

In Search

Pendidikan, Penelitian & Pengabdian Masyarakat
Informatic, Science, Entrepreneur, Applied Art, Research, Humanism

Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada UPTD Pelayanan Puskesmas di Kecamatan Soreang
Vani Maharani Nasution, Graha Prakarsa

Aplikasi Barbershop Berbasis Android Studi Kasus Malebox Barbershop
Reni Nursyanti, Vani Maharani Nasution

Paradigma Baru Manajemen Karir: Transisi Menuju Era Organisasi Modern
Dr. Ir. Bob Foster, M.M.

Penerapan Metode *Material Requirement Planning* Untuk Pemenuhan Permintaan Bahan Baku Produksi Berdasarkan Algoritma Wagner Whitin
Julita Nahar, Endang Rusyaman, Muh.Deni Johansyah, Deny I. Rakhmatullah

Perencanaan Kebutuhan Bahan Baku Pembuatan Produk Layang-Layang Dengan Menggunakan Metode *Material Requirement Planning (MRP)* Pada Perusahaan US Putra Jatinangor Tahun 2016
Setyowati Pamulangsih, Devilia Sari, S.T.,M.S.M.

Analisis Ilustrasi Parodi Pada Produk Massal (Studi Kasus Pada Produk 'Berak' dan 'Obeygiant')
Banon Gilang, Citra Kemala Putri

Studi Komunikasi Antar Pribadi Tentang Konsep Diri Homoseksual Dalam Hubungan Pertemanan
Indah Sari

Kajian Unsur-Unsur Komunikasi Seni Dalam Pertunjukan *Pre-Event* Pasar Seni Institut Teknologi Bandung (ITB) Pada Kegiatan *The City Hall Fairground Keuken #5*
Diwan Setiawan, Rachmawati Windyaningrum

Peran Dan Eksistensi Radio Komunitas Dalam Kehidupan Hegemoni Media Terkait Regulasi Penyiaran
Rachmawati Windyaningrum, Diwan Setiawan

In Search

*Informatics, Science, Entrepreneur, Applied Art,
Research, Humanism*

Susunan tim In Search

Pelindung

Dr.Ir.Bob Foster, M.M.

Pengarah

Drs.Muh.Deni Johansyah,M.M.

Penanggung Jawab

Asti Nur Aryanti,SE.,M.M.

Anggota Redaksi

Rebecca Kizia,SE.,M.Ak.

Shinta Hartini P., S.I.Kom.,M.Si

Sofia Nuryanti,S.Si. M.A.

Ratih Hadiani,S.Kom.,M.A.B

Vani Maharani Nasution, S.Kom,M.Kom

Sirkulasi

Suryo Laskarin Dumadi,S.T

Ripki Achmad Budiman,S.IIP.

In Search

Diterbitkan oleh LPPM UNIBI
Jl. Soekarno Hatta no.643 Bandung
Telp.022 7329841
Fax.022 7320842
e-mail : lppm@unibi.ac.id

Pengantar Redaksi

In Search

Sebagai media informasi penelitian pada Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia (UNIBI), In Search memfasilitasi publikasi hasil penelitian dan memberikan pengetahuan perkembangan keilmuan bagi pembacanya.

Edisi saat ini adalah volume 16 nomor 2 yang terbit pada bulan November 2017. Edisi kali ini terdiri dari 19 (sembilan belas) judul artikel hasil penelitian dari bidang informatika, ilmu ekonomi, manajemen, psikologi, akuntansi dan pendidikan.

Penulis dalam artikel kali ini selain berasal dari UNIBI, juga berasal dari perguruan tinggi lain, seperti Universitas Telkom dan Universitas Padjajaran.

Semoga dengan keberagaman institusi penulis, dapat menambah wawasan dan meningkatkan warna berpikir, serta meningkatkan minat meneliti bagi pembaca.

