

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa banyak perubahan pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam pola konsumsi barang dan jasa. Digitalisasi telah mendorong munculnya bentuk konsumsi baru yang sebelumnya tidak ada, salah satunya adalah konsumsi digital melalui *game online*. Pada saat ini *game online* tidak lagi dipandang sebagai sarana hiburan semata, melainkan telah tumbuh menjadi bagian dari industri ekonomi kreatif global dengan nilai ekonomi yang sangat besar dan melibatkan jutaan pengguna di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia.

Di Indonesia sendiri, perkembangan *game online* dapat dilihat dari berbagai laporan dan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa jumlah pemain *game online* di Indonesia tergolong sangat besar, dengan lebih dari 35 juta penduduk tercatat sebagai pemain *game* aktif (Ginta & Harfiyanto, 2024). Bahkan, di beberapa laporan memperkirakan jumlah pemain *game online* di Indonesia dapat mencapai puluhan hingga ratusan juta orang, yang mana hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar *game online* terbesar di kawasan Asia Tenggara. Kondisi ini menunjukkan bahwa *game online* telah menjadi bagian dari gaya hidup digital masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda yang sangat akrab dengan teknologi digital (Akmal, 2025).

Game online dapat menjadi sepopuler sekarang dikarenakan beragam inovasi yang mereka berikan, mulai dari kemudahan akses hingga memungkinkannya game online dimainkan secara gratis atau *free to play*. Namun meski kebanyakan *game online* sekarang ini dapat dimainkan secara gratis, biasanya pada *game-game* seperti ini dimasukkan sebuah sistem yang disebut *microtransaction*. Sistem ini memungkinkan pihak pengembang *game* dapat menawarkan beragam fitur atau konten tambahan dengan biaya tambahan. Pada dasarnya *microtransaction* merupakan sistem transaksi yang memungkinkan pemain melakukan pembelian item virtual menggunakan uang ril (Syahmaulana & Indriani, 2022).

Microtransaction sering kali diterapkan dalam *game free to play* untuk menjadi sumber pendapatan utama pengembang *game* sehingga mereka dapat merilis game secara gratis. Ada banyak jenis konten *microtransaction* yang terdapat dalam *game online*, namun bentuk *microtransaction* yang paling sering dijumpai dalam *game online* adalah *gacha*. *Gacha* merupakan mekanisme *microtransaction* yang terinspirasi dari mesin *gachapon* yang populer di Jepang, di mana pemain membayar untuk memperoleh *item* atau karakter secara acak (Shibuya dkk., 2019). Dalam praktiknya, pemain dapat melakukan *gacha* menggunakan mata uang virtual yang diperoleh saat bermain atau dengan membeli mata uang tersebut menggunakan uang riil, dengan hasil yang sepenuhnya bersifat acak (Koeder dkk., 2018).

Gacha dapat menjadi salah satu jenis *microtransaction* yang sangat populer dikarenakan sistem ini memberikan pengalaman bermain yang unik kepada para

pemainnya. Ekspektasi dan kejutan yang diperoleh pemain pada saat melakukan penarikan *gacha* menjadi sebuah daya tarik tersendiri. Sistem ini dapat memicu pelepasan dopamin di otak yang dapat membuat pemain merasa ketagihan dan ingin terus mencoba peruntungannya. Hal ini membuat pemain selalu penasaran apa yang akan mereka peroleh setiap kali mereka melakukan penarikan *gacha*.

Oleh karena itu, banyak pemain terdorong untuk melakukan transaksi berulang kali demi memperoleh *item* atau karakter yang diinginkan. Meskipun biaya satu kali penarikan *gacha* biasanya kecil, namun jika dilakukan berulang kali maka pengeluaran dapat menumpuk dan membesar. Bahkan untuk mendapatkan satu karakter langka saja, pemain bisa menghabiskan uang yang tidak kecil jika sedang tidak beruntung.

