

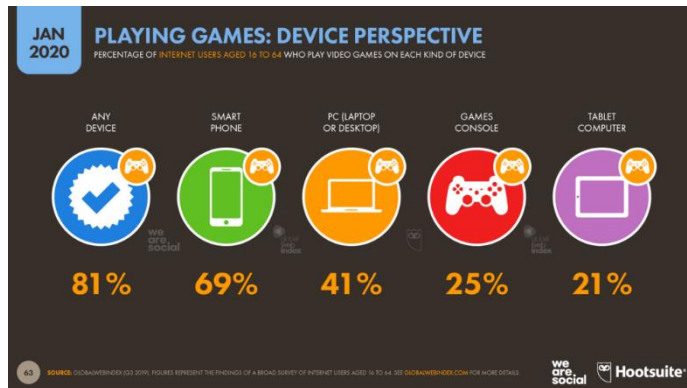
1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini dunia *Games* sudah jauh lebih berkembang. Beberapa dekade yang lalu, *Games* hanya dibuat untuk tujuan hiburan (Astuti & Khairina, 2014), tetapi belakangan ini *Games* dapat juga digunakan untuk menghasilkan uang atau membiayai kehidupan. Hal tersebut didukung oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih mulai dari jaringan internet, alat yang digunakan, hingga fitur *Games* itu sendiri (Thee, 2018). *Games* adalah sesuatu yang dapat dimainkan dengan aturan tertentu sehingga ada yang menang dan ada yang kalah, biasanya dalam konteks tidak serius atau dengan tujuan *refreshing*. Secara garis besar, *Games* dibagi menjadi 2 yaitu *Games offline* dan *online* (Kevin, 2017). *Games online* adalah permainan yang berbasis elektronik dan visual yang dimainkan dengan memanfaatkan media visual elektronik (Salim, 2016).

Salah satu *Games* yang dapat digunakan untuk mendapatkan penghasilan adalah *Games Esports* yang merupakan singkatan dari *Electronic Sports* yaitu olahraga yang menggunakan media elektronik sebagai sarana pendukungnya seperti komputer dan *smartphone* (Coates & Parshakov, 2017). Olahraga tersebut dikemas dan digabungkan dengan sebuah *Games* yang berjenis *multiplayer* atau yang biasa dimainkan bersama sama, dengan kapasitas 2 atau lebih *Players* serta bersifat kompetitif. Bányai, Griffiths, Király, & Demetrovics (2019) menjelaskan bahwa *Esports* adalah terobosan baru dalam budaya *Games*, dan mulai menjadi salah satu bagian paling penting serta sangat populer dalam komunitas video *Games*. Menurut Fadilla, Alfia Nurul (2018) terdapat 6 jenis genre *Esports* yang sering diperlombakan antara lain, *Fighting*, *First-Person Shooter (FPS)*, *MultiPlayer Online Battle Arena (MOBA)*, *Real-Time Strategy (RTS)*, *Sports Games*, dan *Racing*.

Dalam *Esports Players* digolongkan menjadi 2, yaitu *Pro Players* dan *Players* biasa. *Pro Players* atau *Professional Players* tidak hanya bermain *Games* untuk bersenang- senang tapi juga menjadikan *Esports* sebagai profesi. Coates & Parshakov (2017) mengatakan bahwa *Professional Players* merupakan *Players* yang memiliki *skill* bermain diatas rata- rata, terkenal, menarik banyak penonton sebagai *Streamer* atau penggemar pribadinya serta memiliki nilai diri atau merek yang berharga sampai- sampai mengundang investor untuk mendukungnya menjadi *Professional Players*. *Players* biasa adalah pemain *Games* yang menghabiskan uang, waktu, tenaga hanya untuk bersenang- senang tanpa adanya tendensi menjadikan *Games* sebagai profesi (bisa menghasilkan pendapatan).



Gambar 1. 1 *Playing Games device perspective*

Sumber: kemp (2020). *Playing Games device perspective*.