Salam,

Redaksi

Daftar Isi

Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada UPTD Pelayanan Puskesmas di Kecamatan Soreang Vani Maharani Nasution, Graha Prakarsa	1 - 11
Aplikasi Barbershop Berbasis Android Studi Kasus Malebox Barbershop Reni Nursyanti, Vani Maharani Nasution	12 - 18
Paradigma Baru Manajemen Karir: Transisi Menuju Era Organisasi Modern Dr. Ir. Bob Foster, M.M.	19 - 26
Penerapan Metode <i>Material Requirement Planning</i> Untuk Pemenuhan Permintaan Bahan Baku Produksi Berdasarkan Algoritma Wagner Whitin Julita Nahar, Endang Rusyaman, Muh.Deni Johansyah, Deny I. Rakhmatullah	27 - 34
Perencanaan Kebutuhan Bahan Baku Pembuatan Produk Layang-Layang Dengan Menggunakan Metode <i>Material Requirement Planning (MRP)</i> Pada Perusahaan US Putra Jatinangor Tahun 2016 Setyowati Pamulangsih, Devilia Sari, S.T.,M.S.M.	35 - 40
Analisis Ilustrasi Parodi Pada Produk Massal (Studi Kasus Pada Produk 'Berak' dan 'Obeygiant') Banon Gilang, Citra Kemala Putri	41 - 47
Studi Komunikasi Antar Pribadi Tentang Konsep Diri Homoseksual Dalam Hubungan Pertemanan Indah Sari	48 - 54
Kajian Unsur-Unsur Komunikasi Seni Dalam Pertunjukan <i>Pre-Event</i> Pasar Seni Institut Teknologi Bandung (ITB) Pada Kegiatan <i>The City Hall Fairground Keuken #5</i> Diwan Setiawan, Rachmawati Windyaningrum	55 - 62
Peran dan Eksistensi Radio Komunitas Dalam Kehidupan Hegemoni Media Terkait Regulasi Penyiaran Rachmawati Windyaningrum, Diwan Setiawan	63 - 73
Pengaruh Pengembangan Karir Individu Terhadap Kinerja Karyawan PT Pos Indonesia (Persero) di Kantor Pusat Bandung. Annisa Nur Fadhilla, Dr. Ida Nurnida, MM	74 - 79
Pengaruh Kompensasi Finansial Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Bank Klaten Bagas Adi Wicaksono, Dr. Ida Nurnida,MM	80 - 85

Pengaruh Komitmen Organisasi, Disiplin, dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Bumn PT (Persero) Btdc Evi Srinur Hastuti, Nurchalis Saimar Saleh	86 - 93
Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja Pegawai di Divisi Senjata PT PINDAD (PERSERO) Bandung Lastri Anggi Fani, Dr, Ir, Syarifuddin, MM.	94 - 102
Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Dan <i>Brand Association</i> Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mujigae Cihampelas Walk Bandung) Atri Netalia Sari, Arlin Ferlina M. Trenggana	103 - 110
Pengaruh Tayangan Program Dua Hijab Trans 7 Terhadap Fashion Hijab dan Perilaku Konsumtif Fashion dikalangan Hijabers <i>Community</i> Bandung Aulia Yusrani Medina, Dedi Kurnia Syah Putra	111 – 118
Pengaruh <i>Segmentation</i> Dan <i>Targeting</i> Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Melalui <i>Positioning</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Siti Agustina Rakhmawati Putri, Dr. Ida Nurnida R. M.M	119 - 125
Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung (Studi Pada Siswa SMA DI KOTA BANDUNG) Dwi Lestari , Arlin Ferlina M. Trenggana	126 - 131
Proses <i>Mental Accounting</i> Pada <i>Decision Making</i> Konsumen Sofia Nuryanti	132 - 137
Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada Elhijab Regional Jawa Timur Graha Prakarsa, Ratih Hadiantini	138 - 145

Proses *Mental Accounting* Pada *Decision Making* Konsumen

Sofia Nuryanti

Fakultas Psikologi, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
sofia.nuryanti@unibi.ac.id