Fenomena ini diperparah dengan hadirnya *limited time event* yang dapat menciptakan *Fear of Missing Out* (FOMO) di kalangan pemain. Karakter-karakter baru yang hanya muncul dalam *banner* eksklusif selama waktu terbatas mampu mendorong pemain untuk *login* setiap hari, mengumpulkan mata uang dalam *game*, bahkan rela untuk melakukan *top-up* demi mendapatkan karakter atau *item* tersebut. Budaya *flexing* karakter baru di media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram semakin memperkuat tekanan sosial ini.

Berdasarkan penelitian terdahulu dengan tema serupa, ditemukan bahwa sebagian pemain game online di Indonesia mengeluarkan dana yang cukup besar untuk transaksi acak dalam game. Sekitar 45% responden dilaporkan mengeluarkan dana antara Rp100.000 hingga Rp1.000.000 untuk transaksi dalam *game online*, bahkan sebagian di antaranya melebihi jumlah tersebut (Taufiq & Sobari, 2023).

Adapun penelitian lainnya menemukan adanya hubungan antara tingkat keterlibatan pemain dalam sistem *gacha* dengan kecenderungan perilaku konsumsi berbasis peluang yang dilakukan secara berulang. Pola konsumsi seperti ini dinilai memiliki karakteristik spekulatif, terutama ketika pemain terdorong untuk terus melakukan transaksi demi memperoleh hasil yang diharapkan, meskipun peluang keberhasilannya tidak pasti (Zendle & Cairns, 2019). Penelitian lainnya di Indonesia juga menunjukkan bahwa keterlibatan pemain (*player engagement*) dalam *game* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi, yang berimplikasi pada potensi risiko pengeluaran kompulsif (Priyangga & Salehudin, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa interaksi dengan sistem *gacha* berpotensi mengubah perilaku konsumsi pemainnya.

Temuan ini menunjukkan bahwa keterlibatan pemain dengan sistem *gacha* berpotensi membentuk pola konsumsi yang intens, yang pada akhirnya berpotensi mengarah pada perilaku konsumsi yang menyimpang. Jika dilihat dari perspektif pengembang *game*, hal ini tentu saja sangat menguntungkan karena mereka dapat memperoleh pendapatan yang besar dalam waktu yang relatif singkat. Namun, jika dilihat dari perspektif pemain hal ini tentunya bukan hal yang bagus, terutama bagi remaja.

Remaja adalah kelompok usia yang sedang mengalami perkembangan psikologis dan sosial. Pada usia ini, kemampuan mengendalikan diri, mengatur keuangan, dan pengambilan keputusan belum sepenuhnya matang. Karena itu, mereka lebih mudah terpengaruh oleh emosi, kesenangan, dan lingkungan sekitar dalam menentukan pilihan konsumsi (Huang, 2024). Di Indonesia, kekhawatiran

ini semakin relevan mengingat regulasi *microtransaction* masih sangat longgar, tanpa adanya batasan usia yang ketat atau verifikasi identitas yang jelas saat melakukan pembelian di dalam *game online*. Anak-anak dan remaja dapat dengan mudah menggunakan akun *e-wallet* atau voucher digital untuk bertransaksi tanpa pengawasan orang tua.

Perilaku konsumsi seperti ini yang lebih mementingkan kesenangan tanpa mempertimbangkan manfaatnya di masa yang akan datang tentu bukan suatu tindakan yang bijak, dan lagi tindakan seperti ini bertentangan dengan syariat dan konsumsi yang diajarkan dalam agama Islam. konsumsi dalam ajaran Islam sendiri mengutamakan *mashlahah* (manfaat) dan menghindari *israf* (pemborosan) ataupun *tabzir* (menghambur hamburkan) uang harta tanpa guna serta tidak melebihi pendapatan yang diperoleh (Rizki, 2022). Islam juga menekankan pentingnya keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi, serta pengeluaran untuk kepentingan sosial. (Anjelina dkk., 2024).

