

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

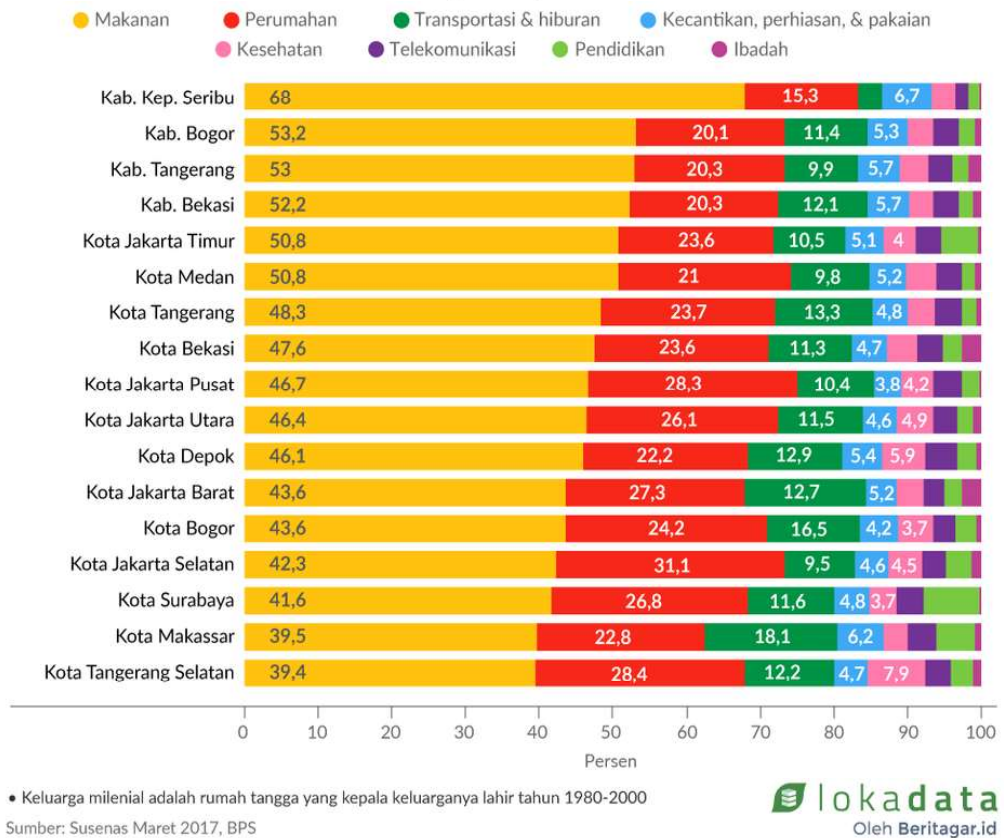
Mahasiswa sebagai bagian dari generasi milenial yang sedang dalam masa transisi dari remaja menuju dewasa mendeskripsikan pengaruh hubungan ekonomi yang bercermin pada gaya hidup mahasiswa pada zaman sekarang serba instan yang dapat mempengaruhi kebutuhan ekonomi yang tanpa disadari itu adalah suatu hal yang boros.

Yang menarik dari generasi ini adalah, dari sisi ekonomi, pola belanja mereka cenderung boros [1]. Dalam jurnalnya, ia menyatakan bahwa fenomena ini dapat terjadi karena Mahasiswa merupakan target empuk ahli pemasaran karena perilakunya yang mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, lebih mementingkan gengsinya untuk membeli barang-barang yang bermerk atau menjadi pusat perhatian dan Trend Setter di kampusnya. Perilaku-perilaku tersebut lah yang akhirnya mendorong sifat konsumtif mahasiswa sehingga menjadi boros.

Hal ini diperkuat dengan data survey yang dilakukan oleh CNBC Make It [2], yang menyebutkan bahwa generasi milenial dapat menghabiskan sekitar Rp. 11 juta rupiah untuk hal yang tidak perlu, seperti nongkrong dan minum kopi. Alasan utamanya adalah teman serta keluarga, juga dipicu oleh rasa bosan dan media sosial. Meskipun generasi sebelumnya, yaitu Baby Boomer, memiliki pengeluaran yang tidak jauh berbeda, sekitar 9,56 juta, namun prioritas mereka lebih ke arah hadiah untuk teman dan keluarga.

