

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan tentang Perilaku Ekonomi Dalam Permainan Daring

Banyak penelitian tentang perilaku ekonomi dalam game online telah dilakukan dalam konteks MMO seperti *World of Warcraft* dan *Everquest*. Pemain MMO dapat secara visual mewakili diri mereka sendiri melalui karakter virtual, atau avatar, dan melintasi dalam lingkungan imersif yang menyerupai ruang fisik. Ekonomi dalam permainan muncul dari aktivitas perilaku agregat individu melalui mekanisme kompleks perilaku individu dan interaktif. Cendekiawan menemukan bahwa kegiatan yang melibatkan perilaku pemain dalam permainan menarik paralel dengan kegiatan "dunia nyata" yang oleh para ekonom disebut produksi, perdagangan, konsumsi, dan tenaga kerja¹².

Meskipun telah ada studi tentang tren ekonomi makro dalam permainan daring¹³, ada literatur yang relatif sedikit tentang perilaku ekonomi mikro, seperti perilaku konsumen, yang menggabungkan data perilaku. Studi tentang perilaku ekonomi mikro khususnya, pembelian perilaku pemain dibatasi oleh kesulitan dalam memperoleh sampel yang cukup besar. Hanya sebagian kecil pemain yang benar-benar menghabiskan uang nyata untuk membeli barang virtual di game online, yang membuat sangat sulit bagi

¹² Lehdonvirta, V. Penjualan barang virtual sebagai model pendapatan: Mengidentifikasi atribut yang mendorong keputusan pembelian. *Electronic Commerce Research* 9, (2009), 97–113.

¹³ Castronova, E. *Dunia sintesis: Bisnis dan budaya game online*. University of Chicago Press, Chicago, IL, 2005.

akademisi untuk mengidentifikasi pemain yang menghabiskan uang nyata, bahkan jika ada puluhan ribu orang yang termasuk dalam kategori ini. Statistik industri telah menunjukkan bahwa sekitar 34 persen orang yang bermain MMO membeli barang virtual dan 23 persen membeli barang dalam permainan jejaring sosial.

Bahkan untuk Nexon, sebuah perusahaan yang dianggap sebagai kasus yang sukses dalam hal mendapatkan keuntungan dari penjualan barang virtual ia beroperasi dengan margin 35 persen hanya 90 persen orang yang memainkan permainannya yang benar-benar membayar uang aktual. Literatur tentang pembelian barang virtual terutama berasal dari dua perspektif. Yang pertama adalah perspektif pemain, memeriksa motivasi psikologis dan proses pengambilan keputusan yang terlibat dalam pembelian barang virtual. Dalam konteks MMO, melihat hubungan antara motivasi pemain dan model pendapatan, menemukan itu motivasi tertentu seperti pencelupan berkorelasi dengan tingkat pengeluaran yang lebih tinggi.

Lehdonvirta¹⁴ mengidentifikasi beberapa motivasi berbeda yang unik untuk menjelaskan pembelian barang virtual: peningkatan status, keunggulan kompetitif, bersaing dengan pemain lain, mengalami konten baru, kustomisasi, dan ekspresi diri. Dia menemukan bahwa sikap pemain terhadap pembelian barang virtual berkorelasi dengan motivasi mereka. Para peneliti juga telah menguji model penerimaan teknologi tentang bagaimana persepsi kegunaan dan sikap mengarah pada niat pembelian barang virtual melalui

¹⁴ Lehdonvirta, V. Virtual, hal 97–113.

survei pemain¹⁵. Perspektif kedua yang diambil oleh para sarjana mempelajari pembelian barang virtual adalah pragmatis yang lebih berfokus pada biaya teknis atau faktor desain yang mempengaruhi pembelian. Sebagai contoh, Oh dan Ryu¹⁶ melihat caranya mekanik game dapat digunakan untuk membuat dan mempertahankan permintaan akan barang virtual.

Mengidentifikasi beberapa mekanik yang mendorong keinginan barang virtual dan kemudian melihat bagaimana berbagai jenis mekanik permainan berdasarkan segmentasi pemain dapat menghasilkan pembelian berulang atau membuat pengaturan untuk barang virtual tambahan. Kedua perspektif ini berguna dalam memahami perilaku pembelian umum dalam lingkungan daring, tetapi studi ini akan fokus pada perspektif pemain. Dalam permainan daring yang secara inheren bersifat sosial, dinamika interpersonal dan kelompok dapat sangat memengaruhi perilaku orang. Bagian berikut dengan demikian menguji faktor-faktor sosial yang terlibat dalam perilaku pembelian.

