

ABSTRAK

Andi Wibowo, Mengungkap Nilai Harga Jual *Vitual item* Antar Pemain Dalam *Game Avabel online*: Studi Fenomenologi. Di bawah bimbingan DR. Bambang Haryadi SE., MSi., Ak., CA

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui nilai-nilai di balik penentuan harga jual *virtual item*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam proses penemuan jawaban, dan pendekatan fenomenologi dalam proses analisis yaitu dengan mengektensikan mengenai “Aku”. Pendekatan tersebut dipilih karena peneliti membutuhkan kedalaman untuk mengungkap realita di balik fenomena tersebut. Informan dalam penelitian ada dua yaitu informan utama yaitu pelaku usaha *virtual item*, serta informan pendukung yaitu pelanggan yang berjumlah dua orang. Situs penelitian ini peneliti terjun langsung dalam permainan sebagai pemain dan mencari tahu informasi secara langsung dalam permainan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik penentuan harga jual *virtual item* yang terjadi memiliki beberapa kesamaan konsep dengan teori yaitu dalam perhitungan harga pokok produksi. Namun, yang membedakan yaitu adanya rasa pertemanan dalam penentuan harga yang tidak tercover dalam akuntansi biaya maupun akuntansi manajemen.

Setelah mengeksplorasi secara mendalam, maka rasa pertemanan ini terwujud dalam bentuk harga jual yang tidak dinaikan. Bentuk lain dari rasa pertemanan ini adalah adanya potongan harga bagi teman *party* atau guild yang menjadi pembelinya.

Kata Kunci: *Harga Jual, Fenomenologi*

ABSTRACT

Andi Wibowo, A Price For *Vitual item* In *Avabel online* : Discovered Other *Point* With Phenomenology Studies. Under guidance DR. Bambang Haryadi SE., MSi.,Ak.,CA

This research seeks to uncover the practice of selling *vitual item*. This research using qualitative methods in the process of discovery the answer, and also phenomenology approach in the procces of analysis the extending about awareness of “Aku”. The approach is chose because researchers need the depth methods to reveal the reality behind phenomenon. The research is also need the informants, there are main informant is business owner, as well as supporting informants that the customer amounted to 2 people. In this research, the researcher going through the *game* directly as a player and find out about the information. The result of this research show us that price of the *vitual item* have a similiar concept with the theory on main price. However, what make this different is frindship factor in counting price which not covered on cost of accountant and management.

After exploring deeply, this friendship will be happened in transaction when the price is not increase.another thing from this friendship is a discount for *party-mates/squad* or the guild wich be the buyer.

Keywords: *Selling Price, Phenomenology*