

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi dan inovasi digital terus mengalami peningkatan pesat dari waktu ke waktu. Perkembangan ini membawa dampak yang cukup signifikan bagi kehidupan masyarakat modern, sangat mempermudah berbagai aktivitas sehari-hari, mulai dari proses belajar-mengajar, pekerjaan jarak jauh, hingga hiburan seperti streaming game, dan bermain game online. Saat ini, game online menjadi salah satu aktivitas favorit untuk melepas stres atau kebosanan, yang dinikmati oleh berbagai kalangan usia.

Gim online adalah jenis permainan yang terhubung melalui jaringan internet, memungkinkan pemain berinteraksi dengan orang lain di berbagai belahan dunia. Gim-Gim online ini mencakup banyak genre, seperti aksi, permainan peran (*Role Playing Game*), strategi, dan juga game-game berketerkaitan dengan olahraga. Dan pemain pemain *video game* jaman sekarang lebih mempunyai preferensi untuk memainkan game online dibanding game yang hanya bisa dimainkan sendirian, dikarenakan game online bisa dimainkan bareng-bareng teman terdekatnya dan bahkan bisa membuat teman melalui game online. Oleh karena itu banyak yang lebih suka game online.

Digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia hiburan. Salah satu bidang yang paling terpengaruh adalah industri game, khususnya Gim online. Gim online telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir, menjadi fenomena global yang tidak hanya menghibur, tetapi juga mempengaruhi budaya, ekonomi, dan interaksi sosial. Esai ini akan membahas bagaimana digitalisasi telah mengubah lanskap game online, dampaknya terhadap masyarakat, serta tantangan dan peluang yang muncul.

Sejarah game online bermula dari sumber yang tak terduga: sebuah sistem pendidikan yang secara tak sengaja merevolusi dunia game multipemain. Di Universitas Illinois, sebuah sistem bernama *PLATO (Programmed Logic for Automatic Teaching Operations)* dikembangkan sebagai alat bantu pendidikan. Namun, *PLATO* segera menjadi lebih dari sekadar itu. Kemampuan jaringan yang dimilikinya memungkinkan pengguna untuk terhubung satu sama lain, membuka jalan bagi lahirnya asal mula game online multipemain.

*PLATO* memperkenalkan beberapa inovasi penting melalui tiga game yang menjadi pondasi bagi game multipemain *online* dan *role-playing*:

1. *Empire (1973)*: Game pertempuran luar angkasa yang memungkinkan pemain mengendalikan kapal di alam semesta bersama.

2. *Spasim (1974)*: Shooter multiplayer 3D, asal mula genre *first-person* shooter.
3. *Dungeon (1975)*: Dungeon crawler berbasis teks, salah satu game RPG pertama yang menjadi fondasi bagi pengembangan genre RPG.

Menjelang akhir 1970-an, Roy Trubshaw dan Richard Bartle mengembangkan *MUDI (1978)*, sebuah *multi-user dungeon*. Game ini memungkinkan pemain memasuki dunia virtual bersama, berinteraksi secara real-time dengan pemain lain dan lingkungan di sekitarnya. *MUDI* menjadi pelopor *MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Games)* modern, yang kelak mendominasi industri game. Melalui teks, pemain bisa membangun aliansi, menjelajahi dunia luas, dan menciptakan cerita kolaboratif—elemen inti dari game online di masa depan.

Pada 1980, era baru dalam dunia video game mulai terbentuk. Salah satu nama yang mendefinisikan masa ini adalah *Atari*. Didirikan pada tahun 1972 oleh Nolan Bushnell, Atari menjadi ikon budaya populer. Game andalannya, *Pong*, sebuah simulasi tenis meja sederhana, merajai arcade di awal 1970-an dan memperkenalkan video game kepada khalayak luas. Terobosan besar Atari terjadi dengan peluncuran konsol *Atari 2600* pada 1977. Konsol ini, dengan joystick ikonik dan kartrid plug-in, membawa video game ke dalam rumah. Kini,

bermain gim tidak lagi terbatas di arcade; siapa pun bisa melakukannya di rumah dengan nyaman. Meskipun *Atari 2600* belum mendukung permainan online, konsol ini memopulerkan video game sebagai hiburan keluarga. Dengan game klasik seperti *Space Invaders* dan *Pac-Man*, Atari mengubah cara masyarakat menikmati hiburan di rumah.

