

ANALISIS MEKANISME *GACHA* PADA *GENSHIN IMPACT* DAN DAMPAK PERILAKU BELANJA PEMAIN *DISCORD*; TINJAUAN *MAQASHID SYARIAH*

Irma Cahyaningrum

Sekolah Tinggi Agama Islam Denpasar Bali

Sahrial Ardiansyah

Sekolah Tinggi Agama Islam Denpasar Bali

Iswahyuni

Sekolah Tinggi Agama Islam Denpasar Bali

Alamat: Jl. Angsoka Cargo Permai I No. 12 Ubung Denpasar - Bali

Korespondensi penulis: irma.ctx@gmail.com

Abstract. *The development of the digital game industry has encouraged the emergence of the Free-to-Play business model with in-game purchase features. One mechanism used is the gacha system, which is a probability-based system for obtaining items randomly. In Genshin Impact, the gacha practice is associated with players' top-up behavior and interactions within digital communities such as Discord. This study aims 1) to examine how the gacha mechanism in Genshin Impact is understood by players in the Discord community; 2) to examine its impact on in-game purchasing behavior among players in the Discord community; and 3) to examine the gacha mechanism and in-game purchasing behavior of players in the Discord community from the perspective of Maqashid Syariah. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. Data were obtained through interviews, observation, and documentation involving Genshin Impact players who are active in the Discord community and have experience with top-ups. The results show that players understand the gacha mechanism through drop rate, banner, pity, the pull process, and perceptions of the probability of obtaining items. In-game purchasing behavior is influenced by favorite characters, gameplay needs, satisfaction, and banner limitations. From the perspective of Maqashid Syariah, purchases should be made consciously, proportionally, and according to one's financial capacity to preserve wealth, intellect, and well-being.*

Keywords: *Gacha mechanism, Genshin Impact, in-game purchasing behavior.*

Abstrak Perkembangan industri game digital mendorong munculnya model bisnis Free-to-Play dengan fitur pembelian dalam permainan (in-game purchase). Salah satu mekanisme yang digunakan adalah sistem gacha, yaitu sistem berbasis peluang untuk memperoleh item secara acak. Dalam Genshin Impact, praktik gacha berkaitan dengan perilaku top up pemain serta interaksi dalam komunitas digital seperti Discord. Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui mekanisme Gacha dalam Genshin Impact dipahami oleh pemain di komunitas Discord. 2) untuk mengetahui dampak terhadap perilaku belanja in-game pada pemain di komunitas Discord. 3) untuk mengetahui mekanisme gacha dan perilaku belanja in-game pemain di komunitas Discord jika ditinjau dari Maqashid Syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pemain Genshin Impact yang aktif dalam komunitas Discord dan memiliki pengalaman top up. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemain memahami mekanisme gacha melalui drop rate, banner, pity, proses pull, dan persepsi terhadap peluang memperoleh item. Perilaku belanja dipengaruhi oleh karakter favorit, kebutuhan permainan, kepuasan, dan keterbatasan banner. Ditinjau dari Maqashid Syariah, pembelian perlu dilakukan secara sadar, proporsional, dan sesuai kemampuan untuk menjaga harta, akal, dan jiwa.

Kata Kunci: Mekanisme Gacha, Genshin Impact, perilaku belanja in-game. Maqashid Syariah.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada industri permainan digital (*game*). Kemajuan teknologi internet, perangkat seluler, dan sistem pembayaran digital telah mendorong permainan digital berkembang tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai bagian dari aktivitas ekonomi digital. Salah satu model bisnis yang banyak diterapkan adalah *Free-to-Play* (F2P), yaitu model permainan yang dapat diakses secara gratis, tetapi menawarkan berbagai konten premium melalui pembelian dalam aplikasi (*in-app purchase*). Model ini memungkinkan pengembang memperoleh pendapatan dari penjualan karakter, senjata, mata uang virtual, maupun *item* digital lainnya, sehingga transaksi virtual menjadi bagian penting dalam ekosistem industri permainan digital.

Salah satu bentuk monetisasi yang berkembang dalam model *Free-to-Play* adalah mekanisme *gacha*. Mekanisme ini merupakan sistem perolehan karakter atau *item* virtual melalui proses berbasis probabilitas sehingga hasil yang diperoleh pemain tidak dapat dipastikan sebelumnya. Berbeda dengan pembelian langsung, sistem *gacha* menawarkan peluang memperoleh *item* dengan tingkat kelangkaan tertentu melalui proses undian virtual. Karakteristik tersebut menjadikan *gacha* sebagai salah satu bentuk monetisasi yang dapat meningkatkan keterlibatan pemain sekaligus berkaitan dengan aktivitas pembelian dalam permainan. Salah satu permainan yang menggunakan mekanisme tersebut adalah *Genshin Impact*, permainan bergenre *action role-playing game* (RPG) yang dikembangkan oleh HoYoverse dan dirilis pada tahun 2020. Permainan ini menggunakan sistem *Wish* sebagai mekanisme utama untuk memperoleh karakter maupun senjata melalui *gacha*. Sistem tersebut didukung oleh mekanisme *drop rate*, *banner*, dan *pity* yang menentukan peluang pemain memperoleh karakter atau senjata tertentu.

