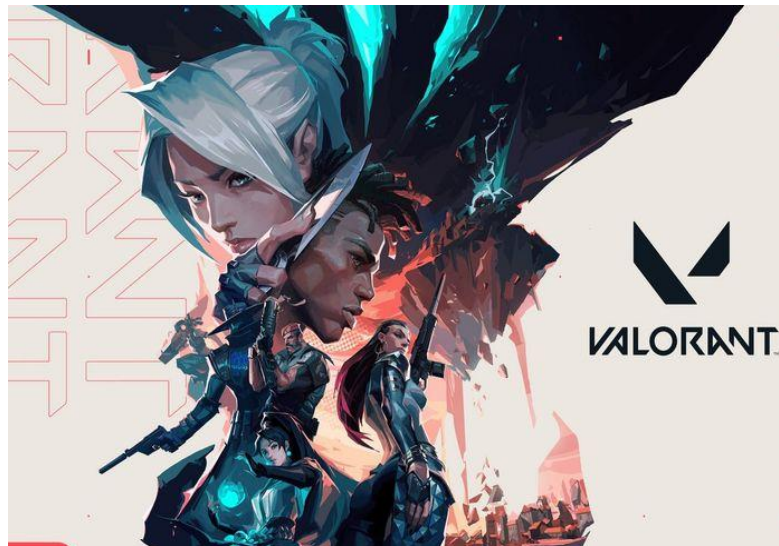


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Valorant adalah sebuah permainan berbasis *FPS (First Person Shooter)* gratis yang dibuat dan dikembangkan oleh Riot Games. Valorant hadir dengan dua tim yang beranggotakan 5 pemain dalam setiap tim. Dalam satu kali permainan Valorant terdiri dari 24 ronde dengan dua tim terbagi menjadi satu tim penyerang dan satu tim bertahan dan akan bertukar posisi setelah 12 ronde.



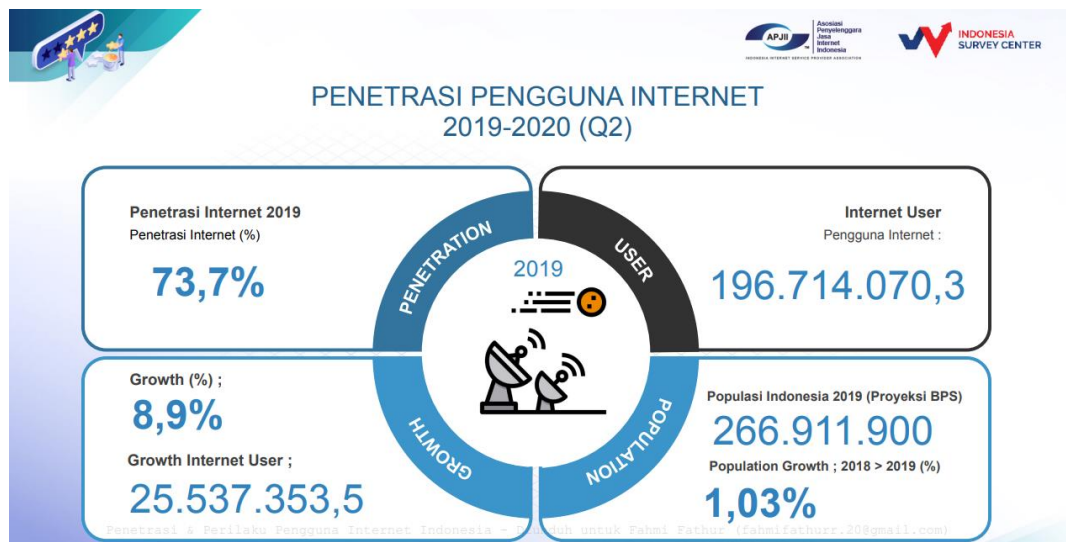
Gambar 1. 1 Logo Valorant

*Sumber: playvalorant.com*

Tim penyerang mempunyai misi untuk menghancurkan objek yang telah ditentukan dan tim bertahan mempunyai misi untuk mempertahankan objek dari tim penyerang. Hal yang menjadikan Valorant Unik adalah setiap karakter mempunyai keahlian dan perannya masing-masing (Esportnesia, 2021). Setelah rilis pada bulan 2 Juni 2021, Valorant berhasil menempati peringkat ke 6 *Top Grossing Platform PC* yang dirilis oleh SuperData (hybrid, 2021).

