

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak yang signifikan terhadap seluruh aspek kehidupan. Internet menjadi poin utama yang menjadi alasan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi menjadi lebih progresif dan kemudahan dalam penggunaan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi juga menyebabkan perubahan gaya hidup pada masyarakat. Segala kebutuhan dan keinginan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup, mencari informasi, bertukar pesan melalui sosial media, rekreasi dan jual beli semakin dipermudah oleh adanya teknologi yang memadai. Selain itu, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi juga menjadi mekanisme yang kuat dan bisa memfasilitasi penyempurnaan dan pengolahan transaksi bisnis.

Perkembangan *game* yang dahulu hanya dapat dimainkan secara *offline*, dengan adanya *game* internet dapat dimainkan secara *online* tanpa ada lagi keterbatasan waktu dan tempat. *Game online* saat ini telah berkembang sedemikian rupa seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi itu sendiri. Industri *online games* berubah menjadi jenis bisnis hiburan yang sangat menjanjikan.¹ Berawal dari penjualan *game time*, hingga menjadi transaksi *virtual property* dengan mata uang asli, *virtual property* menjadi satu bagian penting dari kemampuan untuk menghasilkan kekayaan di industri *game online*. Menurut Wu Hong dan Peng Hue yang dikutip oleh Meng Wang, produk virtual adalah konten jaringan yang dapat ditransmisikan dan didistribusikan melalui internet, seperti *online game*, produk dan layanan digital dimana esensinya adalah program komputer atau kode. Hal ini mengacu pada apa yang disebut komoditas tanpa

¹ Choirul Fajri, "Tantangan Industri kreatif-*Game online* di Indonesia," Jurnal Ilmu Komunikasi, no. 5 (2012): 444.

entitas objektif tetapi mampu memenuhi permintaan konsumen.²

Industri *game* nasional bertumbuh seiring dengan perkembangan dan peningkatan pengguna sehingga jumlah permintaan konsumen *game online* meningkat secara signifikan. Bahkan dapat dikatakan industri *game* mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dalam riset laporan *Global Consumer Survey* disebutkan, pertumbuhan pendapatan industri *game* Indonesia mencapai 10,8 persen per tahun dan diperkirakan menembus US\$ 2,14 miliar pada 2025. Faktor utama yang mendorong pencapaian ini adalah pertumbuhan jumlah pengguna yang mencapai 54 juta orang pada 2020 menjadi 75 juta orang pada 2025. Berdasarkan wawancara koran Tempo dengan Syaifullah, Direktur Industri Kreatif, Film, Televisi dan Animasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pengembang aplikasi dan *game* mampu menyumbang 1,93 persen dari produk domestik bruto sektor ekonomi kreatif Indonesia, dengan valuasi Rp 19,1 triliun dan dapat menyerap sebanyak 44.733 tenaga kerja.³

Pendapatan utama industri *game online* berasal dari transaksi *game developer*⁴ dengan *users* antara lain pembelian pemain dari *game*, item virtual dan pendapatan produk perifer⁵. Pendapatan item virtual adalah sumber yang krusial dari industri *online game*. Transaksi *virtual property* dalam jual beli aplikasi *game* antara *user to user* baik secara langsung maupun melalui *platform* khusus menjadi suatu lingkungan baru bisnis online yang *profitable*. *User to*

² Meng Wang, "Online Games Virtual Product-Transaction And Value," Atlantis Press: *International Conference On Management And Social Science*, vol. 236 (2018): 341-342.

³ "Arena Bermain Rp 20 Triliun," Koran Tempo, 1 Januari, (2021), diakses pada 10 Januari, 2021, [http://Arena Bermain Rp 20 Triliun - Ekonomi dan Bisnis - koran.tempo.co](http://Arena%20Bermain%20Triliun%20-%20Ekonomi%20dan%20Bisnis%20-%20koran.tempo.co).

⁴ Pihak atau organisasi yang menciptakan dan mengembangkan permainan daring.