Mekanisme *gacha* tidak hanya berfungsi sebagai sistem perolehan karakter, tetapi juga berkaitan dengan perilaku belanja pemain. Keinginan memperoleh karakter tertentu, keterbatasan waktu pada *banner*, serta keberadaan sistem *pity* menjadi salah satu pertimbangan pemain dalam melakukan *pull* dan pembelian *in-game*. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh pengalaman emosional, ketertarikan terhadap karakter, kebutuhan dalam permainan, serta kepuasan ketika memperoleh karakter yang diinginkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemain tidak melakukan pembelian

secara spontan, tetapi mempertimbangkan target karakter, jumlah Primogem, kondisi keuangan, dan peluang keberhasilan dalam sistem *gacha*.

Selain dipengaruhi oleh mekanisme permainan, perilaku belanja *in-game* juga berkaitan dengan lingkungan sosial tempat pemain berinteraksi. Salah satu komunitas yang banyak digunakan oleh pemain *Genshin Impact* adalah *Discord*. Platform ini menjadi ruang bagi pemain untuk berdiskusi, berbagi pengalaman bermain, serta memperoleh informasi mengenai karakter, *banner*, dan strategi *pull*. Interaksi tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pemain. Aktivitas seperti *gacha flexing*, perbandingan hasil *pull*, dan pengalaman pemain lain dalam memperoleh karakter tertentu juga dapat memunculkan *Fear of Missing Out* (FOMO) yang berpotensi memengaruhi keputusan pemain dalam melakukan *top up*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas *Discord* tidak hanya menjadi ruang interaksi sosial, tetapi juga menjadi tempat pemain memperoleh informasi dan berbagi pengalaman mengenai *gacha*.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa mekanisme *gacha* memiliki keterkaitan dengan perilaku pembelian *in-game*, baik melalui unsur probabilitas, motivasi pembelian, maupun pengaruh komunitas digital. Namun, penelitian yang mengkaji pengalaman subjektif pemain dalam memahami dan memaknai mekanisme *gacha* serta keterkaitannya dengan perilaku belanja *in-game* di komunitas *Discord* melalui pendekatan fenomenologi masih relatif terbatas. Selain itu, kajian mengenai mekanisme *gacha* dan perilaku belanja *in-game* masih banyak dilihat dari perspektif ekonomi, psikologi, maupun desain permainan. Padahal, sebagai bentuk konsumsi digital yang melibatkan penggunaan harta, perilaku tersebut juga dapat dianalisis melalui perspektif ekonomi Islam.

Salah satu konsep yang menjadi landasan dalam ekonomi Islam adalah *Maqashid Syariah*, yaitu tujuan-tujuan syariat yang bertujuan menjaga agama (*hifz ad-din*), jiwa (*hifz an-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz an-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Dalam penelitian ini, aspek yang paling relevan adalah *hifz al-mal* untuk menganalisis pengelolaan pengeluaran pemain, *hifz al-'aql* untuk melihat pertimbangan pemain dalam mengambil keputusan pembelian, serta *hifz al-nafs* untuk melihat dampak pengalaman dan interaksi pemain terhadap kondisi dirinya. Dengan demikian, *Maqashid Syariah* digunakan sebagai perspektif analisis terhadap perilaku belanja *in-game*, bukan untuk menentukan status hukum permainan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui mekanisme *gacha* dalam permainan *Genshin Impact* yang dipahami oleh pemain di komunitas *Discord*, mengetahui dampaknya terhadap perilaku belanja *in-game* pemain di komunitas *Discord*, serta mengetahui mekanisme *gacha* dan perilaku belanja *in-game* tersebut jika ditinjau dari *Maqashid Syariah*.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan beberapa landasan teoritis untuk memahami mekanisme *gacha* dan perilaku belanja *in-game* pada pemain *Genshin Impact* di komunitas *Discord*. Teori yang digunakan meliputi *Experiential Consumption Theory*, *Social Comparison Theory*, dan *Expectation Confirmation Theory*. Selain itu, penelitian ini menggunakan konsep mekanisme *gacha*, perilaku belanja *in-game*, serta perspektif *Maqashid Syariah* sebagai dasar dalam menganalisis temuan penelitian.

1. *Experiential Consumption Theory*

Experiential Consumption Theory yang dikembangkan oleh Holbrook dan Hirschman memandang konsumsi tidak hanya sebagai aktivitas untuk memperoleh manfaat fungsional, tetapi juga sebagai pengalaman yang melibatkan aspek emosional, simbolik, dan kesenangan. Teori ini menjelaskan bahwa pengalaman konsumsi dapat melibatkan *fantasies*, *feelings*, dan *fun*. Dalam konteks permainan digital, keputusan pemain untuk melakukan pembelian dapat dipengaruhi oleh pengalaman dan perasaan yang muncul selama bermain, bukan semata-mata karena kebutuhan terhadap suatu *item*.

