bermunculan baik *game online* mobile atau *game online* yang dapat dimainkan di smartphome dan *game online* yang dimainkan di laptop, *play station* serta XBOX , terlihat pada tabel 1.1. Dengan beragamnya *game*

online, saat ini bermain game bukan hanya sekedar aktivitas untuk mengisi waktu luang, tapi bagi beberapa orang bermain *game online* merupakan suatu profesi yang dapat menghasilkan pendapatan.

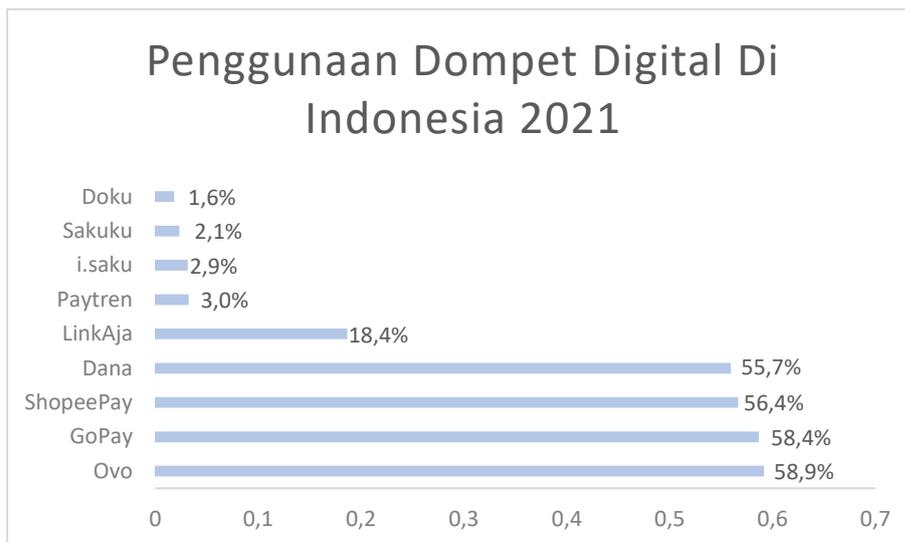
Disisi lain pengembang *game online* pun memanfaatkan potensi yang besar tersebut agar game yang diproduksinya dapat menjadi bisnis yang menghasilkan keuntungan yaitu dengan menciptakan suatu fitur berbayar pada game yang diproduksinya. Fitur tersebut biasanya merupakan model atau karakter, *item* menarik dan poin yang digunakan pada saat bermain game, yang dapat dibeli oleh pengguna *game online*.

Berdasarkan data dari *Newzoo Global Games Market Report 2020*, *mobile game* mengalami peningkatan terbesar selama tahun ini dengan pendapatan US\$ 77,2 miliar atau tumbuh sebesar 13,3% year on year. Sementara itu, developer game konsol mencatatkan pendapatan selama 2020 sebesar US\$ 45,2 miliar atau tumbuh 6,8% year on year. Di sisi lain, game PC menghasilkan US\$ 33,9 miliar tahun ini. (<https://inet.detik.com/>,2021).

1.1.2 *E-wallet*

E-wallet merupakan suatu layanan elektronik yang berfungsi untuk melakukan penyimpanan data keuangan serta sebagai suatu alat transaksi, dengan adanya *e-wallet* pengguna dapat menyimpan uangnya untuk melakukan suatu transaksi secara online maupun offline dengan mudah. Dompet digital melibatkan akses perangkat elektronik atau *gadget* seperti *smartphone* yang dimiliki oleh pengguna. Dompet digital merupakan suatu layanan keuangan yang banyak dipergunakan pada saat ini oleh banyak orang, karena akses transaksi yang mudah dan terintegrasi ke banyak platform *e-commerce*.

Di Indonesia belakangan ini perkembangan *e-wallet* sangatlah pesat, inovasi dompet digital terus gencar dilakukan oleh beberapa perusahaan layanan keuangan, baik layanan keuangan seperti bank maupun layanan keuangan non bank, inovasi yang dilakukan tersebut dengan tujuan untuk memberikan kemudahan akses dan kenyamanan pengguna. Dengan semakin mudahnya akses bertransaksi menggunakan dompet digital sehingga mengakibatkan tingginya penggunaan dompet digital di Indonesia, berikut merupakan data statistik penggunaan dompet digital di Indonesia.