Pengaruh *gacha* terhadap pola konsumsi remaja bukan hanya menjadi isu global atau nasional, tapi juga nyata di daerah, termasuk Banjarmasin Selatan. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa remaja di Banjarmasin memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi dengan *game online*. Penelitian di SMP Negeri 23 Banjarmasin menemukan bahwa 67% siswa (138 dari 206 sampel) berada dalam kategori kecanduan *game online* tingkat sedang (Rasyid, 2024). Sementara itu, penelitian lainnya di SMA Negeri 12 Banjarmasin menunjukkan angka yang lebih tinggi, yakni 76% siswa (173 dari 227 sampel) berpotensi mengalami kecanduan *game online* dalam kategori sedang (Megawati, 2025).

Temuan ini menegaskan bahwa remaja di Banjarmasin Selatan merupakan kelompok dengan intensitas bermain yang relatif tinggi. Dalam ekosistem *game* modern, pemain dengan intensitas tinggi seperti ini hampir pasti terpapar dengan sistem monetisasi yang ada di dalam *game*, termasuk mekanisme *gacha*. Mereka adalah target utama dari berbagai strategi monetisasi para pengembang *game online* seperti *limited time banner* dan *event eksklusif* yang dirancang untuk mendorong transaksi berulang.

Sayangnya penelitian-penelitian terdahulu yang ada di Banjarmasin masih berfokus pada aspek kecanduan bermain dan belum menyentuh secara spesifik pada dampak ekonomi dari sistem *gacha* terhadap perilaku konsumsi remaja. Padahal, berdasarkan data nasional, pengeluaran untuk transaksi *game* di Indonesia bisa mencapai nilai yang sangat besar. Dengan tingkat keterlibatan yang tinggi, remaja di Banjarmasin Selatan kemungkinan juga menjadi bagian dari perputaran uang tersebut. Namun sayangnya hingga kini, belum tersedia data yang secara rinci menggambarkan pola konsumsi mereka terkait penggunaan *gacha*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh yang ditimbulkan keterlibatan dengan sistem *gacha* dalam *game online* atau lebih tepatnya intensitas pembelian dan biaya yang dikeluarkan untuk transaksi *gacha* dalam *game online* terhadap perilaku konsumsi pemainnya. Adapun lokasi yang dipilih untuk penelitian ini adalah Kota Banjarmasin, spesifiknya di Banjarmasin selatan. Maka dari itu, penulis menarik suatu judul penelitian yang dituangkan dalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi

dengan judul “Pengaruh Frekuensi Pembelian dan Biaya Penggunaan Gacha terhadap Perilaku Konsumsi pada Remaja di Banjarmasin Selatan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diuraikan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah frekuensi pembelian *gacha* dan biaya penggunaan *gacha* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi remaja di Banjarmasin Selatan?
2. Apakah frekuensi pembelian *gacha* dan biaya penggunaan *gacha* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumsi remaja di Banjarmasin Selatan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa apakah frekuensi pembelian *gacha* dan biaya penggunaan *gacha* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi remaja di Banjarmasin Selatan?
2. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa apakah frekuensi pembelian *gacha* dan biaya penggunaan *gacha* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumsi remaja di Banjarmasin Selatan?

D. Signifikansi Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian perilaku konsumsi, khususnya pada konteks konsumsi digital melalui sistem *gacha* dalam *game online*. Penelitian ini menempatkan frekuensi pembelian dan biaya penggunaan *gacha* sebagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi remaja, sehingga dapat memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen remaja di era digital, terutama dalam kajian ekonomi syariah yang masih terbatas membahas fenomena konsumsi digital secara empiris.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana pola frekuensi pembelian dan besaran biaya penggunaan *gacha* secara simultan memengaruhi perilaku konsumsi remaja. Temuan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji konsumsi digital, *microtransaction*, atau sistem *gacha* dengan variabel, pendekatan, maupun objek penelitian yang berbeda. Dengan demikian, penelitian ini dapat berfungsi sebagai rujukan akademik dalam pengembangan studi perilaku konsumsi di bidang ekonomi syariah.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman bagi remaja sebagai pengguna *game online* mengenai pola konsumsi yang terbentuk dari penggunaan sistem *gacha*. Pemahaman tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesadaran remaja dalam mengelola pengeluaran

secara lebih bijak. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi orang tua dan pendidik dalam memahami perilaku konsumsi digital remaja serta memberikan pendampingan yang sesuai.