⁵ Produk perifer⁵ adalah perangkat keras tambahan untuk memasukkan dan mengeluarkan informasi dari perangkat, baik perangkat gadget ataupun komputer. Contoh produk perifer⁵ adalah *mouse*, *keyboard*, *webcam*, mikrofon, proyektor, *printer*, *speaker*, *headphones*, *flash disk* dan lain-lain.

user secara langsung dapat melakukan transaksi jasa joki akun *game* untuk menaikkan level *game* menuju maksimal dengan *win rate* yang tinggi atau bahkan jual beli akun *game online*. Sedangkan melalui *platform* khusus yaitu transaksi *virtual property online game* melalui platform *marketplace online game* seperti Itemku, G2G dan Steam atau melalui *marketplace* besar seperti Tokopedia dan Shopee bahkan dapat juga melalui komunitas. Dengan adanya wadah tersebut, *virtual product online games* telah menjadi lebih jelas dan bernilai.⁶

Transaksi produk *virtual online game* menjadi peluang besar bagi setiap pengguna *online game*. Salah satu *gamers* yang berhasil meraup keuntungan hingga puluhan juta rupiah per tahun melalui jual beli produk *virtual online games* adalah Putra Ibrahimov Pare atau biasa dikenal dengan Pare (22) pemilik Pare Media. Pare Media adalah salah satu dari sekian banyaknya bisnis *virtual property online games* yang berlokasi di Blitar, Jawa Timur. Pare Media menawarkan produk *virtual* berupa joki akun *game*, akun PlayerUnknown's Battleground (PUBG) Mobile dan Mobile Legend, akun Youtube, bahkan akun Instagram dengan jaminan garansi. Harga-harga produk di Pare Media pun beragam terutama produk akun *game online*, harga setiap jenis akun dapat berbeda sesuai dengan spesifikasinya. Semakin bagus level pada akun *game* tersebut maka semakin mahal pula harganya. Pare Media menjual produk-produknya melalui *marketplace* Itemku dan G2G serta WhatsApp.

Transaksi produk *virtual game online* termasuk ke dalam jenis transaksi elektronik. Julian Ding mendefinisikan *e-commerce* merupakan suatu transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain. Masing-masing pelaku dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak. Transaksi komersial ini berlangsung di dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan

⁶ Meng Wang, "Online Games Virtual Product-Transaction And Value, 340.

pertemuan antar kedua belah pihak.⁷ Keuntungan melakukan transaksi elektronik bagi konsumen adalah mudah dilakukan kapanpun dan dimanapun, konsumen memiliki pilihan yang sangat luas serta dapat membandingkan produk atau jasa yang ingin dibelinya tanpa dibatasi oleh batas wilayah (*borderless*).⁸

Setiap konsumen memiliki pandangan yang berbeda-beda tentang transaksi *game online* khususnya transaksi *game online* Pare Media. Persepsi konsumen menurut Stanton yaitu dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangsangan-rangsangan) yang kita terima melalui lima indera. Stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual, komunikasi verbal yang dapat memengaruhi tanggapan individu. Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Maka dari itu, persepsi memiliki sifat subjektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Namun, satu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi adalah bahwa persepsi secara substansial bisa sangat berbeda dengan realitas.⁹

Masalah yang dihadapi Pare Media saat ini yaitu stigma negatif dari masyarakat sekitar kota Blitar yang menganggap *game online* tidak memiliki manfaat apapun dan hanya membuat seseorang menjadi malas dan kecanduan. Selain itu, persepsi konsumen terhadap Pare Media juga menganggap bahwa akun *game online* yang dijual adalah akun *game online* ilegal yang didapatkan dari hasil peretasan (*hacking*) akun milik orang lain. Akun yang didapat dari hasil *hacking* tidak akan bertahan lama sebab sewaktu-waktu akun tersebut bisa hilang karena pemilik aslinya akan meretas kembali akun tersebut. Dapat dikatakan, transaksi akun *game online* dari hasil peretasan merupakan suatu bentuk tindakan penipuan

⁷ Abdul Halim Barkatullah, Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia, (Bandung: Penerbit Nusa Media, 2019), 15-16.

⁸ Abdul Halim Barkatullah, Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia, 37.

⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013), 64-65.

yang merugikan pihak konsumen. Persepsi ini muncul karena mereka belum pernah melakukan transaksi *game online* di Pare Media, sedangkan sistem transaksi tersebut sudah sering terjadi di pasar sehingga konsumen menerapkan persepsi yang sama terhadap Pare Media.

Penelitian yang dilakukan oleh Rina Yulius tentang perilaku pengguna dalam pembelian item virtual pada *game online* menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi minat beli item pada pengguna *game online* adalah *playfulness* dan kepercayaan terhadap penyedia layanan.¹⁰ Konsumen yang memiliki hobi bermain *game online* akan mengeluarkan waktu dan materi berapapun jumlahnya, hal ini disebabkan karena mereka menyukai dan memutuskan untuk memilih bermain *game online* sebagai sarana untuk menghilangkan penat setelah melakukan aktivitas sehari-hari. Namun, jumlah materi dan waktu yang dikeluarkan oleh konsumen tidak selalu sebanding dengan apa yang didapatkan. Kejadian-kejadian diluar kendali konsumen sewaktu-waktu dapat terjadi seperti penipuan. Transaksi elektronik yang menggunakan media informasi dan komunikasi merupakan transaksi antar penjual dan pembeli yang tidak bertemu secara *face to face*. Maka dari itu, penyelewengan kepercayaan konsumen dapat terjadi sehingga pelanggaran hak dan kewajiban konsumen oleh penjual mudah dilakukan.