Pada *Genshin Impact*, teori ini digunakan untuk memahami pengalaman pemain ketika melakukan *gacha* dan pembelian *item* virtual. Aktivitas *wish* dapat menimbulkan rasa penasaran, antisipasi, kepuasan ketika memperoleh karakter yang diinginkan, maupun kekecewaan ketika hasil tidak sesuai harapan. Pengalaman emosional yang muncul selama proses *gacha* dapat menjadi salah satu pertimbangan yang berkaitan dengan keputusan pemain melakukan pembelian *in-game*.

2. *Social Comparison Theory*

Social Comparison Theory yang dikemukakan oleh Festinger menjelaskan kecenderungan individu untuk mengevaluasi dirinya melalui perbandingan dengan orang lain. Dalam lingkungan digital, perbandingan sosial dapat semakin mudah terjadi karena individu dapat melihat pencapaian, pengalaman, dan kepemilikan orang

lain melalui komunitas daring. Dalam komunitas *Discord* pemain *Genshin Impact*, perbandingan sosial dapat terlihat melalui aktivitas *gacha flexing*, *live pull*, maupun berbagi informasi mengenai karakter dan senjata yang diperoleh. Paparan terhadap pencapaian pemain lain dapat membentuk persepsi tertentu mengenai apa yang dianggap berhasil atau ideal dalam komunitas. Kondisi tersebut dapat berkaitan dengan munculnya *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu kekhawatiran tertinggal dari pengalaman atau aktivitas yang dilakukan orang lain, yang pada akhirnya dapat mendorong pemain melakukan *top up* atau *gacha* meskipun sebelumnya tidak direncanakan.

3. *Expectation Confirmation Theory*

Expectation Confirmation Theory (ECT) yang diperkenalkan Oliver menjelaskan kepuasan berdasarkan perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian atau penggunaan dengan pengalaman yang diperoleh setelahnya. Kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan dan hasil dapat menghasilkan *confirmation*, *positive disconfirmation*, atau *negative disconfirmation*, yang kemudian memengaruhi kepuasan dan kemungkinan penggunaan atau pembelian kembali. Dalam penelitian ini, ECT digunakan untuk memahami pengalaman pemain ketika melakukan *gacha*. Sebelum melakukan *pull*, pemain memiliki harapan untuk memperoleh karakter atau senjata tertentu. Setelah hasil diperoleh, pemain membandingkannya dengan harapan awal. Hasil yang sesuai atau melebihi harapan dapat menimbulkan kepuasan, sedangkan hasil yang tidak sesuai dapat menimbulkan kekecewaan. Pengalaman tersebut kemudian dapat berkaitan dengan keputusan pemain untuk kembali melakukan *gacha* maupun melakukan pembelian *in-game*.

4. Mekanisme *Gacha* dan Perilaku Belanja *In-Game*

Mekanisme *gacha* merupakan sistem perolehan karakter atau *item* virtual melalui proses berbasis probabilitas. Pemain tidak memperoleh kepastian atas *item* yang diinginkan karena hasil ditentukan oleh peluang yang telah ditetapkan dalam sistem permainan. Pada *Genshin Impact*, mekanisme *gacha* diterapkan melalui sistem *Wish* yang didukung oleh *drop rate*, *banner*, dan *pity*. Penelitian ini memahami mekanisme tersebut melalui lima aspek, yaitu sistem probabilitas (*drop rate*), sistem *banner*, sistem *pity*, proses melakukan *pull*, dan persepsi pemain terhadap peluang memperoleh item. Sementara itu, perilaku belanja *in-game* dipahami sebagai aktivitas pembelian konten digital dalam permainan, seperti mata uang virtual, karakter,

senjata, maupun item lainnya. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan, pengalaman bermain, motivasi pribadi, dan lingkungan sosial. Dalam penelitian ini, perilaku belanja *in-game* dilihat melalui keputusan melakukan pembelian, motivasi pembelian, pengaruh sosial komunitas, frekuensi atau kebiasaan pembelian, serta pengelolaan pengeluaran.

5. Maqashid Syariah

Maqashid Syariah digunakan sebagai perspektif untuk menganalisis perilaku belanja *in-game* dalam penelitian ini. Konsep tersebut menekankan tujuan syariat dalam mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kemudharatan. Dari lima tujuan pokok *Maqashid Syariah*, penelitian ini memfokuskan analisis pada *hifz al-mal* (perlindungan harta), *hifz al-'aql* (perlindungan akal), dan *hifz al-nafs* (perlindungan jiwa), karena ketiganya berkaitan dengan pengelolaan pengeluaran, pengambilan keputusan, serta kondisi psikologis pemain dalam melakukan pembelian.