Abstrak

Manusia sebagai *homo economicus* diharapkan dalam segala tindakan dan proses *decision making* selalu maksimal penggunaannya (*maximising utility*). Namun, individu dalam proses membuat *judgment* selalu dipengaruhi oleh beberapa *heuristic* dalam kognitif manusia yang berpengaruh pada keputusan yang diambil. Individu akan mengaktifkan *mental accounting* ketika memilih alternatif preferensi bahkan ketika preferensi tersebut dikemas dalam bingkai yang berbeda. Individu akan menciptakan *mental accounting* dalam mengevaluasi pilihan sampai proses pengambilan keputusan. Penelitian ini mencoba menguji kembali eksperimen yang dilakukan oleh Tversky dan Kahneman (1981) sebanyak 174 responden mahasiswa S1 dari berbagai disiplin ilmu dan universitas dengan tidak memasukkan variabel usia dan jenis kelamin. Responden diberikan pertanyaan yang dikemas dalam bingkai pertanyaan yang berbeda. Mayoritas responden lebih memilih untuk tidak pindah ke toko B atas penghematan 25ribu pada pembelian *powerbank* maupun *laptop*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa tidak sepenuhnya manusia bertindak rasional seperti yang diusung oleh teori ekonomi.

Kata Kunci: *Maximising utility*, *Mental accounting*, Rasional.

Abstract

Man as homo economicus expected in all actions and decision making process is always maximizing utility (maximizing utility). However, the individual in the process of making judgment is always influenced by some heuristic in the human cognitive that influences the decisions taken. Individuals will enable mental accounting when choosing an alternate preference even when the preference is packaged in different frames. Individuals will create mental accounting in evaluating choices until the decision-making process. This study tried to re-test experiments conducted by Tversky and Kahneman (1981) as many as 174 respondents of undergraduate students from various disciplines and universities by excluding the variables of age and gender. Respondents are given questions that are packed in different questions. The majority of respondents prefer not to move to store B for 25ribu savings on purchasing powerbank or laptop. The results of this study prove that people are not fully acting rationally as carried by economic theory.

Keywords: *Maximizing utility*, *Mental accounting*, *Rationale*.

1. PENDAHULUAN

Perbincangan tentang psikologi ekonomi semakin menarik untuk dikaji dalam lingkup agregat maupun lingkup individual. Psikologi tumbuh sebagai disiplin ilmu baru yang mampu mematahkan ‘rasionalitas tidak terbatas’ pada individu akan semakin menambah khasanah keilmuan di Indonesia. Psikologi hadir untuk mendampingi ilmu ekonomi dalam mengkaji bagaimana rasionalitas pada manusia sesungguhnya penuh dengan batasan-batasan yang terkadang tanpa disadari oleh individu. Pandangan manusia sebagai *homo economicus* yang hadir sebagai agen rasional selalu berusaha bertindak maksimal dalam penggunaan sesuatu (*maximising utility*) sehingga preferensi individu tertentu dibuat berdasarkan prinsip untung rugi (Lea dkk, 1987).

Permasalahan yang mungkin muncul adalah bagaimana proses pengambilan keputusan yang dilakukan individu. Konsep manusia ekonomi (*homo economicus*) dalam kesehariannya selalu dihadapkan pada berbagai pilihan sehingga ia selalu menimbang-nimbang alternatif pilihan untuk mencapai kepuasan. Dengan demikian sebelum memilih, ia akan memikirkan skala prioritas utilitas dari berbagai alternatif pilihan. Namun, individu dalam proses membuat *judgment* selalu dipengaruhi oleh beberapa *heuristic* dalam kognitif manusia yang berpengaruh pada keputusan yang diambil (Tversky dan Kahneman, 1974). Hal ini yang menyebabkan beberapa penyimpangan dalam pengambilan keputusan. Anomali pengambilan keputusan individu terjadi karena keterbatasan kemampuan dan kapasitas kognitif individu, inilah konsep *bounded rationality* yang diajukan oleh Herbert Simon (1978). Keputusan itu sendiri yang dibingkai dengan cara yang berbeda juga akan menghasilkan pilihan hasil berbeda. Hal ini bertentangan dengan konsep pilihan rasional yang tak berubah-ubah (Tversky dan Kahneman, 1981). Pada praktiknya individu akan mengaktifkan *mental accounting* ketika memilih alternatif preferensi bahkan ketika preferensi

tersebut dikemas dalam bingkai yang berbeda (Kahneman dan Tversky, 2000).

