

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat. Pembelian impulsif menjadi salah satu masalah perilaku konsumtif yang semakin menonjol di era digital terutama di kalangan remaja pengguna *online game*. Pembelian impulsif adalah tindakan membeli secara mendadak tanpa perencanaan, sulit dikendalikan, dan biasanya didorong oleh emosi sesaat (Chaplin, 2011). Perilaku ini dapat terjadi baik dalam suasana emosi positif, maupun suasana emosi negatif (Yoga & Dwatra, 2023). Menurut Afandi dan Hartati (2017), pembelian impulsif dipicu oleh dorongan kuat secara tiba-tiba dan terus-menerus, yang membuat individu segera melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan akibatnya.

Dalam konteks *online game*, pembelian impulsif sering kali berupa pembelian *virtual item* atau mata uang dalam *game* yang dilakukan secara spontan. Perilaku tersebut dapat dipicu oleh berbagai hal, antara lain adanya kemudahan dalam menggunakan metode pembayaran digital seperti *e-wallet*, transfer bank, transfer pulsa, dan penerapan strategi pemasaran *online game* yang menawarkan diskon terbatas, paket promosi, item eksklusif, serta keterlibatan emosional yang muncul ketika pemain sedang bermain (Makawarung dkk., 2023). Fenomena pembelian impulsif terlihat jelas ketika pemain dapat membeli item melalui jalur tidak resmi dengan harga lebih murah, yang memungkinkan terjadinya pembelian tanpa berpikir rasional.

Salah satu *online game* yang banyak diminati oleh remaja saat ini adalah *Higgs Domino Island*, sebuah permainan digital berbasis *chip* virtual. *Chip* menjadi mata uang utama untuk mengakses berbagai permainan seperti slot, kartu, dan domino (Simbolon, 2022). Pemain dapat memperoleh *chip* melalui bonus harian, kemenangan, pembelian resmi (top-up), atau transaksi tidak resmi menggunakan fitur “*kirim chip*” melalui agen dan media sosial (Sayopi dkk., 2022). Simbolon (2022), menjelaskan harga *chip* di luar platform

resmi jauh lebih murah, misalnya 1 miliar *chip* dijual sekitar Rp65.000–Rp70.000, yang memicu banyak pemain melakukan pembelian spontan demi keuntungan cepat atau sekadar melanjutkan permainan setelah kekalahan.

Memuat sumber berita *Tribun Bangka*, *Higgs Games* selaku pengembang *Higgs Domino Island* resmi menghapus fitur "Kirim *Chip*" sejak 17 Februari 2024, sebagai bentuk kepatuhan terhadap arahan Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia (Saputra, 2024). Hal ini mendorong sebagian pemain beralih ke aplikasi tidak resmi (APK) yang masih menyediakan fitur tombol kirim, sehingga transaksi jual-beli *chip* antar pemain atau agen ilegal tetap berlangsung. Situasi ini menunjukkan bahwa pembelian impulsif di *Higgs Domino Island* tidak hanya terjadi karena strategi dalam *game*, tetapi juga karena faktor eksternal berupa ketersediaan jalur transaksi alternatif yang murah, mudah dan cepat.

Pembelian impulsif dalam konteks *Higgs Domino Island* dapat dipahami sebagai tindakan membeli *chip* atau *virtual item* secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya yang dipicu oleh kemudahan akses, pengalaman bermain yang menyenangkan dan penawaran harga yang lebih murah. Menurut Simbolon (2022), banyak pemain membeli *chip* dari sesama pemain atau agen secara langsung karena dinilai lebih praktis dan murah dibandingkan *top-up* resmi. Kemudahan transaksi dalam *game* dapat mendorong pembelian yang terjadi secara tiba-tiba dan tanpa pertimbangan matang, terutama ketika proses pembayaran cepat dan fleksibel tersedia di berbagai kanal (Makawarung dkk, 2023).

Perilaku pembelian impulsif terjadi ketika kontrol kognitif lemah dan tingginya dorongan emosional (Verplanken & Herabadi, 2001). Menurut Rook dan Fisher (1995), pembelian impulsif mencakup aspek kognitif yang ditandai dengan rendahnya pertimbangan rasional dan keputusan membeli yang dilakukan tanpa perencanaan, serta aspek afektif yang ditandai dengan adanya dorongan emosional yang kuat. Pada *game Higgs Domino Island*, mekanisme ini terlihat ketika pemain membeli *chip* setelah mengalami kekalahan beruntun, tergoda promosi terbatas, atau terpengaruh harga murah dari agen tidak resmi.