## 1.2 Latar Belakang

Teknologi saat ini sudah sangat berkembang pesat diberbagai bidang, salah satunya bidang ekonomi. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2018 adalah 171,17 juta jiwa atau 64,8 persen dari penduduk indonesia. Menurut (APJII) pada tahun 2019-2020 Q2 pengguna *internet* di Indonesia meningkan menjadi 196.71 juta jiwa atau 73,7% dari jumlah penduduk Indonesia dan dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut:



Gambar 1. 2 Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Iternet Indonesia (APJII)

Menurut Laudon dan Laudon (2007) ada 6 alasan mengapa internet sangat populer yaitu:

1. Memiliki konektivitas yang luas
2. Hemat biaya komunikasi
3. Biaya transaksi lebih rendah
4. Mengurangi biaya agensi
5. Interaktif, fleksibel, dan mudah
6. Mampu mendistribusikan informasi dengan cepat

Selain berkembangnya teknologi dalam bidang ekonomi perkembangan di sektor

*Video Games* juga berjalan sangat pesat, mulai dari pengembangan teknologi yang disematkan, peningkatan grafis, mekanisme gameplay, dan lain-lain. *Video Games* pertama kali diperkenalkan pada 1958, saat itu *Video Games* hanya sebatas permainan tenis sederhana yang melibatkan dua pemain. Seiring berkembangnya zaman, *video games* kini sudah sangat berkembang bahkan sampai ada yang bisa dimainkan secara *online* dengan koneksi internet.

*Game Online* adalah permainan yang dimainkan secara daring melalui jaringan LAN (*Local Area Network*), internet, ataupun media telekomunikasi lainnya. *Game online* berbeda dengan video game yang tidak terhubung dengan jaringan internet. Menurut Hasdy (2015) *game online* dikelompokkan menjadi beberapa jenis yaitu:

1. *First Person Shooter*. Merupakan salah satu jenis *internet game* yang menekankan pada penggunaan senjata. Para pemain bermain secara sendiri sendiri (*single*) atau juga bisa membentuk tim (*team*) dalam melawan musuh. Contoh dari genre FPS adalah *Valorant (2020)*, *Counter Strike Global Offensive (2012)*
2. *Real Time Strategy*. Merupakan game yang permainannya menekankan kepada kehebatan strategi pemainnya, biasanya pemain memainkan tidak hanya 1 karakter saja akan tetapi banyak karakter. *Game* yang populer dari jenis ini adalah *DotA 2 (2013)*.
3. *Cross Platform Online*. Merupakan *game* yang dapat dimainkan secara *online* dengan *hardware* yang berbeda. Contoh *game* yang populer dari jenis ini adalah *Fortnite*
4. *Browser Game*. Merupakan *game* yang dimainkan pada *web browser* seperti Firefox, Opera, IE. Syarat dimana sebuah *web browser* dapat memainkan *game* ini adalah peramban sudah mendukung Javascript, *PHP*, maupun *Flash*

5. *Massive Multiplayer Online Games Role Playing Game* (MMORPG). Merupakan salah satu jenis *internet game* dimana pemain bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan pemain yang lain. Kemampuan tertentu yang dimiliki oleh karakter diperoleh melalui pengalaman (*experience*) dan biasanya berhubungan dengan kemampuannya bertempur dan atau untuk melawan musuh. Contoh *game* yang populer dari jenis ini adalah *New World* (2021).

