

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transaksi pembelian dalam *game* (*in-game purchase*) sudah menjadi hal yang selalu ada di setiap *game* sekarang ini, tujuannya adalah sebagai monetisasi pihak *developer* untuk mendapatkan keuntungan. Dalam implementasinya pihak *developer* menyediakan beberapa fitur pembelian di dalam *game* seperti, *Cash Shop* atau *Mall Shop* yaitu tempat membeli *item*, *skin*, atau barang *virtual* menggunakan mata uang *game* atau mata uang rupiah dengan sudah mengetahui terlebih dahulu wujud barang *virtual* yang akan dibeli. Selain fitur *cash shop*, para *developer game* juga menambahkan fitur *gacha* pada sistem pembeliannya. *Gacha* berasal dari kata *Gashapon* yang marak pada tahun 1977. Mulanya, *gacha* merupakan sebuah mesin yang berisi kapsul-kapsul yang di dalamnya terdapat hadiah yang banyak bertebaran di Jepang. Dengan mengeluarkan 100 yen, mesin itu akan mengeluarkan hadiah dan berbunyi "*gacha*".

Gambar 1.1 Game yang dimainkan di 2021



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id> (2023)

Melihat pada gambar diatas, ada sekitar 6 *game* yang *populer* dimainkan oleh masyarakat di Indonesia saat ini memiliki fitur *gacha* di dalamnya. Mobile Legend Bang Bang menjadi *game mobile* paling sering dimainkan juga memiliki fitur *gacha*. Fitur *gacha* di Mobile Legends sudah menjadi daya tarik tersendiri untuk para pemainnya. Dengan menawarkan *skin-skin* langka dengan tampilan yang mewah membuat banyak *gamer* yang tergiur melakukan *gacha* dan menghabiskan banyak uang demi memilikinya.

Mobile Legends: Bang Bang adalah permainan *video* seluler ber-genre *multiplayer online battle arena* (MOBA) yang dikembangkan dan diterbitkan oleh Moonton, anak perusahaan dari ByteDance. Dirilis pada tahun 2016, *game* ini semakin populer di seluruh dunia, terutama di wilayah Asia Tenggara, dan sejak itu telah melampaui 1 miliar kali unduhan, dengan puncak pemain bulanan sebanyak 100 juta.

Dalam transaksi jual beli barang *virtual* (*in-game items*) yang ada di permainan ini terdiri dari *Cash Shop*, yaitu pemain dapat membeli barang *virtual* yang ada di dalam *game* dengan secara *cash* menggunakan mata uang rupiah ataupun mata uang *virtual* gim dan kemudian mendapatkan barang yang diinginkan dengan kepastian. Selain itu di Mobile Legends juga menyediakan transaksi pembelian menggunakan sistem *Gacha Shop*, yakni setiap pemain yang ingin membeli barang *virtual* baik menggunakan mata uang rupiah ataupun mata uang gim, tidak memiliki kepastian terhadap barang yang dibelinya, baik berupa harga, wujud barang, dan kualitasnya. Karena menggunakan fitur *gacha* maka pemain hanya bergantung kepada

keberuntungannya, dimana mereka bisa mendapatkan keuntungan atau malah kerugian.

Fenomena yang terjadi, permainan Mobile Legends sangat populer dimainkan pada masyarakat saat ini tak terkecuali pada kalangan mahasiswa. Banyak kalangan mahasiswa saat ini yang memainkan gim Mobile Legends untuk menghabiskan waktu dan juga bersenang-senang. Tidak hanya senang bermainnya, tapi banyak konsumen yang tertarik juga untuk mendapatkan barang-barang langka yang ditawarkan oleh pihak *developer*. Mereka berlomba-lomba memilikinya dengan membelinya menggunakan sistem *Gacha Shop*. Pada sistem *gacha* memang terkesan memberikan keuntungan dengan dapat membeli barang *virtual* tanpa harus menghabiskan uang banyak jika beruntung, tetapi dibalik keuntungan tersebut terdapat risiko yang mungkin terjadi dan masyarakat diharuskan memahami risiko itu sebelum melakukannya.

Pada penelitian sebelumnya oleh Evi Nur Azizah (2020) mendapatkan hasil bahwa *crate* pada permainan PlayerUnknown's BattleGround's adalah transaksi jual beli dengan objek *crate* yang berisi barang-barang pada sebuah permainan. Dalam transaksi ini terjadi layaknya jual beli biasa yaitu adanya rukun dan syarat jual beli akan tetapi dalam pembelian *crate* ini ada beberapa rukun yang tidak memenuhi syarat seperti apa yang telah dipaparkan di hukum Fiqih Muamalah. Dan yang menjadi permasalahan dalam transaksi ini adalah player yang melakukan jual beli *crate* tidak langsung mendapatkan barang yang diinginkan atau dibeli melainkan harus menggunakan sistem acak (*gacha*) sehingga *player* bisa

merasakan dampak rugi. Maka dalam Fiqih Muamalah dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli *crate* yakni *gacha* mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*).

Pada penelitian sebelumnya oleh Nur Rizqi Febriandika, Nurkholis Majid, dan Rahul Kumar (2022) mendapatkan hasil bahwa transaksi pembelian menggunakan sistem *gacha* itu mengandung unsur *maysir*, *taghrir* dan *tadlis* (Febriandika et al. 2022). Menggunakan sistem *gacha* tanpa melakukan transaksi mikro dengan uang asli tidak memenuhi unsur *maysir*, *taghrir* dan *tadlis*. Sementara itu, pemain yang melakukan transaksi mikro untuk membeli *item* dalam *game* secara langsung atau tanpa melalui *gacha* termasuk dalam akad *ijarah*.

