

Pengaruh Pay To Win Terhadap Mental Accounting: Studi Akuntansi keprilakuan Mahasiswa Universitas Nusa Putra Angkatan 2024 dan 2025

Aletheia Dwi Anjani^{1}, Regina Ditya Nanda²*

¹Universitas Nusa Putra

²Universitas Nusa Putra

* *aletheia.dwi_ak24@nusaputra.ac.id*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pay-to-Win (P2W) terhadap mental accounting mahasiswa program studi Akuntansi Universitas Nusa Putra angkatan 2024 dan 2025. Pay-to-win merupakan sistem monetisasi dalam game online di mana pemain dapat membeli keunggulan kompetitif menggunakan uang riil melalui mekanisme mikrotransaksi. Mental accounting adalah proses kognitif di mana individu mengkategorikan dan mengevaluasi pengeluaran uang secara subjektif, sering kali tidak mengikuti prinsip rasional ekonomi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori dan metode survei cross-sectional. Populasi berjumlah 245 mahasiswa dan sampel ditentukan dengan rumus Slovin menghasilkan 160 responden yang dipilih melalui simple random sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner online berskala Likert 5 poin dan dianalisis menggunakan SmartPLS 4.0 (Partial Least Squares Structural Equation Modeling). Hasil pengujian menunjukkan bahwa Pay-to-Win berpengaruh positif dan signifikan terhadap mental accounting mahasiswa, dengan nilai path coefficient sebesar 0,612, T-Statistics 8,743 ($> 1,96$), dan P-Values 0,000 ($< 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas keterlibatan mahasiswa dalam Pay-to-Win, semakin longgar dan tidak disiplin mental accounting yang mereka terapkan dalam mengelola keuangan.

Kata kunci: *Pay-to-Win, Mental_Accounting, Mikrotransaksi, Akuntansi_Keperilakuan, Game_Online*

Abstract: This study aims to analyze the influence of Pay-to-Win (P2W) culture on mental accounting among accounting students at Universitas Nusa Putra, cohorts 2024 and 2025. Pay-to-win refers to a monetization system in online games where players can purchase competitive advantages using real money through microtransaction mechanisms. Mental accounting is a cognitive process by which individuals categorize and subjectively evaluate monetary expenditures, often deviating from rational economic principles. This study employs a quantitative approach with an explanatory design and a cross-sectional survey method. The population consists of 245 students, and a sample of 152 respondents was determined using the Slovin formula and selected through simple random sampling. Data were collected via an online Likert 5-point scale questionnaire and analyzed using SmartPLS 4.0 (Partial Least Squares Structural Equation Modeling). The results indicate that Pay-to-Win has a positive and significant effect on students' mental accounting, with a path coefficient of 0.612, T-Statistics of 8.743 (> 1.96), and P-Values of 0.000 (< 0.05). These findings suggest that the higher the intensity of student involvement in Pay-to-Win culture, the more undisciplined and loose their mental accounting practices become.

Keyword: *Pay-to-Win, Mental Accounting, Microtransaction, Behavioral Accounting, Online Game.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya dalam industri game online, telah mengubah cara remaja berinteraksi dan bersantai. Kecanduan game online pada remaja menjadi isu serius dengan dampak negatif seperti masalah kesehatan mental, penurunan akademik, dan gangguan hubungan sosial (Amanda, 2016). Intensitas mikrotransaksi memberikan akses kemudahan bagi siapapun untuk melakukan top-up atau pembelian item, menciptakan pasar yang potensial bagi pengembang game untuk menerapkan model monetisasi Pay-to-Win (P2W) (Fauziah & Haryati, 2023).

Budaya P2W telah menciptakan paradoks dalam perilaku konsumsi pemain game online. Di satu sisi, sistem ini menawarkan efisiensi berupa penghematan waktu dan tenaga karena pemain dapat melewati proses grinding yang panjang. Di sisi lain, efisiensi ini seringkali berujung pada perilaku boros ketika pemain terus-menerus mengeluarkan uang untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka (Zhao et al., 2024). Ketika adopsi item P2W menyebar luas, nilai keunggulannya justru berkurang karena semakin banyak pemain yang memiliki akses ke item tersebut, memaksa pemain untuk terus membeli item baru agar tetap kompetitif (Harutyunyan & Koca, 2025).