6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa mekanisme *gacha* memiliki keterkaitan dengan perilaku pembelian dalam permainan. Hodge et al. membahas pengalaman pemain terhadap sistem hadiah berbasis peluang dan kaitannya dengan karakteristik *loot box*, sedangkan penelitian Ivander dan Djakasaputra menunjukkan bahwa *enjoyment*, *economic value*, dan *social value* berpengaruh terhadap niat pembelian *item* virtual pada *Genshin Impact*. Penelitian Cokki et al. juga menunjukkan adanya hubungan antara keterikatan pemain terhadap sistem *gacha* dengan kecenderungan melakukan pembelian dalam aplikasi.

Penelitian-penelitian tersebut memberikan dasar bahwa mekanisme permainan, pengalaman pemain, dan faktor sosial dapat berkaitan dengan perilaku pembelian. Namun, penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada hubungan antarvariabel. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan menempatkan pengalaman subjektif pemain sebagai fokus melalui pendekatan kualitatif fenomenologis, khususnya dalam melihat bagaimana pemain memaknai mekanisme *gacha* dan bagaimana interaksi dalam komunitas *Discord* berkaitan dengan perilaku belanja *in-game*. Selain itu, penelitian ini mengintegrasikan perspektif *Maqashid Syariah* dalam menganalisis perilaku belanja digital pemain *Genshin Impact*. Kajian teoritis dan penelitian terdahulu tersebut menjadi landasan

untuk menganalisis mekanisme *gacha*, pengalaman pemain, pengaruh komunitas, dan perilaku belanja *in-game* ditinjau dari *Maqashid Syariah*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini digunakan untuk memahami pengalaman dan pemaknaan pemain terhadap mekanisme *gacha* serta perilaku belanja *in-game* dalam permainan *Genshin Impact*. Penelitian difokuskan pada pemain yang aktif dalam komunitas *Discord* dan memiliki pengalaman melakukan *top up*. Informan dalam penelitian ini berjumlah delapan orang yang dipilih berdasarkan kriteria tersebut.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pemahaman pemain terhadap mekanisme *gacha*, pengalaman melakukan *pull*, pertimbangan dalam melakukan pembelian *in-game*, serta pengaruh interaksi dalam komunitas *Discord*. Observasi dilakukan terhadap aktivitas dan interaksi pemain dalam komunitas *Discord*, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung penelitian. Data yang diperoleh dianalisis melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dipilih dan dikelompokkan berdasarkan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan secara deskriptif berdasarkan tema dan indikator penelitian. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan pola dan temuan yang diperoleh dari data penelitian.

Analisis penelitian dilakukan berdasarkan dua fokus utama. Fokus pertama adalah mekanisme *gacha* dalam *Genshin Impact* yang dianalisis melalui sistem probabilitas (*drop rate*), sistem *banner*, sistem *pity*, proses melakukan *pull*, dan persepsi pemain terhadap peluang mendapatkan *item*. Fokus kedua adalah perilaku belanja *in-game* yang dianalisis melalui keputusan melakukan pembelian, motivasi pembelian, pengaruh sosial komunitas, frekuensi atau kebiasaan pembelian, dan pengelolaan pengeluaran. Selanjutnya, kedua fokus tersebut dianalisis menggunakan perspektif *Maqashid Syariah*, khususnya *hifz al-mal*, *hifz al-'aql*, dan *hifz al-nafs*. Indikator dan alur analisis tersebut telah menjadi dasar dalam kerangka penelitianmu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada komunitas pemain *Genshin Impact* yang berinteraksi melalui *Discord*. Pengumpulan data dilakukan pada 14–18 Juli 2026 melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan melalui *voice channel* *Discord* terhadap delapan informan yang telah bermain *Genshin Impact* selama tiga sampai lima tahun dan memiliki pengalaman melakukan *top up*. Observasi dilakukan terhadap aktivitas dan interaksi pemain dalam komunitas, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung.

1. Mekanisme Gacha pada Genshin Impact

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan memahami mekanisme *gacha* *Genshin Impact* sebagai sistem berbasis probabilitas yang mencakup *drop rate*, *banner*, *pity*, proses *pull*, dan peluang memperoleh karakter atau item tertentu. Hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi menunjukkan adanya kesesuaian antara pemahaman informan dengan mekanisme yang diterapkan dalam permainan.

1.1 Sistem Probabilitas (*Drop Rate*)

Berdasarkan hasil wawancara terhadap delapan informan, seluruh informan memahami *drop rate* sebagai peluang memperoleh karakter atau senjata melalui fitur *Wish*. Informan juga memahami bahwa peluang tersebut berbeda berdasarkan tingkat kelangkaan (*rarity*), sehingga karakter atau senjata bintang lima memiliki peluang lebih rendah dibandingkan bintang empat. Selain *drop rate*, informan mengetahui adanya *pity*, *guarantee*, dan sistem 50/50 yang berkaitan dengan proses memperoleh karakter atau senjata. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemain tidak memandang hasil *gacha* hanya berdasarkan keberuntungan, tetapi juga memahami adanya mekanisme yang telah ditetapkan dalam permainan. Pemahaman ini sesuai dengan konsep mekanisme *gacha* sebagai sistem perolehan item berdasarkan peluang tertentu. Pengalaman bermain pemain membentuk pemahaman mengenai hubungan antara *drop rate*, *pity*, dan kemungkinan memperoleh *item* yang diinginkan.