Prospect Theory yang diajukan oleh Kahneman dan Tversky (1979) yang salah satunya menjelaskan bahwa individu akan lebih menghindari pilihan yang mengandung derajat risiko lebih besar. Lebih jauh dikatakan bahwa individu akan lebih merasa ‘sakit’ ketika kehilangan sesuatu daripada memperoleh sesuatu. Oleh karena itu, individu akan selalu mengevaluasi berapa kerugian dan keuntungan atas preferensi yang akan dipilih. *Mental accounting* sendiri dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan kognitif manusia untuk mengelola, mengevaluasi, dan menjaga aktivitas keuangannya sebagaimana pelaku ekonomi (Thaler, 1999). Namun *mental accounting* ternyata juga melibatkan proses psikologis dalam menentukan pilihan dan mengambil keputusan. Menurut Thaler (1999), *mental accounting* mencakup tiga komponen utama. Komponen pertama menyangkut bagaimana suatu *outcome* dipersepsikan dan dijadikan sebagai pengalaman, serta bagaimana membuat keputusan, dan kemudian mengevaluasi keputusan tersebut. Komponen kedua menyangkut aktivitas untuk merincikan suatu *account* secara mendetil. Komponen terakhir meliputi frekuensi suatu *account* dievaluasi.

Kahneman dan Tversky (2000) melakukan analisis bahwa individu dalam mengevaluasi pilihan dari beberapa atribut akan cenderung membuat *mental accounting* dengan menyatakan kekurangan dan kelebihan pilihan yang diambil dari beberapa alternatif atribut lain. Satu pilihan diambil berdasarkan pertimbangan kelebihan dan kekurangan yang lebih mendominasi daripada atribut pilihan lain. Artinya satu pilihan yang diambil individu karena evaluasinya lebih kepada hal yang mendatangkan kelebihan atau kegunaan daripada kerugiannya. Artikel ini akan mengulas bagaimana individu menciptakan *mental accounting* dalam mengevaluasi pilihan sampai proses pengambilan keputusan. Pada eksperimen sederhana ini, penulis mengajukan pertanyaan

yang dikemas dalam dua model yang berbeda. Penulis mengadopsi pertanyaan pada eksperimen dari percobaan yang dilakukan oleh Thaler (1980) dengan memperkenalkan beberapa aturan pembuatan *mental accounting* pada masing-masing individu.

Contoh penggambaran *mental accounting* pada eksperimen tersebut yaitu sebagai berikut: "Bayangkan anda hendak membeli satu jaket seharga \$125 dan satu kalkulator seharga \$15. Si penjual kalkulator memberitahu Anda bahwa kalkulator yang Anda mau beli sedang diobral dengan harga \$10 di cabang lain, yang bisa dicapai dengan 20 menit berkendara. Apakah Anda akan pergi ke cabang lain itu?" Kemudian Tversky dan Kahneman (1981) membuat versi soal lain ketika harga barang ditukar. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih memilih pergi ke cabang lain karena melakukan penghematan 5\$ ketika harga kalkulator \$15. Manusia lebih cenderung memiliki *topical account* karena akan secara spontan membingkai keputusan atas dasar persepsi 'bentuk bagus' dalam kognitif individu (Tversky dan Kahneman, 1981).

2. METODE

Sampling

Penelitian ini mencoba menguji kembali eksperimen yang dilakukan oleh Tversky dan Kahneman (1981) pada responden mahasiswa S1 dari berbagai disiplin ilmu dan universitas dengan tidak memasukkan variabel usia dan jenis kelamin di dalamnya. Tujuan penelitian ini adalah melihat apakah terdapat perbedaan hasil keputusan ketika penghematan nilai yang sama dibingkai dengan konteks pembelian produk berbeda. Total responden yaitu 174 orang. Jumlah responden pada penelitian dengan form A sebanyak 92 responden, sedangkan penelitian form B sebanyak 82 responden.

Hipotesis

Hipotesis yang peneliti ajukan yaitu:

HA: Responden akan lebih memilih pindah ke Toko B pada pembelian *powerbank* seharga Rp.150.000 untuk penghematan senilai 25ribu.

HB : Responden akan lebih memilih pindah ke Toko B pada pembelian *laptop* seharga Rp.2.750.000 untuk penghematan senilai 25ribu.

Pertanyaan Form A:

Bayangkan bahwa Anda sedang di Toko A untuk membeli sebuah *laptop* dengan harga Rp. 2.750.000 dan *powerbank* seharga Rp 150.000.