Saat Atari menciptakan gebrakan, sejumlah perusahaan game lain mulai muncul dan memberikan pengaruh besar pada industri. Yang pertama ada Nintendo, yang awalnya merupakan perusahaan kartu, melakukan pergeseran signifikan pada 1980-an dengan merilis *Nintendo Entertainment System (NES)*. Konsol ini menjadi sukses besar, memperkenalkan karakter ikonik seperti Mario dan membangun salah satu franchise paling sukses dalam sejarah game. Kedua ada Sega, yang awalnya dikenal melalui game arcade, merilis *Sega Genesis* pada 1988. Dengan karakter yang sangat ikonik *Sonic the Hedgehog*, Sega memperkuat posisinya dalam industri game dan memulai persaingan sengit dengan Nintendo. Dan Ketiga ada Activision, didirikan pada 1979 oleh mantan karyawan Atari, memilih jalur berbeda. Sebagai pengembang video game independen pertama, Activision tidak terikat pada produsen konsol tertentu.

Perusahaan ini tumbuh menjadi salah satu nama besar di industri, dengan franchise seperti *Call of Duty*.<sup>1</sup>

Industri game online telah berkembang menjadi bisnis yang bernilai miliaran dolar. Di Indonesia saat ini, jumlah pemain game akan terus meningkat, mencapai lebih dari 43 juta pada tahun 2017. Salah satu model bisnis yang jaman sekarang lagi banyak digunakan adalah game gratis berbayar, di mana gamenya sendiri dapat dimainkan dengan secara gratis tetapi pada dalam gamenya menawarkan barang-barang premium yang berbayar yaitu item virtual.

Pembelian barang virtual dalam game online adalah transaksi di mana pemain membeli item digital atau konten tambahan dalam sebuah permainan menggunakan mata uang nyata atau mata uang dalam game. Barang virtual ini bisa berupa kosmetik (seperti skin atau pakaian karakter), item peningkatan (seperti senjata dalam game atau power-up), akses ke level atau fitur eksklusif, atau bahkan mata uang premium dalam game. Pembelian ini biasanya dilakukan melalui toko dalam *in-game store* menggunakan metode pembayaran digital seperti kartu kredit, e-wallet, atau sistem pembayaran khusus platform game.

---

<sup>1</sup> *The History of Online Gaming (From BBS to FPS, MMOs, & the eSports Boom)*, Race Communications, diakses pada 28 Maret 2025, <https://race.com/blog/history-of-online-gaming/>.

Pada dalam game jenis ini sering ada yang disebut Mata uang virtual, seperti yang ada di game Mobile Legends yaitu disebut 'Diamonds', yang digunakan untuk membeli item premium atau fitur-fitur tertentu. Pembelian Virtual Item ini telah menjadi sumber pendapatan utama bagi pengembang game-game tersebut, dan sementara pemain juga merasa diuntungkan dengan akses ke fitur premium.

Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Ridha (2020) mengenai Analisis Motif Konsumen dalam Membeli Produk Virtual Pada Gim Online, mengkonklusikan bahwa, seperti halnya dalam kehidupan sehari-hari, pemain sering merasa jenuh dengan tampilan standar. Hal ini mendorong mereka untuk mengubah dan mengedit tampilan karakter dalam game online tersebut agar lebih unik dan menarik. Kustomisasi mencakup berbagai aspek, seperti pakaian, aksesoris, hingga item tambahan yang membuat karakter mereka berbeda dari pemain lain. Meskipun beberapa elemen kustomisasi dapat diperoleh secara gratis, banyak item eksklusif yang hanya bisa diperoleh melalui pembelian atau sistem undian. Pemain video game online juga tertarik untuk membeli barang-barang virtual tersebut agar terlihat berbeda dengan pemain lain dan ingin pamer bahwa ia mempunyai barang virtual yang berbeda sendiri dengan pemain lain

yang tidak membeli barang virtual premium atau mainkan video game online nya secara gratis.<sup>2</sup>

Para pengembang game pada zaman sekarang memilih jenis video game jenis gratis berbayar atau bisa dibidang freemium dikarenakan, model freemium menawarkan pengguna akses gratis ke produk inti, yaitu gamenya sendiri, sambil memberikan opsi untuk membeli konten premium seperti mata uang dalam game, konten tambahan, atau kustomisasi. Dalam game online multiplayer, tujuan utamanya adalah menciptakan pengalaman bermain yang membuat pemain terus kembali bermain selama ratusan jam. Jika pengembang tidak memiliki insentif finansial yang kuat, sulit bagi mereka untuk terus meningkatkan pengalaman bermain. Dengan model freemium, pemain secara berkelanjutan mengeluarkan uang untuk game tersebut, berbeda dengan model pembayaran sekali bayar yang mudah dilupakan. Aliran pendapatan ini