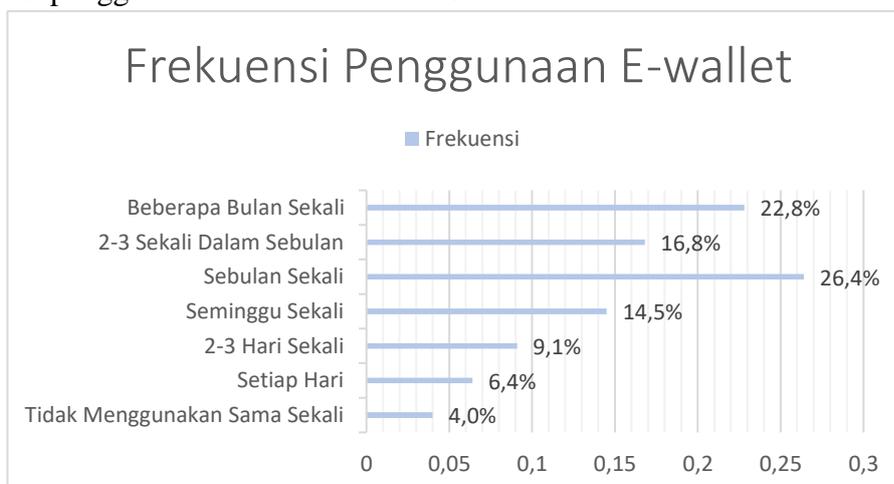


Gambar 1.1

Penggunaan Dompot Digital Di Indonesia 2021

Sumber : <https://katadata.co.id/>, 2022

Tercatat sebanyak 58,9 % pengguna dompet digital menggunakan OVO. Diurutan kedua ada GoPay yang dipakai oleh 58,4 %. Selanjutnya, ShopeePay berada di peringkat ketiga dengan persentase pemakaian oleh 56,4 %. (<https://katadata.co.id/>, 2022). Dengan mudahnya akses internet yang dilakukan oleh banyak kalangan masyarakat, maka terdapat sebagian besar dompet digital atau *e-wallet* yang banyak terintegrasi dengan berbagai layanan *e-commerce*, sehingga frekuensi pengguna *e-wallet* setiap tahunnya meningkat dikalangan masyarakat, berikut merupakan tingkat frekuensi penggunaan *e-wallet* di Indonesia.



Gambar 1.2

Grafik Frekuensi Penggunaan E-wallet Di Indonesia

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>, 2022

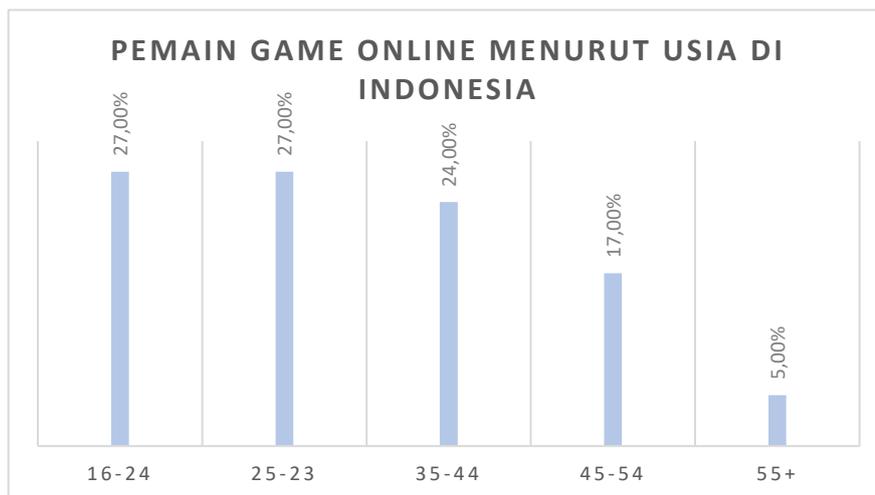
Masyarakat saat ini banyak menggunakan internet untuk melakukan layanan finansial. Berdasarkan hasil survei Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dengan Katadata Insight Center (KIC) yang bertajuk “Status Literasi Digital di Indonesia 2021”, sebanyak 65,4 persen responden paling sering menggunakan dompet digital. (<https://databoks.katadata.co.id/>, 2022).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Seiring berjalannya waktu, teknologi dan informasi berkembang cukup pesat, perkembangan teknologi dan informasi ini dikarenakan adanya tuntutan kebutuhan manusia modern yang mendorong kemajuan teknologi dan informasi. Dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi dapat memudahkan kegiatan serta persebaran informasi bagi manusia baik itu memudahkan pekerjaan, mencari ilmu pengetahuan dan bersosialisasi. Perkembangan teknologi dan informasi tidak hanya berfokus pada persoalan formal namun perkembangan tersebut merambah ke sektor dunia hiburan, seperti permainan elektronik atau yang biasa disebut *video game*.