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh Datareportal pada tahun 2020 menunjukkan bahwa sekitar 80 persen pengguna internet pada rentang umur 16-64 tahun bermain *game* setiap bulannya. Jadi, jumlah *gamers* di dunia kurang lebih mencapai 3,5 miliar orang. Sebagian besar (69%) bermain *game* di *mobile*. Harga perangkat *mobile* yang relatif lebih terjangkau dari *PC gaming* membuat jumlah *Players mobile game* lebih banyak dari *Players PC*. Menurut App Annie (2019) pengguna *smartphone* menghabiskan US\$65 miliar untuk membeli *game* atau item dalam *Games* sepanjang 2019. Total belanja di *game* memberikan kontribusi sebesar 70 persen pada total *Spending* konsumen di perangkat *mobile* sepanjang tahun lalu.



Gambar 1. 2 Indonesian Games Market

Sumber: newzoo. (2019). *Insights into the Indonesian Games Market*

<https://newzoo.com/insights/infographics/insights-into-the-indonesian-games-market/>

Data selanjutnya menampilkan bahwa mayoritas *gamers* berbayar sebesar 94% di Indonesia - membelanjakan uang untuk item dalam *game* atau barang virtual selama enam bulan terakhir dalam tahun tersebut. *Gamers* di Indonesia menghabiskan \$ 1,1 miliar untuk bermain *game* pada tahun 2018. Hal tersebut menjadikan Indonesia salah satu pasar *game* terbesar di Asia Tenggara.

Tidak sedikit pengeluaran yang dibutuhkan untuk bermain *Esports Games Online*. Uang tersebut tidak hanya dipakai untuk membeli alat- alat pendukung seperti laptop, *mouse*, *smart phone* atau perangkat keras lainnya, tapi juga untuk membiayai profil karakter yang dimainkan sehingga dapat menjadi semakin canggih, hebat, dan tak terkalahkan. Hal seperti itu biasa disebut dengan istilah *Pay To Win* yaitu *Games* yang menjual sebuah *item*, *Players* yang membelinya bisa menjadi lebih kuat (Seanry,

2017). Selain itu ada pula pengeluaran untuk kuota, atau pengeluaran lain untuk berkumpul bersama kerabat atau teman teman agar mendapat *Free Wifi* atau untuk berlangganan *Wifi* pribadi.

Pengeluaran *Players* akan berdampak pada *Spending Habits*nya. *Spending Habits* merupakan kebiasaan mengeluarkan atau membelanjakan uang (Hendra & Rita, 2000). Tidak dapat di pungkiri juga bahwa *Spending* merupakan kegiatan yang menyenangkan. Ditambah lagi jika *Spending* yang dilakukan bertujuan untuk kepuasan seperti bermain *game*. Menurut Mitchell, (2008) *Spending* adalah sesuatu yang dinilai menyenangkan dalam mengeluarkan atau membelanjakan uang. *Spending Habits* yang tidak terkontrol akan menimbulkan tingkat konsumsi yang tinggi dan berdampak buruk terhadap pengelolaan keuangan. Anggapan ini dibuktikan dalam penelitian Lai (2010), bahwa kebiasaan konsumsi yang dilakukan remaja selama ini dapat terbawa terus menerus hingga beranjak dewasa bahkan hingga usia tua (Lai, 2010). Mengenai hal tersebut maka penting bagi setiap individu untuk memiliki pengetahuan keuangan sebelum melakukan *Spending*.