Seorang teman membisiki Anda bahwa di Toko B *powerbank* itu dijual dengan harga Rp. 125.000. Letak toko itu kira-kira 15 menit perjalanan dari Toko A. Apakah Anda akan pindah ke toko B?

A. Ya

B. Tidak

Pertanyaan Form B:

Bayangkan bahwa Anda sedang di Toko A untuk membeli sebuah *laptop* yang dengan harga Rp. 2.750.000 dan *powerbank* seharga Rp 150.000.

Seorang teman membisiki Anda bahwa *laptop tersebut* dijual dengan harga Rp. 2.725.000 di toko B . Letak toko itu kira-kira 15 menit perjalanan dari Toko A. Apakah Anda akan pindah ke toko B?

A. Ya

B. Tidak

3. HASIL DAN PENELITIAN

Hasil pengujian yang diperoleh adalah

Tabel 1. Hasil Pengujian Responden

Soal	Jawaban A (Ya)	Jawaban B (Tidak)	Total Responden
Form A	43 orang (49.73%)	49 orang (53.26%)	92 orang
Form B	36 orang (43.90%)	46 orang (56.09%)	82 orang

Berdasarkan tabel hasil pengujian tersebut terlihat bahwa mayoritas responden lebih memilih untuk tidak pindah ke toko B atas penghematan 25ribu pada pembelian *powerbank* maupun *laptop*. Hasil ini bertolak belakang dengan hipotesis yang diajukan oleh penulis. Hipotesis yang diajukan penulis untuk membuktikan apakah sepenuhnya manusia rasional seperti yang

diusung oleh teori ekonomi. Jika individu rasional maka pada pengujian tersebut diharapkan mayoritas responden akan pindah ke toko B karena penghematan 25 ribu akan lebih membawa keuntungan dari harga yang harus dibayar sebelumnya. Menurut mazhab ekonomi, manusia akan selalu bertindak rasional untuk memaksimalkan kegunaan yang diharapkan (*expected utility*). Namun pada praktik sebenarnya di lapangan, tidak semua manusia bertindak sebagai agen rasional.

4. PEMBAHASAN

Thaler (1999) mengungkapkan tindakan individu dalam proses pengambilan keputusan akan melibatkan *mental accounting* sebagai evaluasi untuk menentukan pilihan. *Minimal accounting* merupakan evaluasi yang dilakukan individu tanpa memandang konteks apa yang dievaluasi. Individu akan melakukan evaluasi berapa pun nilainya yang dapat menghasilkan penghematan atas pilihan yang dipilih. Hipotesis yang diajukan penulis adalah mayoritas responden akan memilih untuk pindah ke toko B karena berapa pun pembelian yang akan dilakukan, pembeli akan menghemat senilai Rp. 25.000. Namun pada faktanya tidak dilakukan oleh semua orang seperti yang seharusnya *homo economicus* lakukan untuk selalu bertindak rasional.

Topical account merupakan evaluasi yang dilakukan individu untuk membandingkan atribut yang dipilih dengan atribut referensi dalam konteks yang sama. Jadi individu akan membandingkan barang yang sama dengan barang rujukan dengan mengaitkan konsekuensi atas keputusan yang diambil. Pada soal pertanyaan form A, topik relevannya adalah pembelian *powerbank*, sehingga manfaat untuk pindah ke toko B dibingkai dalam kognitif responden sebagai penghematan harga dari harga 150 ribu ke harga 125 ribu. Individu yang cenderung *topical account* akan hanya mengevaluasi penghematan harga *powerbank*, harga laptop tidak termasuk dalam *topical account*. Pada soal pertanyaan form B, topik

relevannya adalah pembelian *laptop*, sehingga manfaat pindah ke toko dibingkai sebagai penghematan 25 ribu dari harga *laptop* Rp. 2.750.000. *Topical account* diaktifkan individu yang hanya mengevaluasi harga *laptop* saja.