Video game merupakan suatu permainan elektronik yang melibatkan interaksi pengguna dengan perangkat audiovisual. Pada mulanya video game hanya dapat dimainkan secara *offline* atau pengguna hanya bermain seorang diri tanpa adanya interaksi dengan pengguna lain, serta permainan pun tidak tersambung dengan koneksi internet. Seiring perkembangan teknologi, video game bertransformasi menjadi permainan yang dapat saling terhubung antara pengguna dengan pengguna lainnya atau yang biasa disebut dengan *game online*. *Game online* merupakan permainan yang dimainkan yang digunakan menggunakan perangkat elektronik seperti komputer, laptop atau *smartphone* yang dapat terhubung ke jaringan atau koneksi internet, sehingga pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya.

Di Indonesia *game online* banyak digemari oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa serta mulai dari pria dan wanita pun bermain *game online*. Indonesia memiliki potensi pasar industry game terbesar didunia, terutama *game online mobile* atau permainan game dengan menggunakan *tablet* atau *smartphone*. Berdasarkan laporan *We Are Social*, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pemain video game terbanyak ketiga di dunia. Laporan tersebut mencatat ada 94,5% pengguna internet berusia 16-64 tahun di Indonesia yang memainkan video game per januari 2022. (<https://databoks.katadata.co.id/>, 2022).



Gambar 1.3

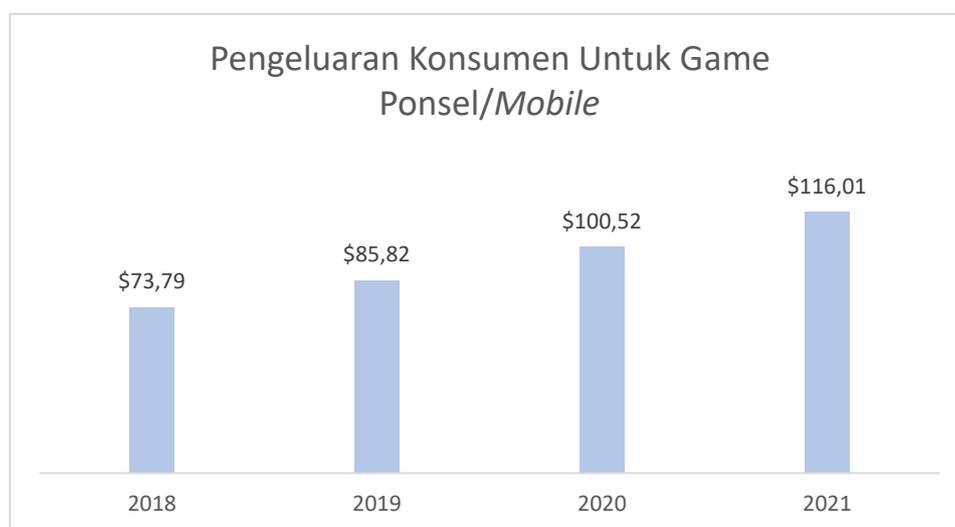
Pemain *Game online* Menurut Usia

Sumber : <https://lokadata.beritagar.id/2022>

Berdasarkan grafik diatas jumlah pengguna *game online* di Indonesia rata-rata berusia 16-24 tahun dan 25-34 tahun masing-masing 27% serta pengguna yang berumur 35-44 berada pada angka 24% disusul pengguna yang berusia 45-54 pada angka 17%. Pengguna yang berusia di atas 55 tahun pun juga bermain game yakni sekitar 5 persen. Untuk jumlah pengguna game atau *gamers* di Jawa Barat dikutip dari (<https://www.detik.com/2022>) untuk rentang pengguna video game di Indonesia sendiri dari usia balita hingga lansia pun ada. Di Jawa Barat sendiri jumlah gamers-nya sudah mencapai 10 persen lebih dari jumlah nasional. Itu berarti ada lebih dari 6 juta pengguna video game.