Perkembangan *game online* yang signifikan menjadikan *industry game* menjadi salah satu bisnis yang menguntungkan, berdasarkan data dari DFC *Intelligence* pendapatan yang diperoleh dari *game online* di seluruh dunia senilai \$15.7 milyar pada tahun 2010 dan berkembang menjadi \$29 milyar pada tahun 2016. Menurut Nayak (2012) profit yang dihasilkan dari *virtual item* yang dijual mencapai \$15 milyar di seluruh dunia dan terus meningkat tiap tahunnya. Hal ini mengindikasikan tingginya tingkat transaksi pemain untuk membeli *virtual item*. Pembelian pertama *virtual item* muncul pada tahun 1990-an berupa pedang, *armor*, dan *item* lainnya dijual pada situs eBay. *Virtual item* digunakan untuk meningkatkan status, meningkatkan kekuatan, dan untuk mencari kesenangan dan kepuasan dari *player*. Menurut Li (2002) sebuah ekonomi baru telah muncul di dunia maya. Hal ini menarik perhatian banyak orang sehingga banyak yang melakukan pembelian menggunakan uang nyata untuk membeli *virtual item* atau biasa disebut dengan *Real-Money Trade (RMT)*. Indonesia menjadi salah satu negara dengan industri *game* yang sangat besar, terdapat 43,7 juta jiwa pemain dan menghabiskan total sebesar US\$ 1.1 miliar pada tahun 2018 yang menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar *game* terbesar di Asia Tenggara.

Salah satu masalah dalam penjualan *online* adalah kepercayaan. Berdasarkan data dari kementerian komunikasi dan informatika (Kominfo) sepanjang tahun 2021 terdapat 115.756 laporan penipuan *online* terutama dalam transaksi jual beli *e-commerce*, media sosial, dan mengambil alih akun (cnnindonesia.com, 2021). Dalam *game online* terdapat modus penipuan diantaranya adalah jual beli *item*,

*scamming*, dan *fake account*. GoPay dalam kajian peningkatan kompetensi keamanan digital di Indonesia menyebutkan bahwa penipuan di dunia maya atau penipuan *online* sering kali menggunakan teknik *social engineering* atau manipulasi psikologis korban untuk percaya kepada penipu (cfds, 2021). Kominfo berencana membuat program literasi *digital* untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang keamanan, etika, budaya, dan kecakapan dalam bermedia *digital* (cnnindonesia, 2021). Menurut Sonja dan Edwald (2003) berbelanja melalui *internet* mempunyai keunikan dibanding berbelanja secara tradisional, dari segi ketidakpastian, minimnya kontrol, hingga potensi penipuan. Karena banyak kasus yang terjadi pada transaksi *online* kepercayaan menjadi menjadi poin penting dalam sebuah transaksi. Menurut Maharani (2010) kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reabilitas, dan integritas dari pihak lain dalam sebuah *relationship* dan keyakinan bahwa tindakannya akan menghasilkan hasil yang positif bagi pihak yang dipercaya. Dengan sistem bisnis *Business to Costumer* (B2C) para pemain Valorant yang ingin melakukan pembelian *virtual item* tidak perlu khawatir karena transaksi yang dilakukan dilindungi oleh Riot Games selaku pengembang dari *game* Valorant. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kemudahan. Konsumen yang melakukan pembelian secara *online* mengharapkan transaksi yang lebih mudah dan cepat daripada berbelanja secara konvensional (Lastiansah, 2012). Menurut Kusuma dan Susilowati, (2017) intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dan sistem juga menunjukkan kemudahan penggunaan. Aplikasi Valorant menawarkan berbagai jenis *virtual item* yang terdapat didalam permainan seperti *Skin*, *Battlepass*, *Unlock Agent* yang dapat dibeli melalui *in-game purchase* dengan berbagai metode pembayaran seperti OVO, GoPay, Transfer Bank. Hal ini yang menjadikan salah satu kemudahan yang diberikan oleh Riot Games selaku pengembang untuk pengguna dalam melakukan pembelian didalam permainan. Banyaknya kemudahan yang diberikan oleh Riot Games seperti perlindungan terhadap pembeli, metode pembayaran yang digunakan, hingga berbagai jenis *virtual item* yang ditawarkan untuk memenuhi kepuasan pemain sehingga memberikan pengaruh positif terhadap minat beli konsumen dalam melakukan transaksi di masa yang akan datang.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas diketahui bahwa Indonesia menjadi salah satu negara dengan industry *game* terbesar di Asia Tenggara yaitu dengan lebih dari 43 juta jiwa dan menghasilkan pendapatan lebih dari US\$ 1 miliar pada tahun 2018.