Praktik transaksi *virtual property* yang dilakukan oleh konsumen dengan Pare Media merupakan transaksi yang murni atas keinginan dan kebutuhan dari konsumen secara sukarela dengan persetujuan tanpa ada paksaan dari luar. Persepsi mengenai sistem transaksi produk virtual *game online* di Pare Media antar konsumen dapat berbeda tergantung dengan stimulus yang mereka rasakan dan bagaimana mereka menginterpretasikan. Setiap individu memiliki proses persepsi yang berbeda sehingga pesan dan kesan yang disampaikan pun akan berbeda juga. Hal ini perlu

¹⁰ Rina Yulius, "Analisis Perilaku Pengguna dalam Pembelian Item Virtual Pada *Game Online*," *Journal of Animation and Games Studies*, no. 1 (2017): 12.

ditelusuri untuk mengetahui bagaimana persepsi mereka terhadap transaksi produk virtual *game online* di Pare Media.

Di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam, penjualan akun *game online* yang juga dilakukan secara *online* tersebut menimbulkan persoalan dikalangan umat Islam diantaranya tidak adanya kepastian hukum Islam yang mengatur tentang jual beli *game online*, transaksi dalam proses jual beli *game online*, dan halal atau tidaknya jual beli *game online* ini membuat masyarakat mengalami keraguan untuk melakukan bisnis tersebut serta keraguan tentang keabsahannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Agus Rohmat Hidayat yang berkaitan dengan fenomena jual beli akun *game online* memberikan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa transaksi akun *game online* Mobile Legends: Bang Bang tidak jauh beda dengan transaksi elektronik lainnya yang tidak bertatap muka. Mekanisme transaksi tersebut berdasarkan tinjauan fiqih muamalah menggunakan akad *bay' al-salam*. Maka dari itu, transaksi akan menjadi baik jika transaksi dilakukan oleh kedua belah pihak dengan prinsip sukarela dan tidak ada unsur paksaan. Kalau tidak, maka transaksi tersebut akan berakibat tidak sah atau batal.¹¹

Transaksi *bay' al-salam* sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW dan berlangsung secara dinamis menyesuaikan perkembangan zaman sampai sekarang.¹² Penelitian yang dilakukan oleh Uswah Hasanah menjelaskan bahwa hukum Islam yang menjelaskan tentang *bay' al-salam* pada zaman Nabi Muhammad SAW, dapat relevan dengan situasi zaman sekarang. Yaitu bentuk transaksi modern yang berlaku saat ini dengan menggunakan kartu ATM ataupun kartu kredit yang sistem pembayarannya tidak dilakukan secara langsung pada saat jual beli menurut perspektif

¹¹ Agus Rohmat Hidayat, "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli *Online Account Game Mobile Legends: Bang Bang* dalam Tinjauan Fiqih Muamalah," *Journal Syntax Admiration*, no. 1 (2020): 21.

¹² Uswah Hasanah, "*Bay' Al Salam* dan *Bay' Al-Istisna*," *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, no. 1 (2018): 163.

ekonomi Islam.¹³ *Bay' al-salam* menurut penjelasan Sayyid Sabiq adalah penjualan sesuatu dengan kriteria tertentu yang masih berada dalam tanggungan dengan pembayaran yang disegerakan oleh.¹⁴ *Bay' al-salam* memiliki kriteria khusus bila dibandingkan dengan jenis jual beli lainnya, diantaranya: (1) Pembayaran dilakukan didepan (kontan di tempat akad), oleh karena itu jual beli ini dinamakan juga *as-salaf*. (2) Serah terima barang ditunda sampai waktu yang telah ditentukan dalam majlis akad. Menurut Syafi'i, Hanafi, dan Maliki dibolehkan barang yang dijual secara *salam* diberikan segera atau ditangguhkan. Sedangkan pendapat Hambali tidak dibolehkan penyerahan barang dengan segera, dan tentu saja harus ada penangguhan, meskipun beberapa hari.¹⁵ Dengan demikian, dapat dipahami bahwa *bay' al-salam* pada transaksi produk virtual *game online* adalah menjual suatu produk akun *game online* yang ciri-cirinya dijelaskan di awal, penyerahannya ditunda, dengan pembayaran lebih awal, sedangkan barangnya diserahkan pada waktu yang telah ditentukan sesuai dengan perjanjian antar kedua belah pihak.

