

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan dapat dikatakan sebagai sesuatu yang digunakan untuk mempertahankan hidup yang dapat memperoleh kesejahteraan dan kenyamanan, sedangkan suatu keinginan sebagai suatu tambahan atas kebutuhan yang diharapkan dapat terpenuhi, apabila tidak terpenuhi tidak akan merugikan atau mengurangi suatu kesejahteraan dalam hidup. Tindakan ekonomi rasional merupakan suatu tindakan manusia yang dilandasi atas dasar pilihan yang paling baik dan menguntungkan (Muna, 2017).

Setiap keputusan akan membuat pilihan terakhir, dapat berupa tindakan opini. Semua bermula ketika kita perlu untuk melakukan sesuatu tetapi tidak tahu apa yang akan dilakukan. Untuk itu keputusan dapat dirasakan rasional atau irasional dan dapat berdasarkan asumsi kuat atau asumsi lemah. Keputusan adalah suatu ketetapan yang diambil oleh orang yang berwenang berdasarkan kewenangan yang ada padanya. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintrogasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya. Orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa pilihan yang ada. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan atau lebih misalnya antara membeli atau tidak membeli kemudian ia memilih untuk membeli, maka ia ada dalam posisi membuat keputusan (SUPRAPTI, 2019).

Rasional juga berarti kemampuan dan kemauan manusia bersikap dan bertindak dengan menggunakan akal sehat dalam menentukan sebuah pilihan.

Dalam rasionalitas terdapat kemampuan untuk berfikir baik dan berlatih mengambil keputusan yang tepat. Manusia memiliki beberapa kendala, tetapi dengan menggunakan akal sehat manusia akan dapat mengatasi kendala tersebut dan dengan akal sehat manusia dapat membedakan kebutuhan apa yang harus didahulukan dan apa yang harus ditunda. Berdasarkan logika dan akal sehat, secara sederhana pertimbangan konsumen dalam membeli dapat dikategorikan dalam pertimbangan rasional dan pertimbangan tidak rasional (irasional).

Ilmu ekonomi mendeskripsikan perilaku rasional dalam neo-classical *maximization* atau teori pilihan rasional (Redmond, 2004). Menurut teori ini, manusia digambarkan sebagai makhluk yang sepenuhnya berperilaku dan memilih secara rasional, yang mengedepankan *self interest* dan karakteristik untuk memaksimalkan kepuasan (Kyriacou, 2005; Graffland, 2007; dan Landa dan Wang, 2001). Tindakan ekonomi rasional merupakan setiap tindakan manusia yang dilandasi atas dasar pilihan yang paling baik dan menguntungkan. Rasional juga berarti kemampuan dan kemauan manusia bersikap dan bertindak dengan menggunakan akal sehat dalam menentukan sebuah pilihan. Rasionalitas ekonomi merupakan prinsip-prinsip ekonomi dimana seseorang akan berfikir secara rasional apakah hal yang ia lakukan tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi yang sebenarnya.

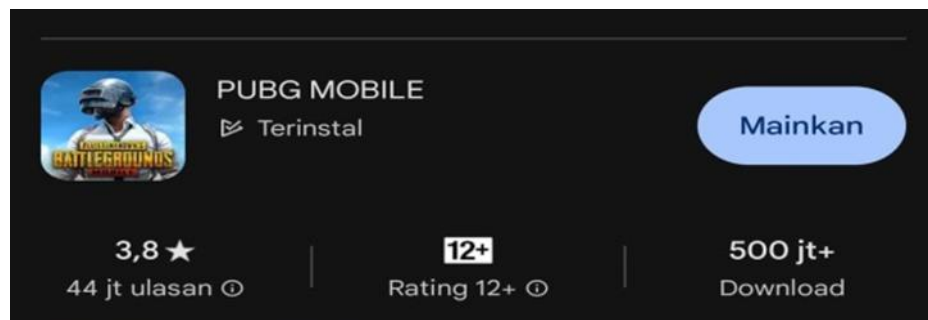
Pertimbangan rasional dilandasi oleh pemikiran yang rasional, mengandung berbagai unsur seperti sesuai kebutuhan, ekonomis, efisien, manfaat yang optimal, serta harga yang pantas. Akal sehat seseorang dapat dilatih dengan menggunakan pendidikan formal, non formal maupun informal. Pendidikan formal ialah jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang dari

tingkat pendidikan dasar hingga perguruan tinggi. Pendidikan non formal yaitu sebagai jalur pendidikan diluar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang. Sedangkan pendidikan informal ialah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan yang berbentuk kegiatan belajar secara mandiri (otodidak). Rasionalitas ekonomi seseorang terbentuk melalui proses belajar yang panjang yang merupakan proses internalisasi dari lingkungan belajarnya. Lingkungan belajar merupakan tempat berlangsungnya kegiatan belajar yang memberi dampak terhadap keberlangsungan proses belajar tersebut (SUPRAPTI, 2019).