1.2 Sistem *Banner*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan memahami *banner* sebagai sistem yang menentukan karakter atau senjata yang tersedia dalam periode tertentu. *Banner* dengan periode terbatas membuat pemain perlu menentukan karakter yang menjadi prioritas dan mempertimbangkan penggunaan *Primogem*

yang dimiliki. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa keterbatasan waktu pada *banner* menjadi salah satu hal yang diperhatikan pemain sebelum melakukan *pull*. Temuan ini menunjukkan bahwa *banner* tidak hanya dipahami sebagai bagian teknis dari *gacha*, tetapi juga menjadi dasar pemain dalam menentukan waktu dan target *gacha*. Ketika karakter yang diinginkan tersedia dalam periode terbatas, pemain perlu mengatur sumber daya yang dimiliki agar dapat digunakan selama periode tersebut. Hal ini memperlihatkan bahwa sistem *banner* turut membentuk pertimbangan pemain dalam melakukan *gacha*.

1.3 Sistem *Pity*

Informan memahami *pity* sebagai mekanisme yang memberikan batas tertentu dalam memperoleh karakter atau item dengan tingkat kelangkaan tinggi setelah pemain melakukan sejumlah *pull*. Pemahaman tersebut membuat pemain menggunakan jumlah *pull* yang telah dilakukan sebagai pertimbangan untuk menentukan langkah berikutnya dalam *gacha*. Hasil triangulasi menunjukkan bahwa *pity* dipahami bukan hanya sebagai fitur teknis, tetapi juga sebagai dasar dalam merencanakan penggunaan *Primogem*. Keberadaan *pity* memberikan pemain gambaran yang lebih jelas mengenai kemungkinan memperoleh karakter atau *item* dibandingkan apabila hanya mengandalkan peluang dasar. Meskipun hasil setiap *pull* tetap tidak dapat dipastikan, pemain memiliki dasar untuk mempertimbangkan jumlah sumber daya yang diperlukan. *Pity* menjadi salah satu bagian dari mekanisme yang digunakan pemain dalam mengurangi ketidakpastian ketika melakukan *gacha*.

1.4 Proses Melakukan *Pull*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses *pull* tidak hanya dipahami sebagai tindakan melakukan *Wish*, tetapi juga melibatkan pertimbangan sebelum pemain melakukannya. Pemain mempertimbangkan jumlah *Primogem*, posisi *pity*, dan karakter yang menjadi target. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa aktivitas *pull* sering dibagikan melalui komunitas *Discord* sehingga pengalaman *gacha* dapat menjadi bagian dari interaksi antarpemain. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa proses *pull* memiliki dua sisi, yaitu pengalaman pribadi pemain dan pengalaman yang dibagikan dalam komunitas. Pemain tidak hanya menentukan kapan melakukan *pull*, tetapi juga dapat membagikan hasilnya kepada pemain lain. Karena itu, proses *gacha* dalam penelitian ini tidak

sepenuhnya bersifat individual karena pengalaman tersebut dapat menjadi bagian dari interaksi dalam komunitas *Discord*.

1.5 Persepsi Pemain terhadap Peluang Mendapatkan Item

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemain memahami adanya kemungkinan gagal memperoleh karakter atau *item* yang diinginkan. Meskipun mengetahui bahwa peluang memperoleh karakter tertentu terbatas, pemain tetap melakukan *gacha* karena adanya ketertarikan terhadap karakter, nilai estetis, kebutuhan dalam permainan, serta keterikatan emosional terhadap *game*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa persepsi pemain terhadap peluang tidak hanya dibentuk oleh informasi mengenai probabilitas. Pengalaman pribadi dan ketertarikan terhadap karakter turut memengaruhi cara pemain menilai peluang tersebut. Hal ini sejalan dengan *Experiential Consumption Theory*, yang melihat konsumsi tidak hanya berdasarkan manfaat fungsional, tetapi juga pengalaman emosional dan kesenangan yang diperoleh selama proses konsumsi. Dalam konteks *gacha*, rasa penasaran, antisipasi, kepuasan, maupun kekecewaan menjadi bagian dari pengalaman pemain.

Secara keseluruhan, hasil pada fokus pertama menunjukkan bahwa pemain memahami mekanisme *gacha* sebagai kombinasi antara sistem probabilitas dan pengalaman subjektif. Pemain memahami aspek teknis seperti *drop rate*, *banner*, dan *pity*, tetapi juga memaknai mekanisme tersebut berdasarkan pengalaman bermain, strategi penggunaan sumber daya, serta pengalaman emosional yang muncul selama melakukan *gacha*.