Pembelian impulsif dapat berdampak negatif terhadap kondisi finansial individu, seperti berkurangnya keuangan pribadi, munculnya rasa menyesal setelah melakukan pembelian, menurunnya kepuasan terhadap barang yang dibeli, serta dapat memengaruhi harga diri (Afandi & Hartati, 2017). Selain itu, pembelian impulsif berpotensi meningkatkan kecemasan pada konsumen, di mana dorongan untuk membeli secara spontan sering kali diikuti oleh perasaan tidak nyaman dan penyesalan setelah transaksi dilakukan, sehingga dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis secara keseluruhan (Muchnisa & Sulaiman, 2021). Kondisi ini dapat mengganggu kemampuan individu dalam mengendalikan pengeluaran dan merencanakan keuangan secara rasional yang berpotensi menurunkan kualitas hidup konsumen. Kecenderungan melakukan pembelian dalam *game* juga tidak lepas dari seberapa sering pemain terlibat dalam aktivitas bermain, yang berkaitan dengan durasi bermain dan frekuensi yang digunakan dalam bermain *online game*.

Intensitas bermain *online game* merujuk pada tingkat keterlibatan seseorang dalam bermain *game*, baik dari segi frekuensi maupun durasi bermain. Menurut Prasetio (2013), Intensitas penggunaan *online game* merupakan keadaan dimana individu dalam jangka waktu yang tertentu dalam penggunaan *game* secara terus menerus, dimana *gadget* yang digunakan dapat terhubung melalui jaringan internet serta fitur *game* yang dimainkan yang sesuai jenisnya. Intensitas bermain adalah tingkatan ukuran frekuensi atau jumlah satuan waktu (durasi) yang digunakan pada aktivitas bermain *online game* dengan dorongan emosi (Okfiyandi dan Arisandy, 2022). Intensitas dalam bermain *game* dapat memengaruhi pembentukan perilaku nyata, di mana semakin tinggi intensitas bermain, semakin besar kemungkinan munculnya perilaku negatif pada pemain *online game* (Kholifah dkk, 2024).

Intensitas bermain *online game* yang tinggi berpotensi memengaruhi cara berpikir pemain, terutama dalam hal pengambilan keputusan dan pengelolaan waktu. Chandra (2006), menyatakan bahwa intensitas bermain yang tinggi dapat mengganggu waktu belajar, ibadah, serta aktivitas sosial seseorang, dan secara tidak langsung membentuk cara berpikir yang lebih

sempit karena terfokus pada dunia permainan saja. Intensitas bermain *online game* yang berlebihan membuat pemain lupa waktu, mengabaikan aktivitas lain, dan hanya terfokus pada keinginan untuk memenangkan permainan atau mendapatkan keuntungan di dalam *online game* (Alkarim, 2022). Perubahan pola pikir yang terbentuk akibat intensitas bermain yang tinggi juga berpotensi mendorong pemain melakukan pembelian impulsif dalam *game*, termasuk pembelian *chip* di *Higgs Domino Island*.

Intensitas bermain yang tinggi dalam *online game* seperti Higgs Domino dapat meningkatkan kemungkinan pemain melakukan pembelian impulsif, terutama ketika dorongan emosional dan keterlibatan dalam permainan sudah sangat tinggi. Bermain *online game* dengan frekuensi dan intensitas yang tinggi dapat memberikan efek samping berupa ketergantungan, dan pemain akan terus terdorong untuk menekuni permainan demi memuaskan rasa penasaran dan dorongan kemenangan (Okfiyandi dan Arisandy, 2022). Yoga dan Dwatra (2023), mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara frekuensi bermain *Higgs Domino Island* dengan perilaku *impulsive buying*, yang berarti semakin sering seseorang bermain, maka kecenderungan untuk membeli secara impulsif pun meningkat. Remaja merupakan kelompok yang paling banyak menggunakan *online game* sebagai sarana hiburan, sehingga menjadikan mereka kelompok yang rentan terhadap pembelian impulsif *virtual item*.

Remaja merupakan kelompok usia yang kini banyak menghabiskan waktu dengan perangkat *gadget* untuk bermain *online game*, dan mereka menjadikan *online game* sebagai bagian dari rutinitas sehari-hari mereka (Alkarim, 2022). Hal ini sejalan dengan temuan Prasetio (2013), yang menyebutkan bahwa para remaja banyak menghabiskan waktu berjam-jam untuk bermain *online game*, bahkan hingga mengabaikan waktu belajar dan aktivitas lainnya. Untuk memahami gambaran ini lebih dalam, peneliti melakukan wawancara awal secara langsung dengan beberapa remaja pengguna *game Higgs Domino Island*.