E. Definisi Operasional

1. Gacha

Gacha yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan *gacha* dalam *game online*. *Gacha* merupakan salah satu jenis dari *microtransaction* dan merupakan jenis *microtransaction* yang paling banyak digunakan dalam *game free to play*. *Gacha* pertama kali diperkenalkan di Jepang sekitar tahun 2011 dan semenjak itu sistem *gacha* menjadi salah satu unsur penting dari industri *game*, khususnya *game-game* yang berasal dari Jepang (Lakić et al., 2023).

Gacha dalam *game online* memiliki beberapa jenis berdasarkan cara kerjanya. Ada banyak jenis *gacha* tergantung sistem yang digunakan antara lain seperti, *Kompu Gacha*, *Box Gacha*, *Set-up Gacha*, *Sugoroku Gacha*, *Consecutive Gacha*, *Redraw Gacha*, dan *Open Gacha* (Koeder dkk., 2018). Adapun dalam penelitian ini, fokusnya adalah pada *Open Gacha*. Sistem ini merupakan bentuk *gacha* paling dasar yang biasanya dipakai di *game*. Pada jenis ini, pemain bisa langsung melihat peluang atau persentase untuk mendapatkan *item* tertentu ketika melakukan *gacha*.

2. Perilaku Konsumsi

Dalam penelitian ini, perilaku konsumsi yang dimaksud adalah bagaimana remaja menggunakan uang atau sumber daya yang mereka miliki

untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan melalui pembelian *gacha* di *game online*. Perilaku ini mencerminkan cara mereka mengambil keputusan saat membeli *gacha*, yang dilihat dari aspek rasionalitas konsumsi, seberapa sering melakukan pembelian, bagaimana mereka memprioritaskan kebutuhan, serta kemampuan dalam mengendalikan pengeluaran.

3. Frekuensi Gacha

Frekuensi *gacha* dalam penelitian ini adalah tingkat keseringan atau intensitas responden melakukan pembelian *gacha* pada *game online* dalam periode tertentu. Frekuensi tersebut menunjukkan seberapa sering responden melakukan transaksi pembelian *gacha* menggunakan uang riil atau mata uang *virtual* yang diperoleh melalui *top up*.

4. Biaya Gacha

Biaya penggunaan *gacha* dalam penelitian ini adalah seluruh pengeluaran finansial yang dilakukan responden untuk melakukan transaksi *gacha* dalam *game online*, baik berupa uang riil yang digunakan secara langsung maupun mata uang virtual yang diperoleh melalui *top up* menggunakan uang riil. Biaya tersebut mencerminkan besarnya sumber daya ekonomi yang dialokasikan responden untuk memperoleh item virtual melalui sistem *gacha* serta menjadi bentuk pengorbanan ekonomi yang dilakukan dalam aktivitas konsumsi digital. Dalam perspektif ekonomi Islam, penggunaan biaya untuk *gacha* hendaknya memperhatikan prinsip *iqtishad* (keseimbangan), serta menghindari perilaku *israf* (berlebihan) dan *tabdzir* (pemborosan) agar tidak mengganggu pemenuhan kebutuhan yang lebih utama.