---

<sup>2</sup> Achmad Ridha dan Rosnaini Daga, "Analisis Motif Konsumen dalam Membeli Produk Virtual Pada Game Online di Kota Makassar," *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN)*, Vol. 3, No. 2, Juli 2020, diakses pada, 3 Maret 2025 <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2590483&val=24390&title=Analisis%20Motif%20Konsumen%20dalam%20Membeli%20Produk%20Virtual%20Pada%20Game%20Online%20di%20Kota%20Makassar>.

mendorong pengembang untuk langsung menginvestasikan kembali keuntungan ke dalam game untuk meningkatkan kualitasnya.<sup>3</sup>

Di Indonesia, meskipun terdapat berbagai peraturan yang mengatur transaksi elektronik dan perlindungan konsumen, banyak pemain game online yang belum memahami hak-hak mereka terkait pembelian barang virtual. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi dasar hukum yang penting dalam memberikan perlindungan bagi konsumen. Namun, tantangan muncul ketika regulasi ini harus diterapkan dalam konteks transaksi digital yang melibatkan barang virtual yang tidak dapat dipindahkan atau diperdagangkan secara fisik.

Salah satu keuntungan utama dari model pembelian barang virtual adalah permainan dapat diakses secara gratis oleh semua orang. Pemain bisa menikmati game tanpa harus membayar di awal, sehingga mereka dapat mencoba permainan tanpa risiko kehilangan uang untuk sesuatu yang mungkin tidak mereka sukai. Dengan model ini, pengembang dapat menarik lebih banyak

---

<sup>3</sup> Hal Koss, "What Does the Future of Gaming Look Like? From Virtual Reality to Artificial Intelligence, These Technologies Are Shaping the Future of Video Games," diakses pada, 3 Maret 2025, <https://builtin.com/articles/future-of-gaming#:~:text=Many%20free%2Dto%2Dplay%20games%20make%20money%20from%20ads%2C,of%20offering%20free%2Dto%2Dplay%20games%20with%20in%2Dgame%20purchases.>

pemain yang mungkin enggan membayar untuk sebuah game sebelum mencobanya.

Selain itu, akses yang mudah membuat jumlah pengguna melonjak. Model permainan gratis atau freemium menghilangkan hambatan bagi pemain baru, sehingga memungkinkan pengembang memperoleh basis pengguna yang jauh lebih besar dibandingkan dengan model berbayar tradisional. Dengan semakin banyaknya pemain yang bergabung, komunitas dalam game menjadi lebih aktif dan dinamis.

Pendapatan juga bisa lebih tinggi ketika komunitas semakin besar. Meskipun hanya sebagian kecil pemain yang melakukan pembelian dalam game, pemain gratis tetap berkontribusi terhadap ekosistem game, baik melalui partisipasi dalam komunitas maupun dengan melihat iklan yang menghasilkan pendapatan bagi pengembang. Bahkan, game freemium yang dirancang dengan baik sering kali menghasilkan lebih banyak uang dibandingkan game berbayar, karena pemain yang tertarik dapat terus mengeluarkan uang untuk meningkatkan pengalaman bermain mereka.

Peluang pendapatan besar juga muncul dari pemain yang bersedia membayar. Meskipun hanya sekitar lima persen pemain dalam game freemium yang melakukan pembelian, mereka sering kali rela menghabiskan jumlah yang

jauh lebih besar dibandingkan harga tetap yang dikenakan pada game berbayar. Dengan memberikan opsi transaksi mikro yang menarik, pengembang dapat memaksimalkan keuntungan dari kelompok pemain yang paling antusias.<sup>4</sup>

Namun, ada juga sejumlah kekurangan dalam sistem ini. Salah satu masalah utama adalah gangguan terhadap imersi akibat iklan dan transaksi mikro. Monetisasi yang berlebihan dapat mengurangi pengalaman bermain, terutama ketika iklan atau notifikasi pembelian muncul pada momen-momen penting dalam permainan. Hal ini dapat mengurangi kesenangan dan keterlibatan pemain yang ingin menikmati alur cerita atau gameplay tanpa gangguan.