2.2 Tinjauan Tentang *e Commerce*

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini sudah sangat semakin canggih terlebih lagi didukung dengan adanya perangkat-perangkat elektronik berkapasitas unggulan. Adanya perangkat tersebut jelas saja mampu berguna sebagai penunjang berjalannya sistem informasi dan

¹⁵ Chung, D. Sesuatu untuk apa-apa: memahami perilaku pembelian di lingkungan virtual sosial . *Cyberpsychology & behavior* 8, 6 (2005), 538–54.

¹⁶ Oh, G. and Ryu, T. Desain game pada model pembayaran berbasis penjualan barang di game online Korea. In *Proc. DiGRA 2007*, (2007), 651–657.

komunikasi manusia. Adanya jaringan komunikasi global dengan teknologi komputer berfasilitas atau biasa disebut dengan internet.

Kegiatan bisnis dalam teknologi internet disebut *electronic commerce* dan saat ini dalam pengertian bahasa Indonesia telah dikenal dengan istilah perniagaan elektronik. Kegiatan *e-commerce* adalah suatu kegiatan perniagaan seperti pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara elektronik melalui media internet.

Shobur Miftah dalam bukunya menyebutkan bahwa pada tahun 1998, Laudon menyebutkan bahwa suatu proses membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik yang dilakukan oleh konsumen dari perusahaan satu ke lainnya disebut sebagai *e-commerce*. Sedangkan *e-commerce* menggunakan sebuah media berupa World Wide Web Internet sebagai aktifitas aksesnya.¹⁷

Media elektronik tersebut digunakan sebagai perangkat pendukung untuk menawarkan produk yang dimilikinya. Upaya tersebut jelas saja didukung dengan adanya jaringan internet agar seluruh manusia di berbagai penjuru dunia mampu mengaksesnya dalam sebuah situs. Dalam menjelajah situs di internet, pembeli seperti halnya orang yang belanja secara konvensional dengan melihat yang ditampilkan oleh setiap toko, kemudian melakukan transaksi jual beli dalam situs tersebut.

¹⁷ Shabur Miftah Maulana, *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online*, Vol. 29 No. 1 Desember 2015

Transaksi *e-commerce* melalui internet, sebelum proses pembayaran dilakukan masing-masing pihak telah menyepakati mengenai jumlah dan jenis mata uang yang digunakan sebagai pembayaran atau harga serta metode pembayaran yang digunakan, seperti dengan menggunakan kartu kredit. Setelah transaksi yang diiringi dengan proses pembayaran yang melibatkan kedua belah pihak, maka selanjutnya tahap yang harus dilakukan adalah melakukan pengiriman barang yang sebelumnya telah disepakati.

Disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan kumpulan dinamis antara teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dan konsumen serta komunitas tertentu dimana pertukaran barang antara penjual dan pembeli dari berbagai komoditi dalam skala luas dan suatu transaksi elektronik. Dalam proses pengiriman barang dari penjual menggunakan transportasi dari suatu wilayah ke wilayah lain hingga sampai ke tangan pembeli dan transaksi yang terjadi adalah transaksi yang saling menguntungkan antara pembeli dan penjual.

2.3 Tinjauan tentang Permainan

2.3.1 Permainan Daring

Kehadiran permainan yang hanya bisa dilakukan jika ada jaringan internet atau perangkat elektronik seperti laptop, komputer maupun Hp dinamakan dengan *game online*. Permainan ini juga turut mengandalkan kelancaran sinyal sebagai sarana untuk bermain, sinyal

tersebut nantinya berfungsi sebagai penghubung antara server satu dengan server lainnya.¹⁸

Buku berjudul Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya karya Siti Rahayu, menuliskan bahwa permainan daring mempunyai makna sebagai sebuah program permainan dimana program tersebut tersambung lewat jaringan yang bisa dimainkan kapan dan dimanapun. Permainan daring ini juga dapat dimainkan bersama-sama dari oleh semua orang di penjuru dunia. Game ini menampilkan kumpulan gambar yang menarik sesuai yang diinginkan dan memainkannya didukung dengan alat elektronik seperti Komputer, Laptop, dan *Smartphone*.