Globalisasi pada era digital ini membuat segala akses informasi serta hiburan dapat dengan mudah masuk di segala penjuru dunia. Perkembangan di bidang komunikasi sangat cepat dan canggih, segala sesuatu dengan mudah didapatkan. Misalnya saja alat komunikasi handphone yang dengan mudah didapat dengan kualitas terjamin, dan dengan harga yang sangat terjangkau. Teknologi dan informasi di Indonesia semakin berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Penggunaan media internet lambat laun perkembangannya semakin meningkat. Bahkan didukung dengan adanya telpon genggam atau biasanya disebut *hand phone* (HP).

Game Online merupakan jenis *game* yang cara mengaksesnya menggunakan jaringan Internet dan melibatkan banyak pemain sekaligus berinteraksi antara pemain satu dengan yang lainnya dalam waktu yang bersamaan. *Game Online* merupakan jenis jejaring sosial yang banyak diminati mulai dari anak-anak, remaja bahkan sampai orang dewasa. *Game Online* bisa membuat para pemainnya lupa waktu, hal itu terjadi disebabkan rata-rata pemainnya melakukan aktivitasnya secara berlebihan karena para pemain *game*

(*gamer*) menyatakan bahwa *game online* permainanannya sangat menyenangkan dan bisa menghilangkan kejenuhan. Permainan *game online* sekarang ini tidak hanya bisa dinikmati oleh masyarakat perkotaan saja, tetapi masyarakat di pedesaan bisa mengakses *game online* ini karena permainan ini bisa dimainkan menggunakan *hand phone*.



Gambar 1.1: Jumlah Unduhan PUBG Mobile Global
Sumber: Google Playstore

Dengan lebih dari 100 juta pemain di Tanah Air saat ini Bahkan, *PUBG Mobile* yang merupakan salah satu top *mobile game* di Indonesia dan pasar global, *game* ini menjadi salah satu cabang olahraga (*e-sports*) yang dipertandingkan di *SEA Games 2021* hingga sekarang (Oliver ye, 2019). Untuk sekarang ini, *PUBG Mobile* telah menjalankan turnamen bergengsi untuk skala Perguruan Tinggi. Turnamen tersebut dinamakan *PUBG MOBILE Campus Championship (PMCC)*. Ini adalah turnamen yang dikhususkan untuk mahasiswa dan mahasiswi di semua Perguruan Tinggi yang ada di Indonesia.



Gambar 1.2: Pamflet PMCC 2023
Sumber: PMCC 2023

Hal ini merupakan salah satu penyebab mengapa maraknya *gamer* PUBG di kalangan Mahasiswa. Dengan jumlah peserta sebanyak itu, mereka akan memperebutkan total hadiah sebesar Rp150 juta serta tiket menuju *PUBG MOBILE National Championship (PMNC)*. Selain itu, bergulirnya PMCC 2023 juga didukung oleh sejumlah pihak. *Level Infinite* selaku penyelenggaraan turnamen mendapat dukungan dari Lapakgaming, Infinix XClub, dan PLN Mobile (PMCC, 2023).

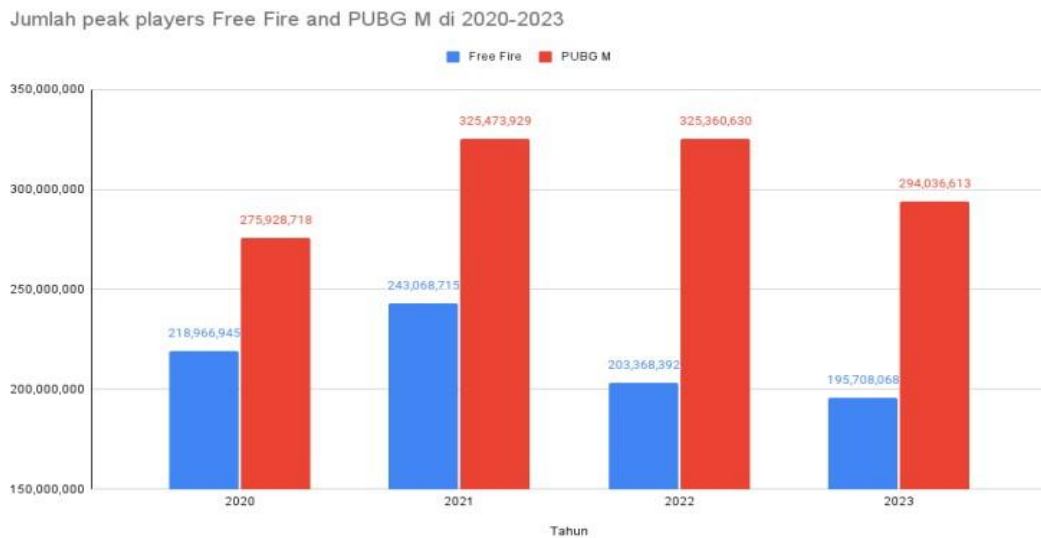
Tabel 1.1 Tren *peak players* untuk PUBG Mobile di 2020-2023.