Desain gim juga cenderung lebih berfokus pada penjualan dibandingkan memberikan pengalaman bermain yang berkualitas. Banyak game freemium yang mengarahkan pemain untuk terus-menerus melakukan pembelian agar bisa maju lebih cepat atau mendapatkan keuntungan tertentu. Akibatnya, game dapat

---

<sup>4</sup> Maghfireza Akbari, "Perilaku Konsumtif Gamer Dalam Pembelian Item Virtual Game Online, Bagaimana Orang Tua Harus Bersikap?," Hipwee, 17 Januari 2022, diakses pada, <https://www.hipwee.com/narasi/perilaku-konsumtif-gamer-dalam-pembelian-item-virtual-game-online>.

terasa lebih seperti toko online daripada pengalaman bermain yang menyenangkan dan mendalam.

Dampak dari tren ini juga terasa di industri game secara keseluruhan. Karena game dengan model freemium lebih menguntungkan secara finansial, pengembang menjadi kurang tertarik untuk membuat game tradisional yang hanya mengandalkan penjualan awal. Banyak studio lebih memilih untuk menciptakan game dengan mekanisme monetisasi yang agresif, yang pada akhirnya mengurangi variasi dan inovasi dalam industri game. Bahkan, investor lebih tertarik pada game yang dapat menghasilkan uang dalam jangka panjang, sehingga pengembang yang ingin membuat game berbasis pengalaman lebih sulit mendapatkan dukungan finansial.

Selain itu, keseimbangan dalam transaksi mikro juga menjadi tantangan tersendiri, terutama dalam game multiplayer. Jika transaksi mikro memberikan keuntungan kompetitif, pemain yang tidak ingin atau tidak mampu membayar bisa merasa dirugikan. Hal ini dapat menciptakan ketidakadilan dalam permainan, di mana kemenangan lebih ditentukan oleh jumlah uang yang dihabiskan daripada keterampilan pemain.

Pembelian barang virtual dalam game memiliki kelebihan yang menarik, terutama dalam hal aksesibilitas dan potensi pendapatan bagi pengembang. Namun, jika tidak diimplementasikan dengan seimbang, sistem ini dapat merusak pengalaman bermain dan mengarah pada perubahan negatif dalam industri game. Oleh karena itu, penting bagi pengembang untuk menemukan keseimbangan antara monetisasi dan kepuasan pemain agar game tetap menyenangkan dan adil bagi semua pihak

Masalah terkait barang virtual sering muncul dalam ekosistem game online. Barang-barang ini memiliki nilai tertentu karena diperoleh melalui transaksi menggunakan uang nyata yang kemudian dikonversi menjadi mata uang digital dalam game. Pemain game online dapat dikategorikan sebagai konsumen, mengingat mereka memanfaatkan game sebagai sarana hiburan sekaligus membeli barang virtual di dalamnya. Namun, ada kondisi yang merugikan pemain, misalnya ketika server game ditutup, yang mengakibatkan layanan tidak dapat dilanjutkan dan akses terhadap barang virtual menjadi hilang.

Sudah ada terjadi kasus dimana game online yang berjenis gratis berbayar ditutup oleh pengembang gamenya. Yaitu Counter Strike Online Indonesia, yang dimana gamenya telah ditutup tanpa penjelasan lebih lanjut oleh

pengembang gamenya. Bukan hanya video game online ini yang pernah tutup dan merugikan pembeli barang virtual pada gamenya, kasusnya sudah lumayan banyak terjadi dikarenakan game jenis gratis berbayar ini telah menjadi trend.<sup>5</sup>

Banyak game berjenis gratis berbayar ini terpaksa ditutup karena berbagai faktor, seperti penurunan jumlah pemain, tingginya biaya pemeliharaan server, serta tantangan dalam menjaga keseimbangan strategi monetisasi agar tetap menarik tanpa membuat pemain merasa terganggu. Selain itu, desain game yang kurang menarik juga dapat menyebabkan game gagal menarik dan mempertahankan pemain. Pada intinya, jika game gratis tidak mampu menghasilkan pendapatan yang cukup melalui pembelian virtual dalam aplikasi untuk menutupi biaya operasional, maka game tersebut menjadi tidak berkelanjutan dan akhirnya harus dihentikan.<sup>6</sup>

Pembelian barang virtual dalam game online, meskipun seringkali bersifat mikro-transaksi, memiliki nilai ekonomi yang tidak bisa dianggap

---

<sup>5</sup> "Megaxus Tutup Layanan Counter-Strike Online Pada 1 Agustus 2019," *Skygrid Media*, 4 Juli 2019, diakses pada, <https://kumparan.com/skygrid-id/megaxus-tutup-layanan-counter-strike-online-pada-1-agustus-2019-1rP4nQwvN5k/full>.