Menurut Bobby Bodenheimer, *game online* diartikan sebagai program permainan yang bersambung melalui jaringan yang dapat dimainkan kapan saja, dimana saja, dan dapat dimainkan bersamaan secara kelompok diseluruh dunia dan permainan itu sendiri menampilkan gambar-gambar menarik seperti yang diinginkan, yang didukung oleh komputer.¹⁹

Istilah *game online* berasal dari istilah MMORPG (*Massively Multiplayer Role Playing Online Game*), yaitu ekstensi jenis *game role-playing game* yang memiliki fasilitas multiplayer. Seorang pemain dapat menghubungkan komputer ke sebuah server. Melalui

¹⁸ Kimberly S. Young, *Kecanduan Internet*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), hal 123

¹⁹ Siti Rahayu Aditno, *Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya, ed Ke 16* (Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 2006), hal 131-132

server tersebut, dia dapat bermain bersama ribuan pemain diseluruh dunia.²⁰

Menurut pengertian di atas dapat dirumuskan bahwa game via daring termasuk salah satu game yang dapat diakses melalui jaringan internet. Pada game online atau daring ini di dalamnya terdapat kumpulan-kumpulan gambar yang diakses sehingga dapat digerakkan susai keinginan pemainnya. Game via daring ini bukan hanya melihat sebuah pertandingan, namun para pemainnya juga dapat menggerakkan kumpulan gambar-gambar yang ada di dalamnya secara bersamaan dengan pemain lainnya. Tidak hanya itu, game ini juga dapat berlomba-lomba meraih nilai yang tinggi untuk menjadi pemenang atau kalah.

Secara psikologis, game online permainan atau daring ini bisa memberikan semangat kepada pemain untuk terus berusaha mengalahkan tim musuh. Secara sosiologis, game ini juga dapat dimainkan bersama-sama, baik secara langsung dan tidak langsung. Apabila kita memainkan game ini berkelompok secara langsung para pemain bisa saling mengenali satu sama lain, misalnya apabila mereka sudah saling kenal mereka biasanya mereka langsung berinteraksi satu sama lain melakukan kesepakatan. Selain itu juga keuntungan dari game daring ini adalah dapat menambah relasi pertemanan dari

²⁰ *Ibid.*,h 136

berbagai orang di seluruh dunia. Apalagi terdapat berbagai fitur seperti *on voice* dan *teks chatt*.²¹

2.3.2 Jenis-Jenis Permainan Daring

Berdasarkan berbagai referensi saat ini sudah banyak terdapat genre permainan daring atau game online yang dapat dimainkan, baik secara gratis maupun prabayar diantaranya adalah sebagai berikut.²²

1. RTS (*Real Team Strategy*)

Suatu permainan yang memiliki ciri khas berupa lokasi di suatu negara dan negara tersebut dikelola oleh beberapa sumber daya (manusia, alam dan ekonomi) disebut dengan genre RTS atau berkepanjangan *Real Team Strategy*. Pada game tersebut nantinya terdapat pengaturan strategi baik berupa para pasukan tempur, peningkatan ekonomi, hingga pengembangan keyakinan yang harus dicanangkan dalam negara primitif menuju peradaban modern.

2. FPS (*First Person Shooter*)

Jenis permainan tembak menembak dengan tampilan pada layar pemain adalah sudut pandang tokoh karakter yang dimainkan, tiap tokoh karakter mempunyai kemampuan yang

²¹ Abu Ahmadi dan Munawar Sholeh, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), Hal 106

²² Adhyatman Prabowo, "Jenis-Jenis Game ditinjau Dari Cara Memainkannya"
<http://geghans.blogspot.com/2010/02/jenis-jenis-ataugenre-games-online.html>

berbeda-beda dalam tingkat akurasi menembak, reflek menembak. Permainan ini dapat melibatkan banyak orang.

3. RPG(Role Playing Game)

Gamer bergenre Role Playing Game atau biasa disingkat RPG ini merupakan sebuah permainan yang pemainnya harus lihai dalam memainkan peran para tokoh khayalan serta membentuk suatu tim untuk bisa berkolaborasi dan membuat cerita bersama. Pada game daring bergenre RPG tersebut para pemain juga akan memilih beragam aksi tokoh cerita mereka berdasarkan karakteristik tokoh tersebut. Tidak hanya itu, titik kemenangan dari suatu tim akan bergantung berdasarkan dari kerjasama dan harus memenuhi sistem permainan yang telah ditentukan.