Fenomena mental accounting pada pemain game online Generasi Z mengungkapkan bahwa para pemain memiliki kecenderungan untuk membedakan antara pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari dan pengeluaran untuk hiburan, termasuk game online. Pemisahan mental ini menciptakan ilusi bahwa uang yang

dibelanjakan dalam game adalah kategori pengeluaran yang berbeda dan tidak terlalu berdampak pada keuangan secara keseluruhan, sehingga pemain lebih mudah mengalokasikan dana untuk pembelian dalam game (Apriliana, n.d.).

Kesenjangan teoritis terlihat dari minimnya penelitian yang mengintegrasikan konsep mental accounting dengan fenomena P2W dalam game online. Padahal, teori mental accounting sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana pemain game melakukan alokasi sumber daya mental dan finansial ketika berinteraksi dengan lingkungan permainan (Thaler, 1999). Penelitian lintas disiplin yang menggabungkan perspektif akuntansi keperilakuan, psikologi ekonomi, dan studi game masih sangat terbatas (Wibbeke & Lachmann, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pay-to-Win terhadap mental accounting mahasiswa program studi Akuntansi Universitas Nusa Putra angkatan 2024 dan 2025. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan bukti empiris tentang hubungan antara budaya P2W dan kualitas mental accounting pada mahasiswa akuntansi, yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan literasi keuangan di kalangan mahasiswa.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Agensi

Teori agensi yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan kontraktual antara principal (pemberi wewenang) dan agent (penerima wewenang). Konflik sering terjadi karena kedua belah pihak cenderung

memaksimalkan kepentingan pribadinya masing-masing (self-interest), diperparah oleh adanya asimetri informasi (Eisenhardt, 1989). Dalam konteks penelitian ini, teori agensi dianalogikan pada diri pemain game itu sendiri. Principal adalah 'diri rasional' pemain yang memiliki tujuan bermain secara sehat dan terbatas anggarannya, sementara agent adalah 'diri impulsif' yang mudah tergoda oleh Pay-to-Win. Dengan demikian, teori agensi menjadi landasan yang menjelaskan mengapa Pay-to-Win berpengaruh positif terhadap mental accounting yang buruk.

Pay-to-Win

Pay-to-Win telah mengubah struktur monetisasi industri game melalui penerapan transaksi mikro yang tertanam kuat dalam alur permainan. Sistem ini sering kali menawarkan model freemium, di mana permainan dasar tersedia secara gratis, namun kemajuan atau progres pemain sangat bergantung pada pembelian fitur premium atau mata uang virtual (Tomić, 2017). Pay-to-Win adalah sistem dalam game di mana pemain dapat membeli item premium menggunakan uang riil untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Fenomena ini diukur melalui tujuh indikator, yaitu frekuensi pembelian mikrotransaksi (P2W1), besaran pengeluaran per transaksi (P2W2), ketergantungan pada pembelian untuk progres (P2W3), preferensi menghindari proses grinding (P2W4), persepsi bahwa item berbayar memiliki nilai lebih (P2W6), serta dorongan mempertahankan keunggulan kompetitif yang menciptakan siklus pengeluaran berkelanjutan (P2W7) (Zhao et al., 2024; Harutyunyan & Koca, 2025).

Mental Accounting

Fenomena perilaku boros dalam permainan daring sangat erat kaitannya dengan konsep mental accounting yang dikembangkan oleh Thaler, di mana individu secara kognitif mengelompokkan sumber daya finansial mereka ke dalam 'akun mental' yang terpisah berdasarkan tujuan penggunaannya (Thaler, 1999). Mahasiswa cenderung membedakan secara tegas antara dana yang dialokasikan untuk kebutuhan akademik dengan dana yang dikhususkan untuk hiburan, termasuk pengeluaran untuk game online. Mental accounting dalam penelitian ini diukur melalui enam indikator, yaitu mengabaikan nilai kumulatif transaksi kecil (MA1), tidak pernah menjumlahkan total pengeluaran game bulanan (MA2), mengalahnya logika rasional oleh dorongan psikologis (MA3), pembelian spontan tanpa pertimbangan (BR1), kesulitan menunda pembelian (BR2), serta munculnya penyesalan pasca pembelian (BR3) (Apriliana, n.d.; Sari & Ismawati, 2022).