PUBG M	Peak Monthly Active Users
Peak 2023 (August)	294,036,613
Peak 2022 (January)	325,360,630
Peak 2021 (May)	325,473,929
Peak 2020 (January)	275,928,718

Sumber: *Active Player*, 2023

Jumlah *peak players* dari PUBG Mobile pada 2020 mencapai 275,9 juta orang. Di 2021, jumlah *peak players* naik 18%, menjadi 325,5 juta orang. Dalam satu tahun ke depan, pada 2022 jumlah pemain PUBG Mobile cenderung

stagnan. Namun, di 2023, PUBG Mobile kehilangan sekitar 31,4 juta pemain. Per Agustus 2023, jumlah *peak players* dari PUBG Mobile hanyalah 294 juta orang.



Gambar 1.3: Diagram jumlah *peak palyer* FF dan PUBG tahun 2020-2023
Sumber: *Active Player*, 2023

Berdasarkan data dari *Active Player*, pada puncaknya, jumlah pemain dari *Free Fire* di 2020 mencapai 219 juta orang. Angka itu naik menjadi 243,1 juta orang pada 2021. Namun, pada 2022, jumlah *peak players* dari *Free Fire* mengalami penurunan sekitar 16%, menjadi 203,4 juta orang. Tren turun ini masih berlanjut hingga 2023. Di Agustus 2023, jumlah *peak players* dari *Free Fire* hanya mencapai 195 juta orang. Ini menunjukkan jika *PUBG Mobile* tetap menjadi primadona *gamer mobile battle ground* di Indonesia meskipun terjadi fluktuasi jumlah pengguna di tiap tahunnya, hal ini yang membuat peneliti menjadi tertarik untuk meneliti Mahasiswa *player PUBG mobile*.

Dalam berbagai jenis *game* sekarang ini, terutama yang ada di *platform mobile*, hampir selalu ditemukan model transaksi. Seringkali sebuah *game* menjual sebuah barang tertentu yang hanya bisa dibeli menggunakan uang

nyata. Misalnya saja dalam *game Player Unknown Battleground (PUBG) Mobile* dimana pengguna harus membayarkan sejumlah uang untuk mendapatkan barang-barang yang sifatnya hanya kosmetik (tidak terlalu mempengaruhi permainan). Dalam bermain PUBG terdapat sebuah UC sebagai mata uang atau alat pembayaran yang hanya bisa didapatkan dengan cara menukar uang asli dan itu tidak murah. Berikut daftar Harga UC PUBG Terbaru November 2020:

Tabel 1.2 Harga UC Via Bank

Jumlah UC PUBG Yang di Dapat	Harga Via Bank (Rp)
50	20.000
125	35.000
250	60.000
500	115.000
1250	270.000
2500	520.000

Sumber: *Tencent Games* (data diolah)

Tabel 1.3 Harga UC Via Pulsa

Jumlah UC PUBG Yang di Dapat	Harga Via Pulsa
50	30.000
125	45.000
250	70.000
500	125.000
1250	280.000
2500	530.000

Sumber: *Tencent Games* (data diolah)

*Harga dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan nilai kurs Dollar yang berlaku.

Perilaku masyarakat membelanjakan sebagian dari pendapatan untuk membeli sesuatu disebut pengeluaran konsumsi. Konsumsi merupakan fungsi dari pendapatan siap pakai (*disposable income*). Dengan kata lain, fungsi konsumsi menunjukkan hubungan antara tingkat pengeluaran konsumsi dengan tingkat pendapatan yang siap dibelanjakan (Prasetyo, 2011). Menurut (Soeharno 2007) konsumsi adalah kegiatan memanfaatkan barang-barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup. Barang-barang yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup ini tergantung dari pendapatan yang diperoleh.