<sup>6</sup> Patrick Arellano, "10 Biggest Problems With F2P Games," *CBR*, 19 Juni 2023, diakses pada, <https://www.cbr.com/f2p-games-complaints/#:~:text=As%20fun%20as%20a%20title,can%20no%20longer%20be%20played.>

remeh. Barang virtual yang dibeli dalam game sering kali tidak memiliki bentuk fisik, namun memberikan keuntungan fungsional atau kosmetik dalam permainan. Hal ini menimbulkan isu mengenai perlindungan konsumen, terutama terkait dengan transparansi transaksi, keadilan dalam harga, dan penyalahgunaan oleh pengembang game.

Banyak pemain-pemain game online yang menghabiskan jutaan rupiah untuk membeli barang-barang virtual dalam permainan. Namun, jika video game nya tidak laku dan tidak diminati oleh pemain game online lagi banyak game yang akan tutupkan server game tersebut, yang akan menyebabkan seluruh aset virtual yang telah dibeli oleh pemain game online pada game itu hilang. Oleh karena itu, pemain game online seharusnya bisa dilindungi oleh hukum, sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perlindungan konsumen terhadap pemain game online atas pembelian barang virtual menurut UU Perlindungan Konsumen?

2. Bagaimana implementasi hukum atas kerugian yang dialami konsumen jika perusahaan game online mengalami penutupan server di Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menemukan hukum atas perlindungan konsumen terhadap pemain game online. Dan mencari bagaimana perlindungan konsumen terhadap pemain game online atas pembelian barang virtual menurut UU Perlindungan Konsumen

2. Untuk memecahkan persoalan hukum atas implementasi hukum yang menimbulkan kerugian kepada konsumen jika ada perusahaan game online yang mengalami penutupan server di Indonesia.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian mengenai perlindungan terhadap pemain game online atas pembelian barang virtual dalam game jenis gratis berbayar berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memiliki sejumlah manfaat teoritis yang signifikan. Salah satu kontribusi utamanya adalah memperkaya literatur dan teori dalam bidang hukum perlindungan konsumen, khususnya di era digital. Penelitian ini menghubungkan penerapan UU Perlindungan

Konsumen dengan perkembangan industri game online, sehingga memberikan perspektif baru tentang bagaimana hukum dapat mengakomodasi dinamika transaksi virtual yang semakin kompleks.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis yang signifikan bagi berbagai pihak yang terlibat dalam industri game online. Bagi pemain game online, hasil penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman mereka mengenai hak-hak konsumen dalam pembelian barang virtual, termasuk mengenai transparansi harga, kebijakan pengembalian barang virtual, dan perlindungan terhadap potensi penipuan. Pemain akan lebih cerdas dalam bertransaksi, serta lebih terlindungi dalam lingkungan digital yang berkembang pesat ini. Bagi pengembang game dan penerbit, penelitian ini memberikan wawasan mengenai kewajiban hukum yang harus dipatuhi terkait perlindungan konsumen dalam transaksi virtual. Dengan demikian, mereka dapat merancang kebijakan yang lebih adil dan transparan untuk pemain, serta mengurangi risiko sengketa hukum yang mungkin timbul. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pihak-pihak terkait dalam merumuskan kebijakan yang lebih tepat dan sesuai dengan kebutuhan perlindungan konsumen di dunia digital.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi kajian teori yang relevan dengan perlindungan konsumen dalam pembelian barang virtual pada game online di Indonesia. Dan akan fokus dengan menggunakan teori perlindungan konsumen. Teori ini menjelaskan konsep perlindungan konsumen sebagai upaya untuk melindungi hak-hak konsumen dari praktik bisnis yang merugikan, termasuk dalam transaksi barang dan jasa. Tinjauan pustaka ini mencakup teori-teori tentang perlindungan konsumen, dan regulasi terkait pembelian barang virtual game online dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia. Selain itu, akan dibahas pula penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik ini untuk memberikan landasan teori yang kuat dan memperlihatkan celah penelitian yang diisi oleh skripsi ini.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan jenis penelitian, jenis data, cara perolehan data, jenis pendekatan, dan analisis data yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Bab ini berisikan gambaran mengenai hasil penelitian dan analisis yang didapatkan oleh penulis dari data yang ada, dan studi kepustakaan.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Penulis akan menyimpulkan secara keseluruhan isi dari bab-bab sebelumnya dan penulis akan memberikan saran yang berhubungan dengan peningkatan perlindungan konsumen dalam kasus pembelian barang virtual game online.