4. *Life Simulation Games*

Permainan simulasi kehidupan ini meliputi individu dalam sebuah tokoh karakter. Dalam memainkan tokoh karakter tersebut pemain bertanggung jawab atas intelegen serta kemampuan fisik tokoh tersebut. Tokoh tersebut memerlukan kebutuhan layaknya manusia seperti kegiatan belajar, bekerja, belanja, bersosialisasi dan lain lain.

5. Contructions Abd Management Simulation Games

Permainan yang mensimulasikan proyek membangun sebuah kota, pemain diharuskan membangun sebuah kota lengkap dengan fasilitas pemerintah seperti gedung, alat transportasi publik, taman dan masih banyak lagi. Ketika membangun kota pemain juga harus memperhatikan sumber daya ekonomi, kenyamanan para penduduknya dalam beraktifitas yang mungkin terganggu saat pembuatan jembatan penyebrangan dan lain-lain.

6. Genre *Vehicle Simulation*

Jenis permainan ini mensimulasi pengoprasian kendaran seperti pesawat terbang, kereta, kendaraan perang mupun kontruksi.

7. Genre Permainan Bertajuk Aksi

Bagi yang menyukai permainan yang melibatkan tantangan fisik maka genre aksi sangat direkomendasikan. Palsalnya permainan jenis ini berkaitan erat dengan ketangkasan dan gerakan reflek dari pemain. Orang yang memainkan permainan ini nantinya harus mengendalikan seorang tokoh karakter pilihan dan dihadapkan dengan karakter lain untuk bertarung. Upaya tersebut nantinya akan menuju pada sebuah penyelesaian misi yang tentunya terdapat banyak rintangan serta harus mengumpulkan objek tertentu.

8. Permainan Bergenre *Adventure* (Petualangan)

Genre permainan *Adventure* ini pada umumnya diangkat dari sebuah novel maupun film, baik dalam segi cerita maupun tokoh-tokohnya. Nantinya pemain harus memecahkan sebuah misteri, menemukan harta karun atau menyelamatkan tokoh karakter buatan sebagai pencapaian agar bisa memenangkan pertandingan.

2.3.3 Pola Jual Beli di Permainan Daring

Jual beli dalam permainan daring seperti halnya dengan jual beli dalam jual beli daring. Jual beli yang dilakukan oleh seorang penjual dan pembeli secara daring, dimana penjual mempromosikan barang yang akan dijual lewat katalog harga, sedangkan pembeli menawarnya juga yang sudah tertera dikatalog penjual. Dari situ penjual dan pembeli kemudian melakukan transaksinya secara langsung atau mengadakan pertemuan secara langsung atau tidak langsung. Transaksi dalam permainan daring sebagai berikut:

1. Penentuan harga barang dalam permainan daring.

Jadi pada prinsipnya, cara transaksi jual beli yang ada dalam permainan daring ada dua model yaitu:

- a. Melalui *chatting* adalah jual beli yang dilakukan oleh pemain satu dengan pemain lainnya melalui

media sosial atau percakapan interaktif yang terdapat dalam permainan tersebut.

- b. Dengan cara bertemu langsung *face to face* (bertatap muka) antara penjual dan pembeli yang dimana sebelumnya sudah menentukan tempat bertemu pada saat komunikasi di media sosial atau biasa disebut COD(*Cash On Delivery*), disaat bertemu biasanya langsung bertransaksi maupun melakuka tawar menawar sebelum melakukan kesepakatan.

Sedangkan dalam realita sekarang banyak para pemain yang menggunakan model transaksi yang pertama dengan alasan lebih efisien dan praktis karena pemain permainan daring tidak hanya bertempat dalam satu wilayah, akan tetapi dari berbagai daerah. Dengan alasan itulah para pemain lebih memilih bertransaksi secara daring.

2. Penyerahan barang yang ada dalam permainan daring.

Adapun proses cara penyerahan barang dalam bertransaksi ada permainan daring, juga terdapat dua cara yaitu:

- a. Bertemu langsung atau bertatap muka antara pihak satu dengan lainnya. Pada saat itu barang dapat diserahkan apabila kedua pihak telah sepakat. Penjual maupun

pembeli setelah sepakat barang mereka biasanya menukarkan dengan barang yang sepadan dan melepaskan hak kepemilikan.

- b. Melalui fasilitas yang telah disediakan dalam permainan daring tersebut. Dalam permainan daring penyerahan biasanya dilakukan melalui pasar atau tempat bertransaksi.