Azmi & Ramakrishnan (2018) menyatakan bahwa *spending* yang besar bila tidak diimbangi dengan pengetahuan tentang keuangan yang cukup dapat menimbulkan risiko yang cukup berbahaya bagi individu. Seiring meningkatnya pengetahuan tentang keuangan, maka individu memiliki kecenderungan untuk berperilaku sesuai pengetahuannya guna menyikapi kebiasaan berbelanja serta menghindari kemungkinan untuk terlibat dalam kesulitan keuangan seperti mampu membuat prioritas sebelum membelanjakan uangnya untuk keperluan *gaming* (Azmi & Ramakrishnan, 2018). Oleh karena itu para *Players* dituntut untuk dapat memiliki pengetahuan keuangan yang cukup agar dapat memiliki *Spending Habits* yang baik dalam bermain *Esports Games online*. Mouna & Jarboui (2015) menjelaskan bahwa kurangnya pengetahuan keuangan dapat memunculkan perilaku keuangan yang buruk. sehingga dengan demikian tercipta lah keputusan keuangan yang tidak tepat serta alokasi kekayaan tidak dapat dicapai dengan efisien.

Variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap *Spending Habits* adalah *Financial Socialization* (Danes & Dundryd, 1993). Mengutip Aristotle (1944) bahwa pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial dan dalam perjalanannya setiap individu akan menemui atau mendapatkan proses secara langsung melalui lingkungan masyarakat sekitarnya. Southerton & Halton (2014) menyatakan bahwa *Financial Socialization* adalah proses dalam memperoleh sikap, pengetahuan dan perilaku yang berkontribusi pada kesejahteraan setiap individu tertentu melalui serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan keuangan seperti pengambilan keputusan sebelum melakukan suatu pembelian suatu barang atau item tertentu yang timbul karena pengaruh orangtua, media, teman, dan instansi pendidikan. Sejalan dengan itu menurut Fajri (2012) kesempatan untuk bertemu *Players Game (Gamers)* lain adalah salah satu daya tarik

pada *game Online*. Sehingga melalui hal ini dapat diketahui bersama bahwa dalam *Games* tersebut tidak hanya terjadi kompetisi tetapi juga sosialisasi. Sosialisasi antar sesama pemain *Games* inilah yang nantinya akan berpengaruh terhadap *Spending Habits* seorang *Player*.

Selain *Financial Socialization*, *Overconfidence* juga merupakan faktor penentu terjadinya *Spending Habits* (Hendra & Rita, 2018.). Tidak jarang zona nyaman ini malah mengarahkan seorang individu tersebut menjadi pribadi yang *Overconfidence*. Menurut Sina (2011) *Overconfidence* adalah kepercayaan diri yang berlebihan bahwa informasi yang diperoleh mampu dimanfaatkan dengan baik karena memiliki kemampuan analisis yang akurat dan tepat, namun hal ini sebenarnya merupakan suatu ilusi pengetahuan dan kemampuan dikarenakan adanya beberapa alasan seperti pengalaman yang kurang dan keterbatasan keahlian dalam interpretasi informasi. Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa seseorang yang *Overconfidence* akan memiliki kepercayaan diri yang berlebihan sehingga mudah terjebak dalam sebuah ilusi kemampuan dan dapat berdampak pada *Spending Habits* yang buruk. Dalam dunia *Games Online* sendiri seorang *Player* yang *Overconfidence* memiliki kecenderungan untuk menggunakan uangnya guna membeli item- item dalam *Games* atau melakukan pengeluaran yang tidak berdasar serta tidak menunjang kebutuhannya.