Pengembangan Hipotesis

Pay-to-Win (P2W) dalam game online mengubah cara pemain mempersepsikan dan mengelola pengeluaran finansial mereka melalui mekanisme mikrotransaksi yang memberikan keunggulan kompetitif. Sistem P2W yang menggunakan mata uang virtual menciptakan efek decoupling, yaitu pemisahan psikologis antara uang riil yang dikeluarkan dengan barang virtual yang diterima, sehingga pemain kehilangan sensasi pengeluaran uang yang sebenarnya dan cenderung mengabaikan nilai kumulatif dari transaksi-transaksi kecil yang dilakukan berulang kali.

Sari & Ismawati (2022) menemukan bahwa pemain Mobile Legends cenderung memiliki pemisahan mental yang longgar antara uang untuk kebutuhan sehari-hari dan uang untuk game. Apriliana (2025) juga mengungkapkan bahwa Generasi Z pemain game online mudah membenarkan pengeluaran game dengan rasionalisasi seperti 'sekali-sekali' atau 'untuk menghilangkan stres', yang merupakan indikator utama mental accounting yang buruk. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Pay-to-Win berpengaruh terhadap Mental Accounting mahasiswa akuntansi angkatan 2024 dan 2025.

Gambar 1. Hipotesis Penelitian



METODOLOGI

Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena bertujuan untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen (Pay-to-Win) dengan variabel dependen (mental accounting) melalui analisis statistik. Desain penelitian yang digunakan adalah desain eksplanatori dengan metode survei cross-sectional, di mana data dikumpulkan dalam satu periode waktu tertentu untuk menjelaskan pengaruh Pay-to-Win terhadap mental accounting mahasiswa akuntansi.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra angkatan 2024 dan

2025 yang aktif, berjumlah 245 mahasiswa. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% menghasilkan 152 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan metode simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi responden.

Variabel dan Operasionalisasi

Variabel independen (X) adalah budaya Pay-to-Win, yang diukur melalui tiga indikator utama: frekuensi pembelian mikrotransaksi (P2W1), motivasi efisiensi untuk menghindari proses grinding (P2W2), serta tekanan sosial kompetitif yang mendorong pembelian berulang (P2W3). Variabel dependen (Y) adalah mental accounting, yang diukur melalui empat indikator: framing effect (MA1), specific account separation (MA2), self-control boundary (MA3), dan self-reported justification (MA4). Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert 5 poin.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS 4.0 (Partial Least Squares Structural Equation Modeling). Analisis mencakup tiga tahapan: (1) statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban; (2) uji model pengukuran (outer model) yang meliputi uji validitas konvergen (loading factor dan AVE), validitas diskriminan (HTMT), serta reliabilitas (Cronbach's Alpha dan Composite Reliability); dan (3) uji model struktural (inner model) yang meliputi pengujian hipotesis melalui nilai path coefficient, T-Statistics, dan P-Values.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 152 responden mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra angkatan 2024 dan 2025. Berdasarkan distribusi data, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan (58,6%) dengan rentang usia 18-20 tahun (78,9%). Seluruh responden merupakan pemain aktif game online yang pernah melakukan mikrotransaksi atau top-up dalam game minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir, yang menjadikan mereka sampel yang relevan untuk penelitian ini.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Mean	Std. deviation	Keterangan
Pay To Win (X)	152	3,84	0,721	Tinggi
Mental Accounting (Y)	152	3,71	0,698	Longgar

Sumber: Data primer diolah (2026)

Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Uji validitas konvergen menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,70 dan Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,50, sehingga memenuhi syarat validitas konvergen. Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70 untuk semua konstruk, yang berarti instrumen penelitian reliabel. Uji validitas diskriminan menggunakan kriteria HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) menunjukkan nilai di bawah 0,85 untuk semua pasangan konstruk, sehingga validitas diskriminan terpenuhi.