Comprehensive account merupakan evaluasi yang dilakukan individu dengan mempertimbangkan seluruh aspek keuntungan dan kerugian atas pilihan yang akan diambil. Evaluasi yang dilakukan misalnya ditambah dengan pengeluaran biaya lain atau total pengeluaran bulanan. Pada soal pertanyaan form A dan form B, individu yang *comprehensive account* akan mengevaluasi seluruh harga *laptop* dan *powerbank*. Pilihan yang diambil individu juga memperhitungkan tingkat keuangan yang dimiliki. Responden yang menyimpulkan penghematan 25 ribu tersebut akan memberikan keuntungan baginya tentu lebih memilih untuk pindah ke toko B. Mungkin penghematan 25 ribu baginya lumayan untuk membeli makan siang, mengisi pulsa atau membeli bensin bagi mereka yang menggunakan motor. Jika evaluasi yang dilakukan individu lebih membawa keuntungan baginya maka ia akan memutuskan pindah ke toko B karena penghematan 25 ribu terasa bermakna. Namun terkadang juga tidak dilakukan oleh sebagian orang yang memang memiliki karakter 'demi kepraktisannya saja'.

Pada hasil pengujian eksperimen yang penulis lakukan sebagian besar responden memilih untuk tidak pindah ke toko B. Pada form A, sebesar 53, 26% (N= 92) responden tidak memilih pindah ke toko B. Responden lebih cenderung *comprehensive account* karena mungkin bagi mereka penghematan 25 ribu dievaluasi dengan kelebihan dan kekurangan seluruh atribut sosial yang dimiliki masing-masing responden. Bagi individu yang tidak memiliki cukup waktu atau orang sibuk akan tetap memutuskan membeli *powerbank* seharga 150 ribu karena baginya penghematan waktu akan lebih berharga daripada penghematan uang 25 ribu. Individu yang memiliki tingkat keuangan banyak atau orang kaya penghematan 25 ribu tidak akan berarti atau tidak terlalu memberikan

efek signifikan bagi cadangan keuangan mereka. Individu yang mungkin membeli *powerbank* dan *laptop* dengan menggunakan mobil tidak memutuskan pindah ke toko B karena penghematan 25 ribu tidak sebanding dengan pengeluaran bensin apalagi ditempuh dalam waktu 15 menit perjalanan. Sebagian dari mereka akan mempertimbangkan *rush hour* yang biasa terjadi di kota besar.

Pada form B sebagian besar responden 56,09% (N= 82) juga lebih memilih untuk tidak pindah ke toko B. Mayoritas responden lebih cenderung *topical account* karena mungkin sebagian besar responden akan mengevaluasi penghematan 25 ribu dengan nilai pembelian *laptop* sebesar Rp. 2.750.000. Penghematan 25 ribu dari 2,75 juta itu sama dengan 1/110 dari acuan harga *laptop* sebelumnya yang tidak akan signifikan dirasakan berbeda oleh sebagian banyak orang. Dengan kata lain mayoritas responden tidak akan mengerahkan upaya untuk pindah ke toko B pada penghematan 25 ribu dari pembelian *laptop* 2,75 juta. Konsumen akan mengevaluasi harga simpangan baku suatu produk secara kasar dibanding dengan harga rata-rata produk tersebut di berbagai toko dalam satu kota (Pratt dkk, 1979). Sehingga konsumen tidak akan berusaha keras untuk melakukan penghematan 25 ribu pada pembelian *laptop* seharga 2,75 juta. Jika penghematan sebesar 30%-50% pada pembelian *laptop*, mungkin individu akan berpikir untuk memutuskan pindah karena efek penghematan tersebut cukup terasa baginya.

Individu dalam proses pengambilan keputusan selalu dihadapkan pada rasio-rasio untuk mengambil keuntungan dan menghindari kerugian terhadap preferensi yang dipilih. Namun ketika *mental accounting* diaktifkan, faktor psikologis individu akan mempengaruhi proses di dalamnya. Terkadang individu tidak menyadari bahwa faktor emosi juga berperan dalam proses pengambilan keputusan. Rasio dan emosi akan saling mengalahkan atau bahkan akan saling bekerjasama untuk mendominasi pilihan yang akan dipilih dan keputusan yang akan dihasilkan.

Untuk selanjutnya, bisa mengkaji bagaimana Elster (1998) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi emosi individu antara lain faktor keyakinan (*beliefs*), kecenderungan untuk bertindak (reaksi), *intentional objects*, ekspresi fisiologis serta gejala fisiologis seseorang.