Dengan begitu besarnya potensi industri *video game* di Indonesia, khususnya daerah Jawa Barat membuat beberapa pengembang *game online mobile* berlomba-lomba untuk meningkatkan nilai game yang diproduksinya untuk meraih minat dari para penggemar dan pengguna atau pemain game di Indonesia. Nilai yang ditingkatkan oleh para pengembang game ini bermacam-macam mulai dari meningkatkan kualitas game dari segi permainan (*gamplay*), grafik atau tampilan game, kontrol permainan agar memudahkan pengguna bermain game, serta menambah fitur terbaru lainnya. Dengan meningkatnya minat pasar di Indonesia, potensi tersebut menjadi ladang bisnis untuk meraih keuntungan perusahaan atau pengembang game dengan menambahkan fitur menarik bagi pengguna, namun fitur tersebut bisa didapatkan pengguna dengan meningkatkan “poin khusus”. Biasanya poin khusus tersebut bisa pengguna dapatkan

dengan cara melakukan pembelian atau transaksi yang dilakukan pengguna ke pengembang game. Dengan maraknya pembelian saldo atau poin (*top up*) pada *game online* tersebut, banyak layanan *e-wallet* yang bekerja sama dengan pengembang *game* agar layanan dompet digital dapat terintegrasi dengan *game online*. Banyak layanan *e-wallet* yang dapat terintegrasi dengan *game online* seperti, UniPin, Dana, GoPay, Ovo dll. Hal tersebut mengakibatkan para pengguna atau pemain *game online* mengeluarkan uangnya hanya untuk memenuhi hasrat bermain gamenya, berikut merupakan data pengeluaran konsumen pengguna *game online* berbasis *mobile* atau ponsel.



Gambar 1.4

Pengeluaran Konsumen Untuk Game Ponsel/Mobile

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>, 2022

Berdasarkan grafik menunjukkan pengeluaran konsumen untuk game ponsel (*mobile games*) meningkat menjadi US\$ 116,01 miliar pada 2021. Nilai ini meningkat 15,4% dari US\$ 100,52 miliar pada 2020 Untuk di Indonesia sendiri, mengutip dari artikel berita suara.com Indonesia menyumbang pengeluaran untuk *game online* sebanyak Rp 30 triliun selama Januari hingga Oktober 2021. Angka tersebut menyumbang 43 persen dari total spending *game online* di Asia Tenggara dengan jumlah Rp 69,77 triliun.

Perkembangan *video game* baik itu *game offline* atau *online* selain menjadi suatu potensi besar untuk mendapatkan keuntungan yang diraih oleh berbagai pihak, nyatanya ada dampak yang cukup riskan dalam mengelola keuangan dan mengatur hidup konsumtif, dikarenakan pada zaman ini bermain game merupakan suatu bagian dari gaya hidup bagi sebagian orang sehingga perlu mengeluarkan banyak uang untuk memenuhi gaya hidup tersebut. Sehingga pengguna game perlu memahami tentang risiko mengeluarkan banyak uang serta mengelola keuangan dalam memenuhi kebutuhan tersebut.



Gambar 1.5
Tingkat Literasi & Inklusi Keuangan Provinsi Di Indonesia

Sumber : <https://www.ojk.go.id/>, 2022

Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68 persen, naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03 persen. Sementara indeks inklusi keuangan tahun ini mencapai 85,10 persen meningkat dibanding periode SNLIK sebelumnya di tahun 2019 yaitu 76,19 persen. Hal tersebut menunjukkan gap antara tingkat literasi dan tingkat inklusi semakin menurun, dari 38,16 persen di tahun 2019 menjadi 35,42 persen di tahun 2022. Untuk Provinsi Jawa Barat indeks literasi keuangan masyarakatnya sebesar 56,10% sedangkan indeks inklusi keuangan sebesar 88,31% pada tahun 2022, (<https://www.ojk.go.id/>, 2022). Pada data tersebut tercantum bahwa tingkat literasi atau pemahaman masyarakat Jawa Barat terhadap keuangan sebesar 56,10% namun tingkat akses atau inklusi keuangan masyarakat sebesar 88,31 %, pada dasarnya literasi keuangan dan inklusi keuangan merupakan hal yang berkaitan, dikarenakan masyarakat akan berani menggunakan atau mengakses layanan keuangan jika masyarakat tersebut memahami kegunaan, aturan dan sistem pada

layanan keuangan, khususnya *e-wallet*. Literasi keuangan juga dapat memberikan pemahaman agar selalu bijak dalam mengatur dan mengelola keuangan, karena pada saat ini akses layanan keuangan dapat terintegrasi ke berbagai platform, sehingga memudahkan masyarakat untuk bertransaksi.