Tabel 2. Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)

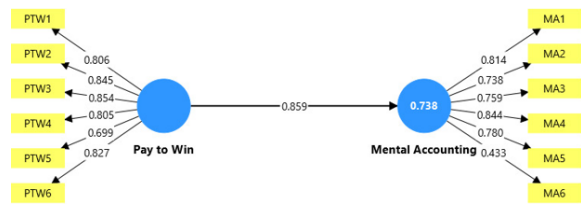
Indikator	Loading factor	Average Variance Extracted	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
P2W 1	0,812	0,643	0,643	0,878	Valid & Reliabel
P2W 2	0,798				Valid
P2W 3	0,824				Valid
MA1	0,785	0,621	0,823	0,861	Valid & Reliabel
MA2	0,801				Valid
MA3	0,779				Valid
MA4	0,793				Valid

Sumber: Hasil pengolahan SmartPLS 4.0 (2025)

Uji Model Struktural (Inner Model) dan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode bootstrapping dengan 5.000 subsampel untuk memperoleh nilai T-Statistics dan P-Values. Gambar 2 menunjukkan hasil model struktural SmartPLS yang memperlihatkan hubungan antara konstruk Pay-to-Win dan Mental Accounting beserta nilai path coefficient, R-Square, dan signifikansinya.

Gambar 2. Hasil Model Struktural SmartPLS



Sumber: Hasil pengolahan SmartPLS 4.0 (2026)

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Path Coefficient	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1	Pay-to-Win → Mental Accounting	0,612	8,743	0,000	Diterima

Sumber: Hasil pengolahan SmartPLS 4.0 (2026)

Hasil pengujian hipotesis pada Tabel 3 menunjukkan bahwa Pay-to-Win berpengaruh positif dan signifikan terhadap mental accounting dengan nilai path coefficient sebesar 0,612, T-Statistics sebesar 8,743 ($> 1,96$), dan P-Values sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis H1 diterima. Nilai R-Square sebesar 0,375 menunjukkan bahwa konstruk Pay-to-Win mampu menjelaskan 37,5% variasi dalam mental accounting mahasiswa, sementara 62,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi intensitas keterlibatan mahasiswa dalam budaya Pay-to-Win, semakin longgar dan tidak disiplin mental accounting yang mereka terapkan. Temuan ini konsisten dengan argumen teoritis yang

dibangun berdasarkan teori agensi (Jensen & Meckling, 1976), di mana Pay-to-Win memperkuat perilaku 'diri impulsif' (agent) yang mudah tergoda oleh sistem pembelian item premium dan melemahkan posisi 'diri rasional' (principal) yang seharusnya mengendalikan pengeluaran.

Secara psikologis, sistem P2W menciptakan efek decoupling yang memutus hubungan antara uang riil yang dikeluarkan dengan barang virtual yang diperoleh. Penggunaan mata uang virtual seperti diamond atau gold coin menjadi mekanisme yang secara efektif menyembunyikan nilai riil dari setiap transaksi, sehingga pemain kehilangan sensasi 'sakit' ketika mengeluarkan uang. Hal ini sejalan dengan argumen Thaler (1999) bahwa mental accounting dipengaruhi oleh cara individu membingkai dan mengkategorikan pengeluaran.

Temuan ini juga selaras dengan hasil penelitian Sari & Ismawati (2022) yang menemukan bahwa pemain Mobile Legends cenderung memiliki pemisahan mental yang longgar antara uang untuk kebutuhan sehari-hari dan uang untuk game. Apriliana (n.d.) juga menemukan bahwa Generasi Z pemain game online mudah membenarkan pengeluaran game dengan rasionalisasi seperti 'sekali-sekali' atau 'untuk menghilangkan stres'. Paradoks menarik dalam penelitian ini adalah bahwa mahasiswa akuntansi yang seharusnya memiliki pemahaman keuangan yang lebih baik justru tidak kebal terhadap pengaruh budaya P2W terhadap mental accounting mereka, mengindikasikan bahwa pengetahuan akademis tentang keuangan tidak serta-merta ditransferkan ke dalam praktik pengelolaan keuangan pribadi.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya program edukasi literasi keuangan yang lebih kontekstual bagi mahasiswa, khususnya yang membahas tentang bahaya efek decoupling dalam mikrotransaksi game online. Perguruan tinggi dan orang tua perlu meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang bagaimana desain sistem P2W secara psikologis dapat memanipulasi persepsi nilai uang dan mengaburkan akuntabilitas finansial personal.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil membuktikan secara empiris bahwa Pay-to-Win berpengaruh positif dan signifikan terhadap mental accounting mahasiswa Akuntansi Universitas Nusa Putra angkatan 2024 dan 2025 (path coefficient = 0,612; T-Statistics = 8,743; P-Values = 0,000). Semakin tinggi intensitas keterlibatan mahasiswa dalam budaya Pay-to-Win, semakin longgar dan tidak disiplin mental accounting yang mereka terapkan. Temuan ini memberikan bukti empiris bahwa budaya mikrotransaksi dalam game online merupakan faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan literasi keuangan mahasiswa.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, lingkup penelitian terbatas pada mahasiswa akuntansi satu universitas sehingga generalisasi perlu dilakukan dengan hati-hati. Kedua,