2. Perilaku Belanja *In-Game* Pemain

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku belanja *in-game* pemain dipengaruhi oleh beberapa pertimbangan, seperti keinginan memperoleh karakter tertentu, kebutuhan terhadap *Primogem*, pengalaman bermain, dan keterbatasan waktu pada *banner*. Meskipun, alasan dan intensitas pembelian berbeda pada setiap informan.

2.1 Keputusan Melakukan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan tidak melakukan *top up* secara spontan. Sebelum melakukan pembelian, pemain mempertimbangkan jumlah *Primogem* yang dimiliki, karakter yang menjadi target, kondisi keuangan, dan peluang memperoleh karakter melalui sistem *gacha*.

Pemain juga memantau *banner* yang sedang berlangsung sebelum menentukan keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian berkaitan langsung dengan kondisi dalam mekanisme *gacha*. Ketika *Primogem* yang dimiliki belum mencukupi untuk mencapai target, pemain mempertimbangkan *top up* sebagai cara memperoleh tambahan sumber daya. Keputusan melakukan pembelian tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan dengan target *gacha* dan kondisi sumber daya pemain.

2.2 Motivasi Pembelian

Motivasi utama informan dalam melakukan pembelian adalah memperoleh karakter favorit, melengkapi koleksi, meningkatkan performa permainan, dan memperoleh kepuasan ketika mendapatkan karakter yang diinginkan. Beberapa informan juga mengungkapkan bahwa pengalaman emosional selama proses *gacha* menjadi salah satu alasan mereka tetap melakukan pembelian. Temuan tersebut sesuai dengan *Experiential Consumption Theory* karena pembelian tidak hanya didasarkan pada manfaat dari *item* yang diperoleh, tetapi juga pengalaman dan kepuasan yang dirasakan pemain. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian, yang menunjukkan bahwa *enjoyment*, *economic value*, dan *social value* berkaitan dengan niat pembelian item virtual pada *Genshin Impact*.

2.3 Pengaruh Sosial Komunitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi dalam komunitas *Discord* menjadi salah satu bagian yang berkaitan dengan pengalaman pemain dalam melakukan *gacha* dan pembelian. Aktivitas seperti berbagi hasil *pull*, rekomendasi karakter, dan diskusi mengenai *banner* memberikan ruang bagi pemain untuk mengetahui pengalaman pemain lain. Kondisi tersebut dapat dijelaskan melalui *Social Comparison Theory*, karena pemain dapat membandingkan pengalaman dan hasil *gacha* mereka dengan pemain lain. Dalam hasil penelitian, sebagian pemain juga lebih mudah terdorong melakukan pembelian ketika melihat aktivitas pemain lain dalam komunitas. Pengaruh tersebut tidak selalu berbentuk ajakan langsung untuk membeli, tetapi dapat muncul melalui pengalaman dan informasi yang dibagikan dalam komunitas.

2.4 Frekuensi atau Kebiasaan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan tidak melakukan *top up* secara rutin setiap bulan. Pembelian lebih sering dilakukan ketika terdapat *banner* karakter yang dianggap menarik atau ketika jumlah *Primogem* yang dimiliki belum mencukupi. Demikian, pembelian cenderung bersifat situasional dan mengikuti pembaruan konten dalam permainan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa frekuensi pembelian tidak bersifat tetap pada seluruh pemain. Waktu pembelian berkaitan dengan kondisi permainan, terutama karakter yang tersedia dalam *banner* dan jumlah sumber daya yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa pembelian *in-game* lebih banyak dilakukan berdasarkan kebutuhan dan target tertentu daripada sebagai pengeluaran yang selalu dilakukan secara rutin.

2.5 Pengelolaan Pengeluaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan berupaya mengendalikan pengeluaran dengan menetapkan anggaran sesuai kemampuan finansial. Meskipun beberapa informan mengakui pernah mengeluarkan biaya lebih besar karena karakter favorit atau *banner* tertentu, mayoritas tetap menempatkan kebutuhan sehari-hari sebagai prioritas dan memandang *top up* sebagai pengeluaran hiburan yang perlu disesuaikan dengan kondisi keuangan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemain memiliki pertimbangan dalam mengatur pengeluaran untuk kebutuhan permainan. Perbedaan tetap terlihat pada intensitas dan jumlah pengeluaran masing-masing informan, tetapi secara umum terdapat upaya untuk menyesuaikan pembelian dengan kemampuan finansial. Perilaku belanja *in-game* dalam penelitian ini tidak hanya berkaitan dengan keinginan memperoleh *item*, tetapi juga dengan kemampuan pemain mengelola pengeluaran.

3. Tinjauan Mekanisme Gacha dan Perilaku Belanja In-Game Berdasarkan Maqashid Syariah

Hasil penelitian pada fokus ketiga menunjukkan bahwa mekanisme *gacha* dan perilaku belanja *in-game* dapat dianalisis melalui tiga aspek *Maqashid Syariah* yang

digunakan dalam penelitian, yaitu *hifz al-mal*, *hifz al-'aql*, dan *hifz al-nafs*. Analisis ini digunakan untuk melihat bagaimana penggunaan harta, pengambilan keputusan, dan kondisi pemain berkaitan dengan prinsip kemaslahatan.