Hal ini menjadikan generasi milenial dilabeli sebagai generasi konsumtif [3]. Berikut adalah infografis yang menunjukkan konsumsi generasi milenial:

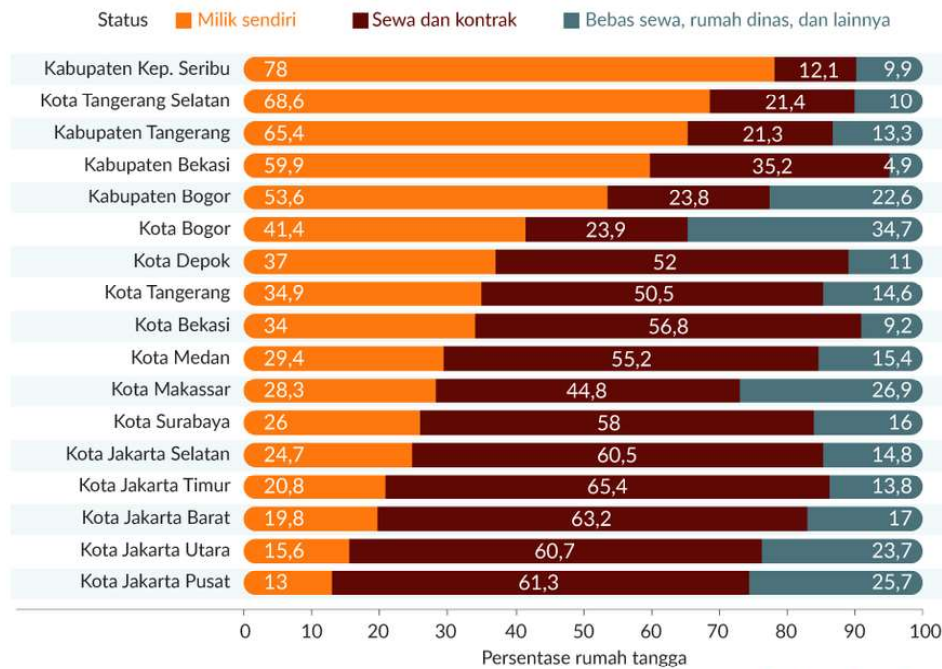
Proporsi belanja keluarga milenial, 2017 di 17 Kabupaten/Kota besar



Gambar 1.1. Infografis Pengeluaran Generasi Milenial

Selain kebutuhan konsumsi yang mendominasi, kebutuhan tempat tinggal juga cukup banyak menjadi menyita pengeluaran milenial. Rata-rata pengeluaran untuk tempat tinggal mencapai 20-an persen. Namun, dengan cukup banyaknya dana yang dialokasikan, milenial berhadapan dengan fakta bahwa masih sedikit milenial yang memiliki rumah sendiri. Berikut adalah infografisnya:

Status kepemilikan rumah keluarga milenial (persentase rumah tangga)



• Keluarga milenial adalah rumah tangga yang kepala keluarganya lahir tahun 1980-2000
Sumber: Susenas Maret 2017, Badan Pusat Statistik

lokadata
Oleh Beritagar.id

Gambar 1.2. Infografis Kepemilikan Rumah Generasi Milenial

Dengan sedikitnya milenial yang memiliki hunian dengan status milik sendiri, dan dengan banyaknya alokasi pengeluaran mereka ke sektor ini, hal ini menjadi catatan penting bagi generasi milenial untuk pandai-pandai mengatur keuangan.

Alasan mengapa cara mengatasi problematika ini dengan Aplikasi Permainan *Visual Novel* juga karena generasi milenial sangat gemar bermain *Game* [4]. Kemudahan mengakses peralatan elektronik seperti Handphone dan PC, ditambah mereka memang dikenal sebagai generasi yang paling melek teknologi, menjadikan Aplikasi Permainan *Visual Novel* sebagai aktivitas yang paling digemari generasi ini. Dibandingkan dengan buku dan media lainnya, Aplikasi Permainan *Visual Novel* metode gamifikasi dapat menyederhanakan materi yang kompleks dengan menggunakan Aplikasi Permainan *Visual Novel* [5].

Dari uraian penjelasan diatas, dapat ditemukan besarnya potensi yang dimiliki oleh Aplikasi Permainan *Visual Novel* sebagai media simulasi pembelajaran. maka dari itu, peneliti ingin mengembangkan Aplikasi Permainan *Visual Novel* sebagai media simulasi pembelajaran untuk membuka pikiran mahasiswa akan pentingnya kecerdasan keuangan.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi isi dari sub bab ini adalah sebagai berikut :

Tidak ada media edukasi berbentuk *Game* yang membahas kecerdasan finansial bagi mahasiswa, khususnya tentang investasi.

1.3 Tujuan

Adapun yang menjadi isi dari sub bab ini adalah sebagai berikut :

Membuat *Visual Novel* yang dapat digunakan sebagai media simulasi pembelajaran kecerdasan keuangan, khususnya tentang investasi.

1.4 Ruang Lingkup Proyek Akhir

Berikut adalah batas masalah dari aplikasi permainan *Visual Novel* ini :

1. Aplikasi hanya berjalan di Desktop/Laptop.
2. Hanya mengajarkan konsep investasi dengan pengaplikasian sederhana, yaitu investasi di usaha/bisnis di kalangan mahasiswa.
3. Ruang lingkup penyebaran survei hanya sebatas pada mahasiswa Telkom University

1.5 Luaran

Adapun luaran dari kegiatan pengerjaan Proyek Akhir akan dicapai adalah sebuah Aplikasi Permainan *Visual Novel*.