penelitian hanya menggunakan metode kuesioner self-report yang rentan terhadap social desirability bias. Ketiga, model penelitian hanya menguji satu variabel independen sehingga R-Square yang dihasilkan (37,5%) mengindikasikan adanya faktor-faktor lain yang turut memengaruhi mental accounting.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan sampel ke beberapa perguruan tinggi, menambahkan variabel mediasi atau moderasi seperti financial literacy dan self-control, serta menggunakan metode pengumpulan data yang lebih beragam seperti wawancara mendalam atau eksperimen untuk memperkuat validitas eksternal dan internal penelitian.

ACKNOWLEDGEMENT

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra angkatan 2024 dan 2025 yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra yang telah memberikan dukungan dan fasilitas dalam pelaksanaan penelitian ini.

REFEREENSI

- Amanda, R. A. (2016). Pengaruh game online terhadap perubahan perilaku agresif remaja di Samarinda. *Journal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 291–304.
- Anggun, A. D. L., Ilham, I. P., Agung, M. A. L., & Hana, H. L. J. (2024). Literature review: Pengaruh risk perception, overconfidence, mental accounting terhadap pengambilan

- keputusan investasi. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(4), 837–851.
- Apriliana, N. (n.d.). Menguak mental accounting pada online gamers (Studi pada Generasi Z). *Jurnal KIAFE*, 3(2), 290–297.
- Chung, S., & Lee, J. (2017). Exposure to internet game advertisements and the risk of internet game addiction among youths. *Korean J Health Educ Promot*, 34(3), 47–57.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: An assessment and review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57–74.
- Evers, E., Van de Ven, N., & Weeda, D. (2015). The hidden cost of microtransactions: Buying in-game advantages in online games decreases a player's status. *International Journal of Internet Science*, 10(1), 20–36.
- Fauziah, N., & Haryati, T. (2023). Pengaruh intensitas penggunaan gadget terhadap self-disclosure siswa. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1771–1778.
- Gofar, M. (2023). Dampak game online terhadap kesehatan mental Generasi Z. *Gunung Djati Conference Series*, 19, 640–648.
- Harutyunyan, M., & Koca, E. (2025). Pricing and design of Pay-to-Win add-ons. *Management Science*.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Roberts, J. A., Petnji Yaya, L. H., & Gwin, C. (2015). Yielding to temptation in buying: Is it simply a matter of self-control? *Atlantic Marketing Journal*, 4(2), 5.
- Salakari, P., & Leino, D. S. H. (2024). The consumer psychology of microtransactions in free-to-play games. [Working Paper].
- Sapturo, M. P. E., Ananda, N. A., & Rizqi, R. M. (2019). Perilaku konsumen dalam keputusan pembelian item pada game online PUBG Mobile. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2).
- Sari, A. E., & Ismawati, A. F. (2022). Mental accounting dalam keputusan pembelian item game online Mobile Legends: Bang Bang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 8(2), 115–124.
- Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183–206.
- Tomić, N. (2017). Effects of micro transactions on video games industry. *Megatrend Review*, 14(3).
- Wibbeke, L.-M., & Lachmann, M. (2020). Psychology in management accounting and control research: An overview of the recent literature. *Journal of Management Control*, 31(3), 275–328.
- Zhao, S., Yuan, X., Wu, R., Hu, Z., Liu, H., Wang, K., Hu, Y., Lv, T., Fan, C., & Tong, X. (2024). The MMO economist: AI empowers robust, healthy, and sustainable P2W MMO economies. *Companion Proceedings of the ACM Web Conference 2024*, 443–452.