Riot Games selaku *developer* dari *game* Valorant menggunakan model bisnis B2C (*Business to Customer*), Riot Games memfasilitasi transaksi sekaligus menyediakan metode pembayarannya sehingga Riot Games secara langsung bertanggung jawab atas setiap transaksi yang dilakukan. Salah satu masalah dalam transaksi *online* adalah membangun kepercayaan pembeli.

Berbelanja melalui internet mempunyai keunikan tersendiri dibanding dengan belanja secara tradisional (Sonja & Ewald, 2003). Nanda dan Alwafi (2016) menyatakan bahwa keamanan, kemudahan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen, dan Verhagen dan Willemijn (2007) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

Faktor lain yang mempengaruhi pembelian adalah kemudahan dalam bertransaksi, kemudahan ini dapat dirasakan ketika konsumen dapat melakukan pembelian tanpa harus mengeluarkan usaha yang lebih. Namun kenyataannya hal ini tidak dapat dilakukan dengan mudah (Trisnawati et al., 2012).

Kusuma dan Susilowati (2007) menjelaskan bahwa intensitas pengguna dan interaksi dengan sistem dapat menunjukkan kemudahan penggunaan, sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh pengguna.

Selain itu pengalaman berbelanja juga mempengaruhi minat pembelian. Shim dan Drake dalam Ling (2010). Menyatakan bahwa jika pengalaman yang diterima positif maka akan meningkatkan minat beli dan jika pengalaman yang diterima konsumen bersifat negatif maka konsumen akan enggan untuk melakukan pembelian lagi di masa depan.

Berdasarkan rumusan yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis dan menemukan bukti empiris dari pengaruh persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi terhadap minat beli *item virtual game online* (studi pada: Valorant). Sehingga diperoleh pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen *game online* Valorant?
2. Apakah kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap minat beli konsumen *game online* Valorant?
3. Apakah pengalaman berbelanja berpengaruh terhadap minat beli konsumen *game online* Valorant?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap minat beli *virtual item game online* Valorant
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan bertransaksi terhadap minat beli *virtual item game online* Valorant
3. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman berbelanja terhadap minat beli *virtual item game online* Valorant

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penulisan penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat atau kegunaan bagi pihak-pihak yang memerlukan, diantaranya adalah sebagai berikut :

##### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan manfaat sebagai berikut:

- a. Untuk akademisi, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi sekaligus informasi untuk penelitian selanjutnya yaitu mengenai minat beli *virtual item* di dalam *game online*.
- b. Untuk peneliti, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu untuk mengetahui variabel yang dapat mempengaruhi minat beli pemain

terhadap *virtual item* yang ditawarkan di dalam *game*.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Dilihat dari aspek praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang berguna kepada pihak *developer game* di Indonesia mengenai persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli pemain di dalam *game*.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Berikut ini merupakan sistematika penulisan tugas akhir yang disusun oleh penulis. Terdiri dari lima bab yang saling berhubungan. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menggambarkan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian yang berhubungan dengan fenomena, perumusan masalah yang didasarkan latar belakang, tujuan penelitian dan manfaat penelitian secara teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan secara garis besar.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan teori-teori yang berhubungan dengan solvabilitas, likuiditas, profitabilitas, aktivitas ukuran perusahaan, biaya agensi manajerial dan inflasi. Bab ini juga menjelaskan penelitian terdahulu sebagai dasar penelitian, perancangan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis di akhir bab.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan pendekatan, metode, dan teknik yang dipakai untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah. Bab ini meliputi penjelasan mengenai jenis penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data serta teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini.



**d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan hasil dari analisis penelitian dan pembahasan data yang sudah diuji tentang pengaruh variabel secara simultan maupun secara parsial.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan mengenai kesimpulan yang menjawab dari pertanyaan penelitian. Kemudian menjadi saran yang berhubungan dengan manfaat penelitian.