3.1 *Hifz al-Mal* (Perlindungan Harta)

Dalam aspek *hifz al-mal*, hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku *top up* berkaitan dengan penggunaan uang untuk memperoleh *Primogem* yang kemudian digunakan dalam *gacha*. Informan menunjukkan adanya upaya mengendalikan pengeluaran dengan menetapkan anggaran sesuai kemampuan finansial dan tetap menempatkan kebutuhan sehari-hari sebagai prioritas. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *top up* sebagai pengeluaran hiburan perlu dikelola secara proporsional. Pembelian yang dilakukan sesuai kemampuan dan tidak mengganggu kebutuhan utama menunjukkan adanya upaya menjaga harta. Sebaliknya, pengeluaran yang dilakukan secara berlebihan karena dorongan memperoleh karakter tertentu dapat berpotensi menimbulkan penggunaan harta yang kurang terukur. Hasil penelitian karena itu menempatkan pengelolaan pengeluaran sebagai bagian penting dalam melihat perilaku belanja *in-game* dari aspek *hifz al-mal*.

3.2 *Hifz al-'Aql* (Perlindungan Akal)

Aspek *hifz al-'aql* terlihat dari kemampuan pemain dalam mempertimbangkan keputusan sebelum melakukan *pull* maupun *top up*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian informan mempertimbangkan jumlah *Primogem*, target karakter, peluang keberhasilan, dan kondisi keuangan sebelum melakukan pembelian. Namun, terdapat pula kondisi ketika pemain lebih mudah terdorong oleh rasa penasaran, keinginan memperoleh karakter tertentu, kegagalan *pull*, atau aktivitas pemain lain dalam komunitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemahaman terhadap mekanisme *gacha* menjadi penting dalam pengambilan keputusan. Pemain yang memahami peluang, *pity*, dan jumlah sumber daya yang dimiliki memiliki dasar untuk mempertimbangkan keputusan sebelum melakukan pembelian. Karena itu, *hifz al-'aql* dalam penelitian ini berkaitan dengan kemampuan pemain mengendalikan dorongan dan mempertimbangkan keputusan secara sadar.

3.3 *Hifz al-Nafs* (Perlindungan Jiwa)

Pada aspek *hifz al-nafs*, hasil penelitian menunjukkan adanya pengalaman emosional dalam proses *gacha*. Pemain dapat mengalami kepuasan ketika memperoleh karakter yang diinginkan, tetapi juga dapat mengalami kekecewaan ketika hasil *pull* tidak sesuai harapan. Selain itu, interaksi dalam komunitas dapat memberikan pengaruh terhadap pengalaman pemain melalui aktivitas berbagi hasil *gacha* dan perbandingan dengan pemain lain. Dalam perspektif *hifz al-nafs*, kondisi tersebut menunjukkan pentingnya kemampuan pemain dalam menjaga diri dari dorongan yang dapat membuat aktivitas *gacha* dilakukan secara tidak terkendali. Pengalaman bermain dan interaksi komunitas pada dasarnya menjadi bagian dari aktivitas pemain, tetapi tetap perlu berada dalam batas yang tidak mengganggu kondisi diri. Aspek *hifz al-nafs* dalam penelitian ini berkaitan dengan pengendalian pengalaman dan dorongan yang muncul selama melakukan *gacha* maupun berinteraksi dalam komunitas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme *gacha* berkaitan dengan perilaku belanja *in-game* melalui target karakter, penggunaan *Primogem*, pengalaman pemain, serta interaksi dalam komunitas *Discord*. Dari perspektif *Maqashid Syariah*, keterkaitan tersebut terutama terlihat pada kebutuhan menjaga pengeluaran (*hifz al-mal*), mengendalikan keputusan (*hifz al-'aql*), dan menjaga kondisi diri (*hifz al-nafs*). Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku belanja *in-game* tidak cukup dilihat dari ada atau tidaknya pembelian, tetapi juga dari bagaimana pemain memahami mekanisme *gacha* dan mengendalikan perilaku konsumsinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemain *Genshin Impact* dalam komunitas *Discord* memiliki pemahaman terhadap mekanisme *gacha* yang meliputi sistem probabilitas (*drop rate*), *banner*, *pity*, proses *pull*, serta persepsi terhadap peluang memperoleh karakter atau *item*. Pemahaman tersebut kemudian berkaitan dengan perilaku belanja *in-game*, terutama dalam keputusan melakukan *top up*, motivasi memperoleh karakter atau item tertentu, pengaruh interaksi komunitas, frekuensi pembelian, dan pengelolaan pengeluaran. Dari perspektif *Maqashid Syariah*, perilaku