Menurut Lim & Rashad (2014), "*Motivation is different in males and females. Females tend to hedonic motivation can be proven by the relationship between satisfaction and purchase intention. When females experience satisfaction which means they enjoy the experience, their purchase intention is increased as well. On the other hand, males are more rational in purchasing. Although they experience satisfaction, but the satisfaction does not increase their purchase intention and this is the proof of utilitarian motivation in males.*" Dalam kajian literatur tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan antara wanita dan pria dalam hal berbelanja, karena wanita cenderung memiliki sifat hedonis yang dapat dibuktikan dengan hubungan antara kepuasan dan niat beli. Ketika wanita mengalami kepuasan yang berarti mereka menikmati pengalaman, niat beli mereka meningkat juga. Di sisi lain, pria lebih rasional dalam membeli sesuatu. Pada kajian literatur lainnya menurut Wahyuddin, *et.al* (2017), "*...difference of shopping behavior between men and women as reflected by the respondents of this study. Average scores for woman respondents indicated that women have higher shopping behavior in compared with men. Women have a propensity to have higher hedonic shopping orientation than men.*" Dalam pernyataan hasil penelitian literatur tersebut dapat disimpulkan bahwa perbedaan perilaku berbelanja antara pria dan wanita dalam penelitian tersebut menyatakan wanita memiliki tingkat yang tinggi dalam berbelanja dibandingkan pria, serta wanita memiliki kecenderungan orientasi berbelanja yang hedonis lebih tinggi dibandingkan pria. Dari hasil penelitian kedua literatur tersebut menyatakan adanya perbedaan perilaku berbelanja antara pria dan wanita, serta wanita memiliki tingkat berbelanja yang tinggi dibandingkan pria, sehingga dapat disimpulkan bahwa wanita memiliki perilaku yang konsumtif pada saat berbelanja.

Pada “Menilai Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Banding Berdasarkan Gender)” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan sebagai variabel (X) yang dapat mencegah terjadinya perilaku konsumtif sebagai variabel (Y), berdasarkan perbandingan antar gender antara pria dan wanita yang menggunakan *e-wallet* sebagai media transaksi pada *game online* sebagai variabel mediasi (M). Peneliti melakukan uji prakuesioner kepada 50 responden sebagai bentuk uji kevalidan data dan mengukur tingkat konsistensi responden terhadap pernyataan yang diberikan dalam kuesioner, berikut merupakan hasil pra kuesioner

a. Uji Validitas

Terdapat 15 pernyataan yang menunjukkan nilai *correlation* atau *r* hitung keseluruhan *item* atau pernyataan pada variable literasi keuangan (X) dan pada variable perilaku konsumtif (Y) lebih dari nilai *r* tabel sebesar 0.279 Hal ini berarti bahwa seluruh pernyataan valid.

b. Uji Reliabelitas

Hasil perhitungan hasil uji reliabilitas, yang menunjukkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.840 pada variable literasi keuangan (X) dan 0.929 pada variable perilaku konsumtif (Y). Hal ini berarti bahwa seluruh pernyataan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha > 0,6

Berdasarkan hasil perhitungan uji prakuesioner tersebut dengan menggunakan 50 responden sebagai sampel pengujian menunjukkan hasil data yang valid dan tingkat konsistensi responden terhadap pernyataan yang diberikan cukup baik.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti telah mengetahui beberapa faktor yang dapat menjadi acuan untuk melakukan penelitian yaitu, tingkat literasi keuangan masyarakat Jawa Barat yang berada pada angka 56,10 % sedangkan akses atau inklusi keuangan masyarakat Jawa Barat terhadap layanan keuangan sebesar 88,36% selain itu tingkat literasi keuangan antara pria dengan wanita terdapat sedikit perbedaan, tingkat literasi pria di Indonesia sebesar 49,05% sedangkan wanita sebesar 50,33%. Berkembangnya *game online* yang terjadi di dunia khususnya di Indonesia, serta tingginya angka pengeluaran masyarakat untuk mengeluarkan uang hanya untuk bermain *game online* serta perbedaan tingkat perilaku konsumtif diantara pria dan wanita dalam berbelanja, factor-faktor tersebut dapat menjadi acuan penelitian karena peneliti ingin mengetahui pengaruh literasi keuangan ketika pengguna *e-wallet*

melakukan transaksi untuk bermain *game online*, perbedaan dan perbandingan perilaku konsumtif antara pria dan wanita pada saat menggunakan *e-wallet* pada transaksi *game online*, karena seperti yang telah dijelaskan pada kajian literatur bahwa wanita lebih memiliki sifat konsumtif dan hedonis pada saat berbelanja dibandingkan pria, namun apakah ada perbedaan pada saat melakukan transaksi di *game online*, karena pada saat ini *game online* pun banyak digemari oleh kalangan pria dan wanita. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dalam latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut yaitu