Bay' al-salam memiliki syarat dan rukun yang harus terpenuhi, jika tidak maka transaksi yang dilakukan antar kedua belah pihak dinyatakan tidak sah menurut ekonomi Islam. Untuk memahami konsep *bay' al-salam* di dalam Pare Media, penulis perlu menelusuri bagaimana sistem transaksinya berajalan. Dengan demikian dapat dianalisis apakah sistem tersebut sejalan dengan ekonomi Islam khususnya syarat dan rukun *bay' al-salam* atau tidak. Berdasarkan penjelasan dan fenomena diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PERSEPSI GAMERS TENTANG TRANSAKSI VIRTUAL PROPERTY ONLINE GAMES DI PARE MEDIA SHOP”**.

¹³ Uswah Hasanah, “*Bay' Al Salam dan Bay' Al-Istisna*,” 172-173.

¹⁴ Uswah Hasanah, “*Bay' Al Salam dan Bay' Al-Istisna*,” 164-165.

¹⁵ Trisna Taufik Darmawansyah dan Miko Polindi, “Akad *As-Salam* dalam Sistem Jual Beli *Online*”, Jurnal *Aghniya*, no. 1 (2020): 24.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini sesuai dengan fenomena masalah yang terjadi di lapangan yaitu mengenai bagaimana persepsi *gamers* dalam melakukan transaksi *virtual property online game* di Pare Media *Shop* serta tinjauan akad *salam* dalam transaksi tersebut berdasarkan ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem operasional transaksi *virtual property game online* di Pare Media?
2. Bagaimana persepsi *gamers* tentang transaksi *virtual property game online* di Pare Media?
3. Bagaimana kedudukan hukum transaksi *virtual property game online* di Pare Media dalam perspektif ekonomi Islam?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran umum sistem operasional transaksi *virtual property game online* yang digunakan oleh Pare Media.
2. Untuk menganalisis persepsi *gamers* yang melakukan transaksi *virtual property game online* di Pare Media.
3. Untuk menganalisis kedudukan hukum transaksi *virtual property game online* di Pare Media dalam perspektif ekonomi Islam.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pemikiran kepada akademisi, pengamat ekonomi, pemilik Pare Media, *gamers* dan masyarakat umum khususnya di wilayah Blitar tentang bagaimana sistem transaksi yang berjalan di Pare Media dan persepsi *gamers* dalam melakukan transaksi *virtual property game online* di Pare Media.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, mampu mendapatkan pengetahuan baru tentang *game online* serta pengalaman langsung dalam penerapan teori yang berhubungan dengan persepsi *gamers* dalam melakukan transaksi *virtual property game online* khususnya di Pare Media serta kedudukan hukumnya dalam ekonomi islam.
- b. Bagi pemilik Pare Media
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan, bahan evaluasi dan motivasi bagi pemilik Pare media untuk mengembangkan bisnisnya.
- c. Bagi masyarakat umum
Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan informasi bagi *gamers* mengenai profil dan sistem operasional yang digunakan oleh Pare Media. Sedangkan bagi masyarakat umum, hasil penelitian ini diharapkan juga mampu menjadi tambahan informasi bagi orang atau instansi yang ingin melakukan penelitian berikutnya dari aspek yang berbeda dengan apa yang ada dalam penelitian ini, serta sebagai tambahan sumber ilmu pengetahuan di perpustakaan IAIN Kudus.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah:

Bagian awal skripsi berisi: halaman judul, pengesahan, pernyataan tidak melakukan plagiasi, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, dan daftar lampiran.

Bab *pertama* berisi pendahuluan yang merupakan gambaran umum penelitian. Bab ini memuat latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab *kedua* berisi kajian teori. Bab ini memuat deskripsi teori, penelitian terdahulu, dan mengungkapkan kerangka pemikiran.

Bab *ketiga* merupakan metode penelitian yang digunakan oleh penulis. Terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan analisis data.

Bab *keempat* merupakan hasil penelitian yang berisi tentang deskripsi objek, hasil penelitian dan pembahasan.

Bab *kelima* merupakan bab terakhir yaitu penutup yang berisi tentang simpulan penelitian dan saran.

Bagian akhir dari skripsi ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