Di dalam Setiap season baru atau bahkan setiap minggu pasti terdapat update skin serta event baru dan pasti membutuhkan UC untuk mendapatkannya. Untuk event update sesoan atau mingguan seperti ini biasanya memerlukan UC yang cukup banyak karena kita harus meng-Gacha UC dengan tanpa terbatas hingga item yang di inginkan di dapatkan. Namun yang lebih di utamakan oleh *user PUBG* biasanya adalah update *Royale Pass (RP)* karena *cost* yang diperlukan lebih pasti dan jelas serta *item* yang di dapatkan juga lebih beragam, *update season* baru hadir setiap kurang lebih 2 bulan sekali. Selain karena nama *game* ini yang sudah besar di dunia, *game* ini juga memiliki kualitas serta kompetisi yang baik. dan hal ini juga membuat *PUBG* mulai *familiar* di masyarakat Indonesia. Indonesia sebagai negara yang besar menarik bagi *developer PUBG* untuk mengembangkan *gamenya* di negara ini.

Melalui beragam kerjasama dengan personal maupun kelompok dan bahkan perusahaan. Berbagai kompetisi sebagai tujuan akhir bermain *PUBG* telah di buat tencent di Indonesia untuk mengakomodasi penggunaanya seperti PMCO, PINC, dan hingga yang hanya di khsuskan untuk mahasiswa yaitu PMCC. PMCC Sebagai kompetisi yang sangat bergengsi bagi mahasiswa karena di sini berbagai kampus dari seluruh Indonesia dapat bertemu. Dan hal inilah yang kemudian membuat *player PUBG* di UTM mulai bermunculan. Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura memiliki latar belakang kondisi ekonomi yang sangat beragam, khususnya para *gamer PUBG*. Lalu bagaimanakah cara mereka dalam merasionalkan konsusmsinya, manakah yang lebih menjadi prioritas anantara kebutuhan kuliah atau justru kosmetik *gamenya*?. Hal ini akan menjadi begitu kompleks dan unik untuk diteliti, mengingat hal ini cukup jarang diangkat sebagai karya tulis. Berdasarkan gejala-gejala diatas, maka peneliti

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Rasionalitas Ekonomi Para Gamers PUBG Mobile”**: Studi Etnometodologi Pada Komunitas Mahasiswa Gamers PUBG Mobile Di Universitas Trunojoyo Madura.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Fokus Masalah

Peneliti memfokuskan permasalahan penelitian ini pada Rasionalitas Ekonomi Para Gamers PUBG Mobile: Studi Etnometodologi Pada Komunitas Mahasiswa Gamers PUBG Mobile Di Universitas Trunojoyo Madura.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan judul penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana Rasionalitas Ekonomi Para Gamers PUBG Mobile: Studi Etnometodologi Pada Komunitas Mahasiswa Gamers PUBG Mobile Di Universitas Trunojoyo Madura.

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk;

1. Mengetahui Rasionalitas Ekonomi Para Gamers PUBG Mobile: Studi etnometodologi Pada Komunitas Mahasiswa Gamers PUBG Mobile Di Universitas Trunojoyo Madura
2. Menganalisis Rasionalitas Ekonomi para gamer PUBG Mobile: Studi etnometodologi Pada Komunitas Mahasiswa Gamers PUBG Mobile Di Universitas Trunojoyo Madura.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik kepada Mahasiswa, Dosen, Kampus, peneliti lain maupun kepada peneliti sendiri.

1.4.1 Manfaat Teoritis

- 1) Memberikan informasi mengenai dinamika ekonomi mahasiswa *gamers* yang terdapat di Universitas Trunojoyo Madura.
- 2) Dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi Universitas Negeri Trunojoyo Madura

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah koleksi bacaan dan informasi sehingga dapat digunakan sebagai sarana dalam menambah pengetahuan yang terkait dengan rasionalitas ekonomi para *gamers*.

- 2) Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan menambah wawasan tentang peran PUBG dalam perekonomian mahasiswa.

- 3) Bagi masyarakat

Memberikan tambahan informasi bagi masyarakat yang dapat bernilai edukatif.

- 4) Bagi peneliti

- a) Penelitian ini dilaksanakan untuk menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar sarjana (S1) pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Trunojoyo Madura.

- b) Menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti untuk mengaplikasikan ilmu dari bangku kuliah ke masyarakat.