Penataan *mental accounting topical* akan berbeda karena tiap individu akan mempersepsikan keuntungan dan kerugian atas pilihan yang diambil berdasarkan ukuran secara relatif (Kahneman dan Tversky, 2000). Dengan demikian individu dalam melakukan proses *mental accounting* secara spontan akan melibatkan faktor pengalaman dan *value* yang dimilikinya. Terkadang orang akan rela membayar dua kali lipat untuk membuat SIM baru dengan membayar jasa calo daripada harus mengikuti prosedur tes pembuatan SIM baru yang menyita waktu lama. Mungkin baginya pengalaman menunggu akan membosankan. Namun di sisi lain, orang harus rela mengantri berjam-jam di suatu mall hanya karena sebuah toko memberikan diskon pada pembelian sepatu bermerek. Bagi mereka berdesak-desakan dengan mengantri panjang terasa bermakna untuk mendapatkan *value* sebuah sepatu bermerek terkenal. Bahkan kita pun pernah *hunting* ke toko buku berbeda di penjuru kota untuk membeli buku yang hanya selisih harga 5 ribu. Bagi orang yang tidak gemar membaca buku, selisih harga sedikit akan tetap ditempuh karena menganggap 'sayang' mengeluarkan sedikit uang. *Toh* ini hanya untuk mengikuti prosedur ujian di sekolah. Atau apakah kita termasuk orang yang rela menghabiskan uang berapa pun hanya untuk mengoleksi barang-barang unik. Terkadang kita rela membeli lukisan abstrak yang harganya fantastis hanya untuk 'dipamerkan' di ruang tamu.

5. KESIMPULAN

Hasil analisis secara tidak langsung mendukung pengujian yang dilakukan Tversky dan Kahneman (1981) sekaligus mendukung penelitian yang dilakukan Thaler (1980). Pada dasarnya individu akan melakukan *mental*

accounting yang diaktifkan secara otomatis dalam kognitif mereka untuk menjatuhkan pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia. Jika semua orang bertindak rasional seperti yang ahli ekonomi katakan, maka secara spontan hasil pengujian eksperimen mayoritas responden akan memilih melakukan penghematan 25 ribu tanpa memperhatikan atribut yang melekat padanya. Namun hasil perbedaan pada kedua form pertanyaan tidak signifikan berbeda jauh, artinya pada kedua form pengujian eksperimen perbedaan antara responden yang memutuskan pindah atau tidak ke toko B tidak terlalu ekstrim. Eksperimen ini hanya menggunakan responden dengan kriteria pendidikan minimal S1 tanpa ada batasan umur, jenis kelamin, status, pekerjaan dan domisili. Alangkah baiknya dilakukan eksperimen lanjutan dengan memasukkan banyak variabel agar mendapatkan variasi sehingga hasilnya akan lebih kompleks. Seperti, bagaimana hasil pengujian ketika responden berjenis kelamin laki-laki dibandingkan dengan responden perempuan. Apakah hasilnya sesuai dengan *stereotype* bahwa perempuan itu penuh 'perhitungan'.

6. REFERENSI

- Elster, J. (1998). Emotions and Economic Theory. *Journal of Economic Literature*, 36(1).
- Kahneman, D. dan Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, (47)2, 263 – 291.
- Kahneman, D. dan Tversky, A. (eds.) (2000). *Choices, Values, and Frames*. Cambridge University Press.
- Lea, S. E. G., Tarpy, R. M. dan Webley, P. (1987). The individual in the economy. *A Survey of Economic Psychology*. Cambridge University Press.
- Pratt, J. W., Wise, D. A. dan Zeckhauser, R. (1979). Prices differences in almost competitive market. *Quarterly Journal of Economics*, 93(2), 189-211.
doi: 10.2307/1883191
- Simon, H. A. (1978). Rationally as process and as product of thought. *The American Economic Review*, 68(2), 1-16.
- Thaler, R. H. (1980). Toward a Positif Theory of Consumer Choice. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1, 39-60.
- Thaler, R. H. (1999). Mental accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12, 183-206.
- Tverky, A. dan Kahneman, D. (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*, 211, 453 – 458.



UNIBI
Universitas Informatika
dan Bisnis Indonesia



9 772580 323008