5. Remaja

Remaja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah individu yang berada pada rentang usia 10–24 tahun dan belum pernah menikah, sebagaimana definisi yang ditetapkan oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan remaja adalah individu yang memenuhi kriteria tersebut, berdomisili di Banjarmasin Selatan, bermain *game online* yang memiliki sistem *gacha*, serta pernah melakukan pembelian *gacha*.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang dirasa penulis relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

JECKY (2023) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang, judul: Pengaruh Model Mikrotransaksi Game Gacha Terhadap Pengeluaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari bentuk mikrotransaksi gacha terhadap pengeluaran pemain game gacha di Tanjungpinang. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan teknik sampel non probability yaitu purposive sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Objek penelitian ini berupa remaja gen z pemain game gacha yang berada di Tanjungpinang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jenis item gacha, *perceived value*, dan *ingame events* berpengaruh terhadap pengeluaran pemain baik secara parsial maupun simultan.

Rajaa' Adham Dzulfaaqaar (2025). Judul: Hubungan Antara Pengaruh Sosial Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pemain Mobile Legend Bang-Bang Di Yogyakarta. Penelitian ini membahas perilaku konsumen pada mahasiswa yang memainkan game online Mobile Legends: Bang-Bang. Tujuan penelitian adalah mengetahui hubungan antara pengaruh sosial dan kontrol diri terhadap perilaku konsumen. Metode penelitian menggunakan kuantitatif korelasional dengan sampel sebanyak 159 mahasiswa di Yogyakarta yang dipilih melalui convenience sampling. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan signifikan secara simultan antara pengaruh sosial dan kontrol diri terhadap perilaku konsumen dengan kontribusi efektif sebesar 60,7%. Pengaruh sosial memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku konsumen, demikian juga kontrol diri. Perilaku konsumen pemain Mobile Legends tidak semata-mata dipengaruhi oleh impulsivitas, tetapi dapat berupa keputusan konsumsi yang rasional dan terencana.

Shela Agista (2023). Judul: Pengaruh Game Online, E-Commerce Shopee, dan Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Generasi Z di Desa Sumberrejo, Batnghari, Lampung Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu pengaruh game online, e-commerce shopee, dan kepribadian terhadap perilaku konsumtif pada Masyarakat Generasi Z di Desa Sumberrejo, Batanghari, Lampung Timur. Penelitian ini merupakan penelitian berjenis deskriptif verifikatif dengan pendekatan ex post facto dan survey. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi, datanya dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dan

berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel game online, Shopee dan kepribadian berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.

Lazuardi Wildan Ridho (2025) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, judul: Pengaruh Enjoyment Value, Character Competency Value, Visual Authority Value, Monetary Value Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Intensi Pembelian Virtual Item Pada Online Game Produk Honkai Star Rail. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh enjoyment value, character competency value, visual authority value, monetary value, dan eWOM terhadap intensi pembelian virtual item di game Honkai Star Rail. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Secara simultan, semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian.

Adapun perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah pada bagian lokasi penelitiannya serta variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

G. Sistematika Penulisan

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian perilaku konsumsi, khususnya pada konteks konsumsi digital melalui sistem *gacha* dalam *game online*. Penelitian ini menempatkan frekuensi pembelian dan biaya penggunaan *gacha* sebagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi remaja, sehingga dapat memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen remaja di era digital, terutama dalam

kajian ekonomi syariah yang masih terbatas membahas fenomena konsumsi digital secara empiris.

Tujuan dari sistematika penulisan ini adalah untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Penulisan skripsi ini mengikuti penulisan yang telah ditetapkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang akan disajikan secara terperinci dalam perbab, yaitu:

Bab I pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab II landasan Teori. Bab ini berisi tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka berpikir yang berhubungan dengan penelitian, dan hipotesis penelitian.

Bab III metode Penelitian. Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, variabel dan indikator, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data.

Bab IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh frekuensi dan biaya *gacha* terhadap perilaku konsumsi remaja di Banjarmasin Selatan.

Bab V berupa penutup. Bab ini berisi tentang simpulan penelitian dan saran.