Pada penelitian sebelumnya oleh Yunus Almakhluhi (2023) mendapatkan hasil bahwa praktek jual beli pada produk digital dalam *gacha game online* ditinjau dari perspektif sosiologi hukum Islam dijelaskan bahwa sistem *gacha* yang membuat pemain tidak dapat melakukan pemilihan terhadap produk digital yang akan dibeli menimbulkan dua permasalahan. Pertama masuk dalam ranah perjudian atau *maysir* karena pemain bergantung kepada keberuntungan mereka. Kedua masuk dalam permasalahan *gharar* karena tidak jelas objek yang diperjualbelikan spesifikasinya bagaimana. Karena dua hal ini maka transaksi yang dilakukan kedua belah pihak dalam jual beli produk digital dalam *gacha game online* dinilai cacat hukum.

Saat peneliti melakukan observasi, ditemukan bahwa semakin meningkatnya minat mahasiswa yang melakukan transaksi pada fitur *gacha* di Mobile Legends. Dari beberapa mahasiswa yang peneliti wawancara, mereka yang melakukan

transaksi banyak yang tidak mengetahui bahwa fitur *gacha* ini mengandung unsur *maysir* dan *gharar*. Padahal mereka semua mengetahui bahwa perjudian hukumnya haram dalam Islam, tetapi masih banyak mahasiswa yang tidak mengetahui perbuatan apa saja yang termasuk dan dapat dikatakan sebagai perjudian atau *maysir*. Ada juga beberapa mahasiswa yang sebenarnya mengetahui bahwa transaksi tersebut mengandung unsur keharaman, tapi mereka tetap melakukan pembelian dengan fitur *gacha*. Oleh karena itu pentingnya memahami sistem *gacha* supaya bisa meminimalisir risiko yang mungkin terjadi serta memahami dan melihat dari sisi syariat islamnya mengenai sistem *gacha* dalam gim.

Keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis (Kotler 2008).

Menilik dari penelitian sebelumnya, bahwa masih menghasilkan sebuah hasil yang sangat variatif berkenaan dengan faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan pembelian ini. Seperti menurut penelitian Marwati dan Amidi (2018) menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Ataini, et al. (2021) menyatakan bahwa faktor budaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Karnowati dan Handayani (2021) faktor sosial yang diantaranya adalah pengaruh kelompok sosial, keluarga dan referensi juga akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian. Karakteristik pribadi konsumen yang terdiri dari umur, pekerjaan, kondisi ekonomi dan gaya hidup juga mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Menurut penelitian oleh Asmas dan Tarmizi (2021) menyatakan bahwa faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun terdapat pula hasil penelitian yang berbeda dengan pernyataan diatas, seperti penelitian dari Suawa, et al. (2019) menyatakan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Andira, et al. (2021) faktor pribadi diartikan sebagai karakteristik yang ada dalam diri individu yang melibatkan berbagai proses psikologis yang akan menentukan kecenderungan dan respon seseorang terhadap lingkungan. Faktor pribadi juga di definisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Penelitian yang dilakukan oleh Hudani (2020) menyatakan bahwa faktor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun dalam penelitian oleh Suawa, et al. (2019) menyatakan bahwa faktor pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Seperti menurut penelitian oleh Maroah dan Ulfa (2021) menyatakan bahwa faktor psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun terdapat pula hasil penelitian yang berbeda dengan pernyataan diatas,

seperti penelitian Marlius (2017) menyatakan bahwa faktor psikologis tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Seperti halnya pada penelitian yang dilakukan oleh Vivi Ataini tahun 2020 menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa variabel pribadi dan psikologis saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Ataini 2020). Lalu penelitian yang dilakukan oleh Sevi Antoni tahun 2022 menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembeli (Antoni 2022).

Adanya temuan-temuan di atas dan keragaman dari hasil penelitian tersebut atas faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian. Karena itulah penulis ingin meneliti permasalahan ini dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Produk *Gacha* di Aplikasi Mobile Legends Bang Bang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, faktor-faktor yang mempengaruhi fenomena di masyarakat antara lain: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya:

1. Apakah faktor budaya berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk *gacha* di aplikasi Mobile Legends?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk *gacha* di aplikasi Mobile Legends?

3. Apakah faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk *gacha* di aplikasi Mobile Legends?
4. Apakah faktor psikologis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk *gacha* di aplikasi Mobile Legends?
5. Apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk *gacha* di aplikasi Mobile Legends?
6. Bagaimana analisis *maysir* dan *gharar* terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk *gacha* di aplikasi Mobile Legends?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah faktor budaya berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk *gacha* di aplikasi Mobile Legends.
2. Untuk mengetahui apakah faktor sosial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk *gacha* di aplikasi Mobile Legends.
3. Untuk mengetahui apakah faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk *gacha* di aplikasi Mobile Legends.

4. Untuk mengetahui apakah faktor psikologis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk *gacha* di aplikasi Mobile Legends.
5. Untuk mengetahui apakah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk *gacha* di aplikasi Mobile Legends.
6. Untuk mengetahui analisis *maysir* dan *gharar* terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk *gacha* di aplikasi Mobile Legends

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman ilmu Pengetahuan khususnya tentang sistem *gacha*, *maysir* dan *gharar*, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat di Mobile Legends.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sumbangan pemikiran juga dikembangkan untuk dijadikan referensi dalam penelitian lebih lanjut dan dapat dijadikan bahan perbandingan kepada peneliti selanjutnya dengan membahas topik permasalahan yang sama.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu Pengetahuan serta menambah pemahaman terkait dengan faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa di Mobile Legends.

- b. Sebagai sumbangan pemikiran bagi masyarakat pada umumnya dan mahasiswa Universitas Sunan Gunung Djati khususnya.