tersebut berkaitan dengan *hifz al-mal*, *hifz al-'aql*, dan *hifz al-nafs*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan pada umumnya berupaya menyesuaikan pengeluaran dengan kemampuan finansial dan mempertimbangkan kebutuhan utama, meskipun pengalaman *gacha* dan interaksi dalam komunitas tetap dapat memengaruhi keputusan pemain.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan yang terbatas dan lingkup penelitian yang berfokus pada pemain *Genshin Impact* dalam komunitas *Discord*, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan kepada seluruh pemain *Genshin Impact*. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan informan yang lebih beragam dan komunitas dengan karakteristik berbeda agar dapat memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai mekanisme *gacha* dan perilaku belanja *in-game*. Penelitian berikutnya juga dapat mengkaji fenomena yang sama dengan pendekatan berbeda untuk memperluas pemahaman mengenai perilaku konsumsi digital dalam perspektif Ekonomi Syariah.

DAFTAR REFERENSI

Jurnal

- Cokki, C., Maupa, H., Wanstum, W., & Sulaiman, S. (2025). *Gacha* addiction and in-app purchases: A study on *Genshin Impact* players in Indonesia. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 19(1), 20–32. <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK.2025.v19.i01.p03>.
- Gibson, E., Griffiths, M. D., Calado, F., & Harris, A. (2023). Videogame player experiences with micro-transactions: An interpretative phenomenological analysis. *Computers in Human Behavior*, 145, 107766. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107766>.
- Hafada, M. G., & Adim, A. K. (2025). Pengaruh motivasi bermain game terhadap perilaku konsumtif dalam game berbasis *gacha* (Studi pada pemain Goddess of Victory: Nikke). *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 4(9), 8682–8693. <https://doi.org/10.58344/locus.v4i9.4778>.
- Hodge, S. E., Vykoukal, M., McAlaney, J., Bush-Evans, R. D., Wang, R., & Ali, R. (2022). What's in the box? Exploring UK players' experiences of loot boxes in games; the conceptualisation and parallels with gambling. *PLOS ONE*, 17(2), e0263567. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263567>.
- Hamari, J. (2015). Why do people buy virtual goods? Attitude toward virtual good purchases versus game enjoyment. *International Journal of Information Management*, 35(3), 299–308.
- Hamari, J., & Lehdonvirta, V. (2010). Game design as marketing: How game mechanics create demand for virtual goods. *International Journal of Business Science & Applied Management*, 5(1), 14–29. <https://doi.org/10.69864/ijbsam.5-1.48>.
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132–140.

- Ivander, A., & Djakasaputra, A. (2024). Determinant of purchase intention on game gacha *Genshin Impact*. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i1.28553>.
- King, D., & Delfabbro, P. (2021). Predatory monetization schemes in video games (e.g. “loot boxes”) and Internet Gaming Disorder. *Addiction*, 116(1), 196–198. <https://doi.org/10.1111/add.15273>.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
- Putra, G. A., & Kurniawati, M. (2026). Enhancing gamer loyalty: Role of immersiveness and parasocial relationship with NPC characters in narrative games. *Advances in Business & Industrial Marketing Research*, 4(2), 152–166.
- Shukla, A., Mishra, A., & Dwivedi, Y. K. (2025). *Expectation confirmation theory*. TheoryHub Book, Newcastle University.
- Thavamuni, S., Khalid, M. N. A., & Iida, H. (2025). Inherent addiction mechanisms in video games’ gacha. *Information*, 16(10), 890. <https://doi.org/10.3390/info16100890>.
- Toombs, A. L., Lee, A., Guo, Z., Buls, J., Westbrook, A., Carr, I., Wu, Y., & LaPeter, M. (2022). We’re so much more than the in-game clan: Gaming experiences and group management in multi-space online communities. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(CSCW2), 1–29.
- Xiao, L. Y., Ballou, N., & Eben, C. (2025). Fundamental flaws in the design and reporting of Chew and Neo (2024). *Trends in Psychology*, 1–12.
- Zendle, D., & Cairns, P. (2018). Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. *PLOS ONE*, 13(11), e0206767.
- Zendle, D., & Cairns, P. (2019). Loot boxes are again linked to problem gambling: Results of a replication study. *PLOS ONE*, 14(3), e0213194.

Buku

- Arianto, B., & Rani. (2024). *Teknik wawancara dalam metoda penelitian kualitatif*. Balikpapan: Borneo Novelty Publishing.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage handbook of qualitative research* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Schiffman, L. G., Wisenblit, J., & Kumar, S. R. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Harlow: Pearson.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, interpretif, interaktif, dan konstruktif* (Ed. ke-3). Bandung: Alfabeta.

Sumber Internet

- Discord. (2026). *Discord official website*. Diakses 26 Juni 2026.
- HoYoverse. (2026). *Genshin Impact official website*. Diakses 26 Juni 2026.
- HoYoverse. (2026). *Wish (Gacha) System – Genshin Impact Official*. Diakses 26 Juni 2026.

Al-Qur'an

- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.