1. Apakah literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada saat menggunakan layanan *e-wallet* sebagai alat transaksi pada *game online* ?
2. Bagaimana perbandingan hubungan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif pada *gamers* pria dengan wanita yang menggunakan layanan *e wallet* sebagai alat transaksi *game online* ?
3. Apakah ada perbedaan tingkat literasi keuangan dan tingkat perilaku konsumtif antara pria dengan wanita yang menggunakan layanan *e wallet* sebagai alat transaksi *game online* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai pada proposal ini yaitu :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif *gamers* pria dan wanita yang menggunakan layanan *e-wallet* sebagai sarana transaksi pada *game online*
2. Untuk mengetahui perbandingan tingkat literasi keuangan dan tingkat perilaku konsumtif antara *gamers* pria dan wanita yang menggunakan layanan *e-wallet* sebagai sarana bertransaksi pada *game online*.
3. Untuk mengetahui perbandingan hubungan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif *gamers* pria dengan wanita yang menggunakan layanan *e wallet* sebagai alat transaksi *game online*

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang muncul, maka manfaat penelitian ini untuk mengetahui :

a. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan khususnya pada ilmu literasi keuangan dan perilaku konsumen karena kedua ilmu tersebut merupakan hal yang penting untuk mengelola keuangan dalam menghadapi perkembangan gaya hidup di lingkungan masyarakat, sehingga kebaisaan atau perilaku konsumtif dapat ditanggulangi dengan baik.

b. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu referensi untuk mengetahui serta memahami pentingnya literasi keuangan pada saat pengguna *e-wallet* melakukan suatu transaksi, sehingga pengguna dapat lebih bijak dalam melakukan pembelian ditengah perkembangan gaya hidup di masyarakat.

1.6 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksudkan, maka skripsi ini membataskan ruang lingkup penelitian, berikut merupakan Batasan masalah pada penelitian ini,

1. Mengetahui seberapa besar dampak literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pria dan Wanita yang melakukan transaksi pada game online.
2. Melakukan perbandingan tingkat literasi keuangan dan tingkat perilaku konsumtif antara *gamers* pria dan wanita yang menggunakan layanan *e-wallet* sebagai sarana bertransaksi pada *game online*
3. Mengetahui perbandingan hubungan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif *gamers* pria dengan wanita yang menggunakan layanan e wallet sebagai alat transaksi *game online*

1.7 Sistematika Penulisan Proposal

Pembahasan dalam penulisan penelitian ini akan penulis deskripsikan ke dalam 5 (lima) bab, yang setiap bab nya akan dibahas secara garis besarnya sebagai berikut :

a. Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini membahas mengenai Gambaran umum objek penelitian, Latar belakang penelitian, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, Kegunaan penelitian, dan Sistematika penulisan Proyek Akhir.

b. Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisikan mengenai landasan teori yang akan penulis gunakan pada penelitian ini yaitu, *Finance Technology*, *E-wallet*, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumen, Perilaku Konsumtif dan *Game online*, serta adanya pembahasan mengenai Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.

c. Bab 3 Metode Penelitian

Pada bab ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif meliputi, Pendekatan Penelitian, Alat Pengumpulan Data, Tahap Penelitian, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Keabsahan, serta Teknik Analisis Data. Metode tersebut akan penulis gunakan untuk mengumpulkan berbagai data yang nantinya akan dijadikan suatu objek penelitian.

d. Bab 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini penulis menguraikan hasil analisis dengan metode kuantitatif menggunakan *software* SEM-PLS dan SPSS, selanjutnya penulis menjelaskan hasil analisis terkait pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif *gamers* pria dan wanita yang menggunakan layanan *e-wallet* sebagai sarana transaksi pada *game online* dan perbandingan hubungan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif *gamers* pria dengan wanita yang menggunakan layanan *e wallet* sebagai alat transaksi *game online*.

e. Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini penulis menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dibuat dan memberikan saran.