Dalam wawancara awal dengan delapan remaja pada tanggal 6–7 Januari 2024 di Kota Parepare yang rutin memainkan *Higgs Domino Island*, diketahui bahwa responden memainkan permainan dengan frekuensi antara tiga hingga lima kali dalam sehari, dengan durasi berkisar antara satu hingga lima jam per sesi. Sebagian besar responden mengakui pernah melakukan pembelian *chip virtual* secara spontan setelah mengalami kekalahan berturut-turut. Dorongan untuk membeli *chip* kerap muncul setelah kekalahan berulang, disertai perasaan tidak tenang serta keinginan kuat untuk segera melanjutkan permainan. Beberapa responden menuturkan bahwa pembelian *chip* memberikan rasa puas dan senang karena dapat kembali bermain, meskipun terdapat pula pengakuan mengenai munculnya penyesalan setelah menghabiskan uang hanya untuk memenuhi keinginan sesaat.

Pembelian *chip virtual* lebih sering dilakukan di gerai karena harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan metode pembayaran resmi yang tersedia dalam aplikasi *game*. Berdasarkan keterangan dari pemilik gerai penjual *chip virtual*, dalam satu hari terdapat banyak remaja yang melakukan pembelian, bahkan hingga empat sampai lima kali. Terdapat pula kasus remaja yang rela menggadaikan ponsel untuk memperoleh chip setelah mengalami kekalahan beruntun.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yoga dan Dwatra (2023), menemukan adanya hubungan positif yang signifikan antara kecanduan *game online Higgs Domino Island* dengan pembelian impulsif pada remaja di Kota Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kecanduan *game online* yang dialami remaja, maka semakin tinggi pula tingkat pembelian impulsif yang mereka lakukan terhadap *virtual item* dalam *game* tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa keterlibatan yang intens dalam permainan dapat memicu dorongan pembelian spontan tanpa perencanaan, sejalan dengan temuan penelitian ini yang menyoroti hubungan antara intensitas bermain dengan perilaku pembelian impulsif.

Penelitian oleh Muchnisa dan Sulaiman (2023) menunjukkan bahwa respon emosi, khususnya rasa senang (*pleasure*) dan rangsangan (*arousal*),

memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif, dengan orientasi belanja kenyamanan sebagai mediator yang memperkuat kecenderungan tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor psikologis dan pengalaman positif saat berinteraksi dengan produk atau layanan dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian spontan, yang relevan dalam memahami perilaku pembelian impulsif *virtual item* pada remaja pemain *Higgs Domino Island*.

Shinkawa, dkk (2021), meneliti hubungan antara gaya pembelian dalam *game* dengan waktu bermain pada remaja Jepang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa yang melakukan pembelian, baik terencana maupun tidak terencana, memiliki waktu bermain akhir pekan yang lebih tinggi dibandingkan dengan siswa yang tidak melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering atau lama seseorang bermain *game*, semakin besar pula kemungkinan terjadinya pembelian di dalam *game*.

Penelitian oleh Jiao, dkk (2022), menemukan bahwa pemain yang memperoleh *virtual item* baru dalam satu minggu cenderung meningkatkan durasi bermain sekaligus jumlah pengeluaran pada minggu berikutnya. Hasil ini menunjukkan adanya pola bahwa keterlibatan bermain yang lebih tinggi dapat memicu peningkatan perilaku pembelian di dalam *game*.

Belum banyak penelitian secara spesifik yang membahas langsung hubungan antara intensitas bermain *online game* dan perilaku pembelian impulsif *virtual item*, khususnya pada konteks *Higgs Domino Island* pada remaja. Memahami hubungan antara intensitas bermain dan perilaku pembelian impulsif sangat penting, karena keduanya mencerminkan dinamika perilaku remaja di era digital yang tidak bisa dipisahkan dari budaya konsumsi virtual.

Berdasarkan paparan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas bermain *Higgs Domino Island* dengan pembelian impulsif *virtual item* pada remaja. Dengan penelitian ini, diharapkan mampu memberikan pemahaman dari aktivitas bermain *online game* yang intensif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijabarkan diatas, maka dalam penelitian ini rumusan masalahnya adalah apakah terdapat hubungan antara intensitas bermain *Higgs Domino Island* dengan pembelian impulsif *virtual item* pada remaja.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara intensitas bermain *Higgs Domino Island* dengan pembelian impulsif *virtual item* pada remaja.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah wawasan dalam bidang psikologi sosial, khususnya yang berkaitan dengan perilaku pembelian *virtual item* di era digital serta dapat dijadikan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang lebih mendalam mengenai penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengguna *Online Game*

Diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pengguna *online game* tentang perilaku impulsif yang mungkin muncul akibat intensitas bermain *online game* yang tinggi.

b. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat memberikan informasi bagi orang tua, guru, dan konselor mengenai pentingnya pengawasan terhadap aktivitas bermain *online game* yang berlebihan pada remaja.

c. Bagi Pengembang *Online Game*

Diharapkan dapat memberikan informasi bagi pengembang *online game* dan pihak terkait dalam merancang fitur-fitur yang lebih sehat secara psikologis.