Berdasarkan presurvey yang dilakukan oleh peneliti terhadap 11 orang mahasiswa, didapati kesimpulan bahwa semua responden memainkan *Esports mobile Games*. Hasil menunjukkan bahwa 36,4%nya memainkan *Games* bergenre MOBA. *Games* tersebut adalah *mobile legend*, sedangkan 45,5% memainkan *Games* bergenre Action/adventure seperti PUBG dan *Free Fire*. Sisanya merupakan peminat dari *Games* strategi yaitu sebesar 9,1% dan lain- lain. Presurvey ini juga dibuat peneliti guna mengetahui waktu bermain responden tersebut dalam satuan hari. Didapati bahwa 72,8% dari responden menghabiskan lebih dari 2 jam sehari untuk bermain *Games Online*. Dimana rinciannya meliputi 27,3% menjawab 2 jam - 4 jam sehari, 36,4% menjawab 4 jam - 6 jam sehari, 9,1% lebih dari 6 jam sehari, sedangkan 27,3% sisanya menjawab kurang dari 2 jam sehari. Lama bermain ini tentunya sangat berpengaruh terhadap pengeluaran. Presurvey ini juga menunjukkan bahwa pada dasarnya setiap orang yang bermain *Esports game mobile* memiliki kecenderungan untuk melakukan *Spending*, sekalipun beberapa individu tersebut belum memahami sepenuhnya bahwa *Spending* ini meliputi kuota, *Wifi*, pembelian items, pengeluaran dikala nongkrong bersama teman di warkop dan bermain *Esports Game Online*, hingga *hardware*. Hasilnya menunjukkan bahwa 72,7% melakukan *Spending* di bawah Rp.100,000,- sedangkan 18,2% melakukan *Spending* Rp.100,000,- sampai dengan Rp.500,000,- dan yang terakhir 9,1% bahkan melakukan *Spending* Rp.500,000,- sampai dengan Rp.1000,000,- dalam satu bulan.

Tidak hanya itu berdasarkan artikel online yang ditulis di website *Times Indonesia* (Tuansyah, 2018) menyatakan bahwa *Eports Games Online* tidak lepas dari perilaku spending yang buruk, sebagai contoh artikel tersebut memuat sebuah berita bahwa seorang remaja di Probolinggo, Jawa Timur harus berurusan dengan kepolisian dikarenakan telah mencuri uang sebesar Rp, 1.700.000,- untuk memenuhi keinginannya bermain *games online*, di warnet dekat rumahnya dan membeli *item* dalam permainan tersebut.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Azmi & Ramakrishnan (2018) dan Wohn & Freeman, (2020) yang mana hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa pengetahuan keuangan yang baik berpengaruh signifikan dalam mengurangi beban keuangan akibat *Spending Habits* yang tidak terkontrol. Perbedaan penelitian ini dengan kedua penelitian acuan adalah penelitian ini dilakukan terhadap *Players Esports Games Online* di Surabaya khususnya yang masih berstatus sebagai mahasiswa. Selama ini penelitian tentang *Spending Habits* di kalangan *gamers* masih belum ada, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti terhadap pihak- pihak yang terkait dan pengembangan ilmu pengetahuan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Apakah *Financial Knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *Spending Habits* Mahasiswa Surabaya Dalam Bermain *Esports Games Online*?
2. Apakah *Financial Socialization* berpengaruh signifikan terhadap *Spending Habits* Mahasiswa Surabaya Dalam Bermain *Esports Games Online*?
3. Apakah *Overconfidence* berpengaruh signifikan terhadap *Spending Habits* Mahasiswa Surabaya Dalam Bermain *Esports Games Online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh dari *Financial Knowledge* terhadap *Spending Habits* Mahasiswa Surabaya Dalam Bermain *Esports Games Online*.
2. Menganalisis pengaruh dari *Financial Socialization* terhadap *Spending Habits* Mahasiswa Surabaya Dalam Bermain *Esports Games Online*.
3. Menganalisis pengaruh dari *Overconfidence* terhadap *Spending Habits* Mahasiswa Surabaya Dalam Bermain *Esports Games Online*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak perbankan di Indonesia

Penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang besarnya *Spending* dan bagaimana para *Player* membelanjakan uangnya di dalam game. Sehingga pihak perbankan dapat mengambil keputusan untuk menjadi pihak yang menyediakan fasilitas transaksi sehingga *Players* dapat lebih dimudahkan dan diuntungkan.

2. Bagi *Pro Players* dan *Players* biasa

Penelitian ini dapat memberikan gambaran dan membantu dalam memberikan pertimbangan terkait faktor atau variabel apa saja yang memberikan pengaruh besar bagi perilaku *Spending* para *Players* sehingga penelitian ini dapat dikatakan sangat bermanfaat dan berguna.